

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI



BOLU İLİNİN SPOR TURİZMİ POTANSİYELİNİN
BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

EMRE KIZILTEN

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Onur Cüneyt KAHRAMAN

BOLU, ARALIK 2025

KABUL VE ONAY SAYFASI

Emre KIZILTEN tarafından hazırlanan “**BOLU İLİNİN SPOR TURİZMİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programında Yüksek Lisans tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir. 31/12/2025

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman

Doç. Dr. Onur Cüneyt KAHRAMAN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye

Doç. Dr. Hakan TUNA
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Altuğ ŞAHİN
İstanbul Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu ve Şablonuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir
- aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için Sosyal Bilimler İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2025/558 sayısı ile etik izin alınmıştır.

.....
EMRE KIZILTEN

ÖZET

**BOLU İLİNİN SPOR TURİZMİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA
YÜKSEK LİSANS TEZİ
EMRE KIZILTEN
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
(TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. ONUR CÜNEYT KAHRAMAN)**

**BOLU, ARALIK - 2025
XII + 108 sayfa**

Son yıllarda insanların tatil yapma şekilleri değişmeye başlamıştır. Bu değişim, farklı turizm türlerinin önem kazanmasına yol açmıştır. Turizm yatırımları da artık bu yeni ilgi alanlarına göre planlanmaktadır. Spor turizmi, bu alternatif turizm türleri arasında öne çıkanlardan biridir. Spor amaçlı seyahat eden turistlerin, diğer turistlere göre daha fazla harcama yapması da bu alana olan ilgiyi artırmaktadır. Özellikle ABD ve Avrupa'daki gelişmiş ülkeler, spor turizmine büyük yatırımlar yaparak bu sektörden önemli kazançlar elde etmektedir. Türkiye ise dört mevsimin yaşanması ve coğrafi-iklim şartlarının uygun olması sayesinde hem yaz hem de kış spor turizmine elverişli nadir ülkelerden biridir. Buna rağmen, spor turizmi potansiyelimizin tam olarak kullanılmadığı görülmektedir. Turizm gelirlerini artırmak için yeni spor turizmi alanlarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Bolu'nun spor turizmi açısından sahip olduğu potansiyeli ortaya koymaktır. Bu amaçla yarı yapılandırılmış görüşmelerden oluşan nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Görüşmelerde sorulacak sorular, üç akademisyenin değerlendirmesiyle gözden geçirilmiş ve son hâline getirilmiştir. Araştırmada kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak 13 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmış ve katılımcıların izniyle ses kaydı alınmıştır.

Toplanan veriler içerik analizi ve SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, katılımcıların hepsi Bolu'nun spor turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğunu belirtmiştir. Bolu'nun spor turizmi SWOT analizi sonuçlarına göre, şehrin en güçlü üç yönü coğrafi konum avantajı, doğal çevre ve iklim koşulları ile kamp merkezi olarak bilinirliği olarak öne çıkmaktadır. En zayıf üç yön ise tesis ve otel eksikliği, paydaş iş birliğinin olmaması ve tanıtım çalışmalarının zayıf olması şeklinde belirlenmiştir. Bolu'nun değerlendirebileceği en önemli üç fırsat arasında yeni tesis ve otel yatırımlarına uygun ortam, doğa sporlarına artan ilgi ve büyük şehirlere yakınlığın sağladığı sürekli talep bulunmaktadır. En büyük üç tehdit ise rakip şehirlerin spor turizmi alanında güçlenmesi, iklim değişikliğinin spor ortamını olumsuz etkileyebilmesi ve doğal çevrenin bozulma riski olarak ifade edilmektedir.

ANAHTAR KELİMELEER: Bolu, Spor Turizmi, SWOT Analizi

ABSTRACT

**A STUDY TO DETERMINE THE SPORTS TOURISM POTENTIAL OF
BOLU
MASTER THESIS
EMRE KIZILTEN
BOLU ABANT IZZET BAYSAL UNIVERSITY
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
(SUPERVISOR: ASSOC. PROF. DR. ONUR CÜNEYT KAHRAMAN)**

**BOLU, DECEMBER 2025
XII + 108 pages**

In recent years, the way people holiday has begun to change. This change has led to different types of tourism gaining importance. Tourism investments are now also planned according to these new areas of interest. Sports tourism is one of the most prominent of these alternative types of tourism. The fact that tourists travelling for sporting purposes spend more than other tourists also increases interest in this area. Developed countries, particularly in the US and Europe, are making significant investments in sports tourism and reaping substantial profits from this sector. Turkey, on the other hand, is one of the few countries suitable for both summer and winter sports tourism, thanks to its four seasons and favourable geographical and climatic conditions. Despite this, it is evident that our sports tourism potential is not being fully utilised. Developing new sports tourism areas is crucial for increasing tourism revenues.

The aim of this research is to reveal Bolu's potential in terms of sports tourism. To this end, a qualitative research method consisting of semi-structured interviews was used. The questions to be asked in the interviews were reviewed and finalised with the evaluation of three academics. Using snowball sampling, face-to-face interviews were conducted with 13 individuals, and audio recordings were made with the participants' consent.

The collected data were evaluated using content analysis and SWOT analysis. As a result, all participants stated that Bolu has high potential in terms of sports tourism. According to the results of Bolu's sports tourism SWOT analysis, the city's three strongest aspects are its geographical location advantage, natural environment and climate conditions, and its reputation as a camping centre. The three weakest aspects were identified as a lack of facilities and hotels, a lack of stakeholder cooperation, and weak promotional efforts. The three most important opportunities that Bolu can capitalise on are the suitable environment for new facility and hotel investments, the growing interest in nature sports, and the constant demand provided by its proximity to large cities. The three biggest threats are the strengthening of rival cities in the field of sports tourism, the potential negative impact of climate change on the sports environment, and the risk of damage to the natural environment.

KEYWORDS: Bolu, Sports Tourism, SWOT Analysis

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
TABLO LİSTESİ	x
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	xi
TEŞEKKÜR	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1 Turizm ve Spor Kavramları	4
2.2 Turizm Türleri	5
2.2.1 Sağlık Turizmi	6
2.2.2 Deniz Turizmi.....	8
2.2.3 Kongre Turizmi	9
2.2.4 Yayla Turizmi.....	10
2.2.5 Yat Turizmi	11
2.2.6 Akarsu Turizmi.....	12
2.2.7 İnanç Turizmi	13
2.2.8 Kamp Turizmi	14
2.2.9 Kültür Turizmi.....	15
2.3 Spor Turizmi Kavramı	15
2.4 Spor Turizmi Tarihçesi	17
2.5 Spor Turizminin Genel Özellikleri	18
2.6 Spor Turizmi Türleri.....	18
2.6.1 Gerçekleştirildiği Yerlere Göre Spor Turizmi.....	20
2.6.1.1 Su Sporları Turizmi ve Türleri.....	20
2.6.1.1.1 Yüzme	20
2.6.1.1.2 Rafting	21
2.6.1.1.3 Yelken.....	21
2.6.1.1.4 Rüzgar Sörfü (Windsurf)	22
2.6.1.1.5 Uçurtma Sörfü (Kitesurf).....	22
2.6.1.1.6 Sualtı Dalışı.....	23
2.6.1.1.7 Kano.....	24
2.6.1.1.8 Su Bisikleti.....	24
2.6.1.1.9 Su Kayağı.....	24
2.6.1.1.10 Olta Balıkçılığı.....	25
2.6.1.2 Hava Sporları Turizmi ve Türleri.....	25

2.6.1.2.1	Yamaç Paraşütü	25
2.6.1.2.2	Yelken (Delta) Kanat	26
2.6.1.2.3	Planör	26
2.6.1.2.4	Sıcak Hava Balonu	27
2.6.1.3	Diğer Spor Turizmi Türleri	27
2.6.1.3.1	Golf Turizmi	27
2.6.1.3.2	Dağ Sporları Turizmi	29
2.6.1.3.3	Futbol Turizmi	30
2.6.1.3.4	Bisiklet Turizmi	30
2.6.1.3.5	Motor Sporları Turizmi	31
2.6.1.3.6	Kuş Gözlemciliği	31
2.6.1.3.7	Mağara Turizmi	32
2.6.1.3.8	Doğa Turizmi	33
2.6.1.3.9	Atlı Doğa Yürüyüşü	34
2.6.1.3.10	Turnuva ve Salon Sporları	34
2.6.1.3.11	Olimpiyat Oyunları	34
2.6.1.3.12	Dünya Şampiyonaları	34
2.6.1.3.13	Kış Sporları Turizmi	35
2.7	Spor Turizminin Etkileri	35
2.7.1	Ekonomik Etkiler	35
2.7.2	Sosyo-Kültürel Etkiler	36
2.7.3	Çevresel Etkiler	37
2.7.4	Politik Etkiler	37
2.7.5	Psikolojik Etkiler	37
2.8	Dünyada ve Türkiye’de Spor Turizminin Mevcut Durumu	38
3.	MATERYAL VE YÖNTEM	42
3.1	Araştırmanın Amacı ve Önemi	42
3.2	Araştırmanın Varsayımları	43
3.3	Araştırmanın Sınırlılıkları	43
3.4	Araştırma Sahası	44
3.4.1	Bolu’nun Tarihi Gelişimi	44
3.4.2	Bolu’nun Coğrafi Özellikleri	45
3.4.3	Bolu’nun Demografik Özellikleri 2024 Yılı Nüfus Verileri	45
3.4.4	Bolu’nun Ekonomik Yapısı	45
3.4.5	Bolu’nun Turizm Yapısı	46
3.5	Araştırmanın Yöntemi	52
3.5.1	Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları	52
3.5.2	Araştırma Evren ve Örneklemi	53
3.5.3	Verilerin Analizi	54
4.	BULGULAR VE TARTIŞMA	58
4.1	Bolu Spor Turizmi Potansiyeli	59
4.2	Altyapı ve Tesis Olanakları	62
4.3	Tanıtım ve Pazarlama	64
4.4	Yerel Yönetim ve Paydaş İş Birliği	66
4.5	Doğal Kaynakların Kullanımı	69

4.6 Spor Turizmi İmajı	71
4.7 Ulaşılabilirlik	73
4.8 SWOT Analizi	75
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	77
5.1 Yerel Yönetimlere Öneriler	79
5.2 İşletmelere Öneriler	81
5.3 Teorik Öneriler	82
KAYNAKLAR	83



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 3.1. Otomobil Sporları Güzergahı (Bolu Sarıalan, Köroğlu Şelalesi, Tembeltepe, Köroğlu Zirve Eteği)	50
Şekil 3.2. Dağ Bisikleti Güzergahı (Bolu Aladağ)	50
Şekil 3.3. Bolu’da Yapılan Spor Turizmi Çeşitleri Ve Gençlik Spor İl Müdürlüğü’ne Bağlı Tesisler	51
Şekil 4.1. Bolu’da Spor Turizmi Şeması	75



TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 2.1. Türkiye’de Yat Turizmine Hizmet Veren Marinalar	11
Tablo 2.2. Türkiye’deki Bazı İnanç Merkezleri	13
Tablo 2.3. Türkiye’deki Ulusal Golf Sahaları	27
Tablo 2.4. Türkiye’de Dağcılık Turizmine Hizmet Veren Dağlar	29
Tablo 2.5. Türkiye’de Turizme Açılmış Mağaralar	32
Tablo 3.1. Gençlik Spor İl Müdürlüğüne Bağlı Tesisler	47
Tablo 3.2. Bolu’da Yapılmakta Olan Doğa Sporları Aktiviteleri	49
Tablo 3.3. Görüşme Formunda Sorulan Sorular	53
Tablo 3.4. Araştırmanın Örneklemini Oluşturan Kişi ve Kurumlar.....	54
Tablo 4.1. Kodlama Tablosu	58
Tablo 4.2. Bolu İli SWOT Analizi	75

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

ABD : Amerika Birleşik Devletleri
BAKUT : Bursa Arama Kurtarma Derneği
FIFA : Uluslararası Futbol Federasyonu
M.Ö. : Milattan Önce
NBA : Ulusal Basketbol Birliği
SCUBA : Kendi Kendine Yetebilen Sualtı Solunum Cihazı
STIC : Spor Turizmi Uluslararası Konseyi
SWOT : Strengths (Güçlü Yönler), Weaknesses (Zayıf Yönler), Opportunities (Fırsatlar), Threats (Tehditler)
T.C : Türkiye Cumhuriyeti
TCOSİB : Türkiye Cumhuriyeti Orman ve Su İşleri Bakanlığı
TOSFED : Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu
TUİK : Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB : Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UEFA : Avrupa Futbol Federasyonları Birliği
UNWTO : Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WRC : Dünya Ralli Şampiyonası

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamı yazarken başından sonuna kadar bana destek olan, yol gösteren ve motivasyonumu her zaman artıran değerli hocam Doç. Dr. Onur Cüneyt KAHRAMAN'a teşekkür ederim. Veri toplama sürecinde görüşme yaptığım tüm katılımcılara, bana güvenen ve her zaman yanımda olan arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Ve elbette, beni bugünlere getiren, sevgisini ve desteğini hiç esirgemeyen annem Mükerrerem KIZILTEN'e ve babam Dursun KIZILTEN'e sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum.



1. GİRİŞ

Günümüzde insanların istek ve ihtiyaçlarında yaşanan değişimler neticesinde deniz, kum ve güneş gibi kitle turizmi kapsamında sayılabilecek turizm türleri haricinde farklılaşan turistik ürünler ortaya çıkmaktadır. Spor turizmi, sağlık turizmi, kongre ve toplantı turizmi, inanç turizmi, yemek turizmi ve köy turizmi gibi farklı turizm türleri bu noktada popüler hale gelmiştir. Bu alternatif turizm türleri arasında özellikle spor turizmi, son yıllarda hem ekonomiye katkısı hem de insanların ilgisi sayesinde ön plana çıkmaktadır.

Spor, net ve herkes tarafından kabul edilmiş tek bir tanımı olmayan, farklı yönleri olan ve zaman içinde değişebilen bir kavramdır. Spor, genellikle fiziksel aktivite yapmayı, yarışmayı, kurallara uymayı, isteğe bağlı katılımı ve toplumsal ya da kültürel yönleri kapsar (Borge, 2020; Lagaert & Roose, 2016; Meier, 1981; Sutula, 2018). Spor, sadece fiziksel bir aktivite olmaktan çıkmış ve dünya çapında büyük bir ekonomi hâline gelmiştir. Serbest piyasa ekonomisindeki politik, ekonomik ve sosyal değişimlerle birlikte spor ekonomisi kavramı ortaya çıkmıştır (Devecioğlu, 2004; Zenginer, 2017).

Spor turizmi, insanların spor karşılaşmalarını izlemek, ilginç spor alanlarını görmek veya bizzat spor yapmak için yaptıkları seyahatleri ifade eder (Gibson, 1998). Dünyada spor turizmi, yaklaşık 180 milyar dolarlık bir ekonomik büyüklüğe sahiptir. Türkiye’de ise bu sektörün hacmi yaklaşık 900 milyon dolardır (TÜRSAB, 2015).

Spor turizmi faaliyetlerinde, uygun alanın seçilmesini etkileyen birçok coğrafi özellik vardır. Yeryüzü şekilleri, yükselti ve iklim gibi doğal faktörler, bu seçimde önemli bir rol oynar (Koca vd., 2011). Bu açıdan bakıldığında, Bolu spor turizmi için çeşitli avantajlara sahip olduğu söylenebilir. Türkiye’nin Karadeniz Bölgesi’ndeki önemli illerden biri olan Bolu, coğrafi konumu, iklimi, tarihi ve kültürel özelliklerinden dolayı birçok sektörden ekonomik katkı sağlayabilecek durumdadır.

Coğrafi olarak Bolu, Batı Karadeniz Bölgesi’nde yer alır. Yüzölçümü 8.458 km² olan ilin %64’ü ormanlarla, %18’i tarım alanlarıyla, %15’i çayır ve meralarla kaplıdır. Bolu’nun yüksekliği ortalama 1000 metre olup, başlıca dağları arasında Bolu, Abant, Köroğlu ve Seben Dağları yer alır. Bolu’nun zengin su kaynakları ve

göller (Abant, Yedigöller, Sülüklügöl gibi) doğa ve spor turizmi açısından önemli avantajlar sunar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025c).

Bolu'nun ekonomisi sanayi, ormancılık, tekstil ve hayvancılık üzerine kuruludur. İl, Türkiye'de kanatlı hayvancılık merkezi olarak da bilinir. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın planına göre Bolu, sahip olduğu doğal ve ekonomik imkânlarla "Potansiyel Rekabetçi İl" olarak tanımlanmıştır; bu da ilin spor ve doğa turizmi gibi alanlarda gelişme şansını gösterir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2025).

Turizm açısından Bolu, dört mevsim boyunca çeşitli etkinlikler için uygundur. Kış turizmi (örneğin Kartalkaya Kayak Merkezi), spor turizmi, doğa yürüyüşleri, yayla gezileri, kuş gözlemciliği, termal turizm ve gastronomi turizmi gibi birçok seçenek sunar. İlde 132 konaklama tesisi bulunmakta ve 2024 yılında yaklaşık 519.350 turist ağırlanmıştır (TCOSİB, 2016; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025d). Bolu'nun doğal güzellikleri ve konumu, onu hem Türkiye'de hem de uluslararası alanda spor ve doğa turizmi için önemli bir destinasyon hâline getirmektedir (Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021). Bolu spor turizmi açısından sadece sporcuları ağırlayan bir şehir değil, aynı zamanda ekonomik gelişimini destekleyebilecek büyük bir potansiyele sahiptir. Halkın spor turizmine yaklaşımına baktığımızda, sosyal değişim teorisinin önemli ölçüde geçerli olduğu görülmektedir. Spor turizmine hizmet eden tesislerin varlığı ve ailelerin çocuklarını spora yazdırması spora verilen değerin arttığını sporun gelecekte çocuklara hem sosyal hem de ekonomik fırsatlar sağlayacağı düşüncesi sosyal değişim teorisinin öne sürdüğü fayda-maliyet dengesine uygun bir davranıştır. Halkın spor turizmini yalnızca bir etkinlik olarak değil, aynı zamanda kazanç sağlayan bir "karşılıklı değişim" alanı olarak gördüğünü göstermektedir (Kılıç ve Hassan, 2025; Göktaş ve Sarı, 2019).

Turist, spor, turizm ve spor turizmi tanımlarımda karşımıza bolca çıkan boş zamanın fazla olması ve değerlendirilmesi konusunda Bolu ilinin sahip olduğu fiziki ve doğal çevresi, coğrafi yapısı ve hizmet veren işletmelerin varlığı sayesinde spor turizmi katılımcıları temel ihtiyaçlar, stres atma, enerji boşaltma veya engellenen hedeflerin telafisi gibi motive edici rekreasyonel faaliyetlerle değerlendirebilirler (Witt vd., 1970; Tinsley vd., 1986; Iso-Ahola, 1980).

Bu araştırmanın amacı, Bolu'nun spor turizmi potansiyelini inceleyip güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini ortaya koymaktır. Çalışma, Bolu'nun

doğal, kültürel ve fiziki kaynaklarını değerlendirerek, spor turizmini geliştirmek için stratejiler belirlemeyi ve ilin turizm gelirlerini artırarak yerel ekonomiye katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu amaçla, Bolu’da spor ve turizmle doğrudan ilişkisi olan 13 katılımcıyla birebir görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada Kartopu (Snowball) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, başlangıçta seçilen birkaç kişi araştırmaya uygun diğer kişileri önerir ve böylece örneklem zincir şeklinde genişler. Bu araştırmada elde edilen verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz ve SWOT analizi yöntemleri birlikte kullanılmıştır.

Araştırma, belirlenen amaçlar doğrultusunda altı bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde, turizm ve spor kavramları hakkında tanımlar, turizm türleri hakkında bilgiler verilmektedir. Üçüncü bölümde, spor turizmiyle ilgili bilgi ve spor turizmi çeşitlerinden bahsedilmektedir. Dördüncü bölümde, araştırmanın problemi, amacı ve kapsamı, önemi, araştırma soruları, örneklem, veri kaynakları, analiz yöntemi ve sınırlılıklar açıklanmaktadır. Beşinci bölümde, araştırmada elde edilen bulgular sunulmaktadır. Son bölümde ise, teori ve uygulama sürecinde elde edilen bulgulardan hareketle Bolu ilinin spor turizminden daha fazla katkı sağlamasına yönelik genel bir değerlendirme ve öneriler sunulmaya çalışılmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Turizm ve Spor Kavramları

Turizm, en basit şekilde, insanların farklı bir yere seyahat edip orada belirli bir süre kalmasıdır. Bu kelimenin kökeni, Latince’de “dönmek” ya da “hareket etmek” anlamına gelen “tournus” sözcüğüne dayandığı düşünülmektedir (Dinçer, 1993). Fransızca’da da benzer şekilde “tourner” (dönmek) ve “tour” (tur, gezi) kelimeleri hâlâ kullanılmaktadır. “Tour” kelimesi, bir bölgeyi gezmeyi ya da iş ve eğlence amacıyla yapılan seyahatleri ifade eder. “Touring” ise daha çok keyif almak, öğrenmek ya da kültürel deneyim yaşamak için yapılan gezileri anlatır (Sezgin, 1995). Turizmle ilgili “turist” ve “turistik” gibi kelimeleri ilk kez İngilizler kullanmıştır. “Turizm” kelimesi ise 1800’lü yıllarda ortaya çıkmıştır. Türkçede ise bu kavramlar “seyahat” ve “seyyah” kelimeleriyle karşılanmıştır (Özdemir, 1992).

Birçok kaynakta turizm kavramı farklı şekillerde tanımlanmıştır. Turizm kavramı, bir yıl süre boyunca ikamet edilen yerin dışına çıkılarak yeni destinasyonları ziyaret edip oradaki halkın ekonomik, sosyal ve kültürel durumlarını görmek için giden ve turlamak eylemini gerçekleştiren turist tanımı oluşturan, eylemler ve durumlar bütünü olarak turizmi tanımlayabiliriz (Erdoğan, 1996). Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre turizm; İnsanların ikamet edilen yerin dışına çıkarak burada bir yıldan daha az süre geçirip, ekonomik gelir getirici eylemler dışında kalarak; tatil, eğlence, sağlık, spor ve çeşitli diğer amaçlar için seyahat etmeleri ve konaklama yapmaları durumudur (Çuhadar, 2006).

Turizmin çok yönlülüğü nedeniyle çeşitli bilim dallarıyla ilişki içinde olması kaçınılmazdır. Turizmin insana has ve sosyal bir olay olma özelliği olduğu için kişiyi turizme yönelten etkenler bulunmaktadır. Bunlar; dinlenme, kültürel, spor gibi motivasyonlardır (Morgül, 2014).

Spor kavramı; ruhsal ve fiziksel gelişmenin ön planda olduğu, rekabeti ve dayanışmayı vurgulayarak bireysel ya da grup halinde, araçlı ya da araçsız, boş zaman etkinliği olarak ya da tam zamanlı olarak meslek edinilebilen, belirli kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen sosyalleştirici ve kültürel kavramdır (Bompa, 1998). Spor, bireyin zihinsel, ruhsal ve fiziksel olarak gelişimini ve bu alanlarda dengeyi ve sosyalleşmeyi sağlayan bir olgudur (Yetim, 2015). Bu savı Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün “Sağlam kafa sağlam vücutta bulunur” sözü desteklemektedir.

2.2 Turizm Türleri

Turizmin çeşitli türleri hakkında farklı sınıflandırmalar yapmak mümkündür. Örneğin, katılan kişi sayısına göre (bireysel, grup turları gibi) (Toskay, 1989), katılım amaçlarına göre (eğlence, spor, dini geziler gibi) (Küçükaslan, 2007), katılım dönemine göre (yaz tatilleri, kış tatilleri gibi) (Tunç ve Saç, 2008), katılımcıların sosyo-ekonomik durumuna göre (sosyal turizm, lüks turizm gibi) (Evliyaoğlu, 1989), yaş gruplarına göre (orta yaş, yaşlılar turizmi gibi) ve ziyaret edilen yere göre (yerel turizm, uluslararası turizm gibi) farklı sınıflamalar yapılabilir. Ancak, yaygın olarak kullanılan detaylı sınıflama şekli şu şekildedir (Kozak, 2012):

a. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm

İç turizm: Katılımcıların kendi ülkeleri içinde yaptıkları seyahatler sonucunda oluşan turizm türüdür.

Dış turizm: Katılımcıların kendi ülkelerinin dışına yaptıkları seyahatlere bağlı olarak oluşan turizm türüdür. İki alt gruba ayrılır:

Aktif dış turizm: Bir ülkeye yabancı turistlerin gelmesiyle gerçekleşen turizmdir.

Pasif dış turizm: Bir ülkenin vatandaşlarının başka ülkelere yaptıkları seyahatlerden gerçekleşen turizmdir.

b. Katılımcı Sayısına Göre Turizm

Bireysel turizm: Kişilerin tek başlarına yaptıkları seyahatler ve diğer turizm ürünlerini satın alıp kullanmalarıyla oluşturulan turizm türüdür. Bu tür turizme katılım, genellikle Avrupa'nın batısındaki ülkelere ve dünya genelinde çoğunlukla erkekler tarafından sağlanır.

Grup turizmi: Belirli bir grup ya da organizasyon (kulüp, dernek vb.) tarafından yapılan seyahatler ve diğer turizm ürünlerinin satın alınıp kullanılmasıyla oluşturulan turizm türüdür.

Kitle turizmi: Turizm ürünlerinin büyük ölçüde topluca satın alınıp kullanıldığı ve turistlerin grup halinde hareket etmeye teşvik edildiği bir turizm biçimidir. Bu tür turizmin en belirgin özelliği, insanların paket turlara olan ilgisinin yüksek olmasıdır.

c. Amacına Göre Turizm

Turizm endüstrisinde, insanların seyahat etme nedenleri çok çeşitlidir ve bu durum, geziden eğlenceye, kültürden eğitime, spordan sağlığa, ziyaretten alışverişe kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. Bir turistin hangi amaçla seyahat ettiğini belirlemek zor olabilir çünkü bu amaçlar genellikle iç içe geçmiş durumdadır. Ancak, turistin seyahati sırasında yaptığı aktiviteler ve kurduğu ilişkiler göz önünde bulundurularak temel amacı belirlemek mümkündür (Kozak, 2012).

Dünyada en yaygın olan turizm türü, gezip görme arzusundan doğan turizm faaliyetleridir. Her yıl milyonlarca insan yeni yerler keşfetmek, gezmek ve eğlenmek amacıyla seyahat eder. Kültürel turizm, bir bölgenin kültürel değerlerini görmek, araştırmak ve yaşamak için yapılan seyahatleri ifade eder (Yeşil, 2015). Spor turizmi ise spor faaliyetlerine katılmak veya bu tür etkinlikleri izlemek amacıyla yapılan seyahatleri kapsar. Aile, arkadaş ve tanıdıkları ziyaret etmek için yapılan seyahatler ise ziyaret amaçlı turizmdir. Sağlık turizmi, tedavi olmak veya sağlığa uygun yerlerden yararlanmak amacıyla yapılan seyahatleri ifade eder. Eğitim turizmi, eğitim hayatını zenginleştirmek ve yeni gelişmeleri yerinde görmek için yapılan seyahatlerdir. İş turizmi, iş bağlantıları kurmak veya ticari faaliyetleri yürütmek amacıyla yapılan seyahatleri kapsar. Alışveriş turizmi, alışveriş yapmak veya modayı takip etmek amacıyla yapılan seyahatleri ifade eder. Dini turizm ise dini görevleri yerine getirmek veya kutsal mekanları ziyaret etmek amacıyla yapılan seyahatlerdir (Yeşil, 2015).

Ülkemizde turizm faaliyetlerine katılanların amaçlarına bakıldığında, doğal ve yapay turizm kaynaklarımızın zenginliği nedeniyle birçok turizm türü öne çıkmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, ülkemizdeki başlıca alternatif turizm çeşitlerini belirlemiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

2.2.1 Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, insanların sağlık sorunlarını tedavi etmek amacıyla başka yerlere seyahat etmelerini kapsar. Bu tür turizm, kaplıcalar, estetik cerrahi, organ nakli gibi sağlık hizmetlerinden yararlanmak için yapılan seyahatleri içerir ve uluslararası sağlık kuruluşlarının büyümesine katkıda bulunur (Yeşil, 2015).

Özellikle sanayileşmiş ülkelerde, çevre kirliliği ve buna bağlı sağlık sorunları yaygınlaşmıştır. Sanayileşme ve şehirlerin büyümesi, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde bazı çevre problemlerine yol açmaktadır. Bu sorunlar,

insanların sağlığını olumsuz etkileyebilir; beslenme düzenini bozabilir, sinirsel yorgunluğu artırabilir ve insanların iş verimini düşürebilir. Bu olumsuzlukları azaltmak ve toplum sağlığını korumak için kaplıcalar, deniz kenarında yapılan tedaviler ve iklimin iyileştirici etkilerini kullanan krler zamanla önem kazanmıştır. Bu tür uygulamalar hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki turizm faaliyetleriyle birleşerek sağlık turizmi adı verilen alanın oluşmasına katkı sağlamıştır. Sağlık turizmi, insanların tedavi ya da iyileşme amacıyla başka bir yere giderek orada konaklama, beslenme, dinlenme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamasını kapsar. Ayrıca, bu tür tedavi ve körlerin yılın her döneminde yapılabilmesi ve genellikle en az yirmi bir gün sürmesi, sağlık turizmini turizm sektörü içinde daha cazip hale getirmektedir (Tunç & Sa, 1998).

Doktorların önerdiği kaplıcalar, deniz, güneş gibi doğal tedavi yöntemleri sayesinde sağlık turizmi önem kazanmıştır. Bu turizm türü, temiz hava tedavisi, termal su kaynakları ve belirli besinlerle yapılan krler gibi çeşitli doğal tedavi yöntemlerini de içerir (rger, 1992).

Günümüzde sanayinin gelişmesi ve şehirlerin giderek kalabalıklaşması; hava, su ve toprak kirliliğini artırmış, ayrıca gürültü gibi evre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Bu durum, insanların yaşadıkları yerlerden bir süre uzaklaşıp doğayla buluşma isteğini güçlendirmiştir. Temiz hava almak, deniz veya kır manzarası görmek ve şıfalı sulardan faydalanmak, insanların hem dinlenmesine hem de kendini daha iyi hissetmesine yardımcı olmaktadır. Sağlıklı ve enerjik kalmak isteyen bireyler, artık daha kaliteli turizm seçeneklerine yönelmektedir. Bu noktada hem tedavi hem de eğlence ve dinlenme imknlarını bir arada sunan termal tesisler ne çıkmaktadır. Daha önce tatillerini genellikle deniz, kum ve güneş üçlüsüyle planlayan birçok kişi, zamanla şıfalı sulardan nasıl yararlanabileceklerini öğrenmiş ve sağlık hizmeti veren termal tesislere ilgi göstermeye başlamıştır. Bu yönelim ise turizm alanında termal turizm olarak bilinen yeni bir türün gelişmesine katkı sağlamıştır (Doğan, 2000).

En bilinen sağlık turizmi türü termal turizmdir. Kaplıca, ılıca ve imeler gibi şıfalı sular tedavi amaçlı kullanılır. Ayrıca klimatizm (temiz havayla tedavi) ve valizm (meyve ve sebzelerle kr uygulaması) da sağlık turizmi kapsamındadır (Aydın, 2012). Termal turizm alanında ne çıkan şehirler arasında Afyonkarahisar, Denizli, Balıkesir, Bursa, Bolu, Kütahya ve Ankara yer alır. Türkiye'deki önemli kaplıca ve termal merkezlerinden bazıları şunlardır (Kara vd., 2020):

- Afyonkarahisar: Ömer, Gecek ve Sandıklı Hüdai Kaplıcaları
- Ankara: Kızılcahamam, Haymana ve Ayaş Kaplıcaları
- Balıkesir: Gönen ve Susurluk Kaplıcaları
- Denizli: Pamukkale ve Karahayıt Kaplıcaları
- Yalova: Termal Kaplıcaları
- Bursa: Kükürtlü, Vakıfbahçe, Tümbüldek ve Oylat Kaplıcaları
- İzmir: Balçova, Bayındır ve Bergama Kaplıcaları
- Uşak: Hamamboğazı Kaplıcaları
- Bolu: Karacasu Kaplıcaları
- Kütahya: Ilıca, Gediz ve Eynal Kaplıcaları

Bu kaplıcalar hem sağlık hem de turizm açısından yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir.

Son yıllarda sağlık turizmi sadece kaplıcalarla sınırlı kalmamış, estetik ameliyatlar ve hastane hizmetlerini de içine alacak şekilde genişlemiştir (Bookman, 2007). Türkiye, sahip olduğu termal kaynaklar, gelişmiş hastaneleri ve eğitimli sağlık çalışanları sayesinde bu alanda öne çıkan ülkelerden biridir. Sağlık turizmi, hem insanların tedavi olmasına yardımcı olmakta hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Doğan ve Aslan, 2019).

2.2.2 Deniz Turizmi

Türkiye'de en çok talep edilen turizm türü, deniz, kum ve güneş gibi doğal kaynakların ön planda olduğu turizmdir. Ülkemiz, ödüllü kıyıları, temiz deniz suyu ve zengin doğal güzellikleri ile bu alanda önemli bir yere sahiptir. Türkiye'nin dört mevsimi bir arada yaşayabilen iklimi, turizmde büyük bir avantaj sunar. Türkiye'de deniz turizmi genellikle tatilcilerin sadece plajlarda vakit geçirmesiyle sınırlı kalmaktadır. Deniz suyunun sağlık turizmi için kullanımı ve deniz ulaştırıcılığının turizm amacıyla değerlendirilmesi yeterince yaygınlaşmamıştır. Bu durum, deniz turizminin sezonluk olmasına ve yoğun sezonda kıyı bölgelerinde altyapı ve doğal kaynakların yetersiz kalması gibi sorunlara yol açmaktadır (Yeşil, 2015).

Türkiye'de “deniz turizmi” kavramı ortaya çıkmadan önce, bu alan “yat turizmi” olarak adlandırılıyordu. 1983 yılında yürürlüğe giren Yat Turizmi Yönetmeliği, daha sonra 24 Temmuz 2009 tarihinde yayımlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği ile yürürlükten kaldırılmıştır. Bu değişiklikle birlikte, kruvaziyer

(gemi) turları, dalış turizmi, rüzgâr sörfü (windsurf), uçurtma sörfü (kitesurf), günübirlik tekne gezileri, marinalar ve yat işletmeleri gibi faaliyetler “deniz turizmi” başlığı altında toplanmıştır (Deniz Turizmi Yönetmeliği, 2009).

Kruvaziyer turizm, ülkelerin turizmi çeşitlendirmek için yararlanabileceği en önemli seçeneklerden biridir. Bu turizm türü, genellikle gelir düzeyi daha yüksek turistlerin tercih ettiği bir alan olduğu için, ziyaret edilen şehirlerde ekonomik açıdan olumlu etkiler oluşturabilmektedir. Özellikle kısa vadede, bir ilin turizmini canlandırmada önemli rol oynar. Çünkü kruvaziyer gemileriyle gelen turistler gittikleri yerlerde alışveriş yapar, yemek yer veya çeşitli hizmetlerden yararlanır. Bu harcamalar da bölgenin ekonomik gelişimine hem doğrudan hem de dolaylı katkı sağlar (Şahin vd., 2011).

Kruvaziyer gemiler; önceden belirlenmiş bir programa göre hareket eden, genellikle açık denizde iki gün veya daha uzun süre kalan ve en az 100 yolcu taşıyabilen büyük yolcu gemileridir. Kruvaziyer turizmi ise bu gemilerle deniz üzerinden farklı limanlara uğrayarak yapılan keyif amaçlı seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Şahin vd., 2011). Bu gemiler, çoğu zaman “yüzen oteller” olarak anılır çünkü konaklama, yeme-içme, eğlence ve dinlenme gibi otellerde sunulan birçok imkânı yolcularına sunarlar. Ayrıca Orams’a (2002) göre, deniz-kum-güneş turizmi, balina gözlem turları, fiyort gezileri ve balık avı turları da deniz turizminin çeşitleri arasında yer almaktadır.

2.2.3 Kongre Turizmi

Kongre turizmi, bilim insanları, uzmanlar ve çeşitli meslek alanlarında çalışan kişilerin bilgi alışverişinde bulunmak ve bir araya gelmek amacıyla yaptıkları seyahatler ve bu süreçte gerçekleşen etkinliklerden oluşan bir turizm türüdür (Kozak ve Bahçe, 2012). Kongre turizmi, iki yönlü bir turizm türüdür. Bu türde asıl amaç kongre düzenlemektir, turizm ise bu etkinliğin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkar. Sürekli gelişen bir alan olan kongre turizmi, turizm ekonomisinde mevsimleri uzatıcı bir etki yaratır. Ayrıca, ülke turizmine hem ekonomik katkı sağlar hem de yapısal değişimlere yol açar. Kongre turizmini diğer turizm türlerinden ayıran en önemli özelliklerden biri, kongreye katılan kişilerin (delegelerin) yaptıkları harcamaların normal turistlere göre daha fazla olmasıdır. Bu harcamalardan sadece oteller ve kongre salonları değil, aynı zamanda alışveriş, restoran ve ulaşım gibi birçok sektör de kazanç sağlar. Kongrelerin faydası yalnızca

ekonomik değildir. Kongre turizmi sayesinde yeni iş alanları açılır, istihdam artar ve bu durum ülkeler için büyük önem taşır. Ayrıca, düzenlenen kongreler sayesinde ev sahibi ülke ve şehir uluslararası alanda tanıtım fırsatı bulur ve imajını güçlendirir (Karasu, 1990).

Dünyada kongre ve toplantı organizasyonlarının artmasıyla giderek daha fazla talep görmektedir. Bu da turizm yatırımcılarının bu alana yönelmesini sağlamıştır. Pandeminin etkisiyle kongre sayılarında önceki yıllara göre düşüşler yaşanmış ve birçok kongre online olarak düzenlenmiştir. 2022 yılında dünya genelinde 1.089 kongre yapılırken, 2023'te bu sayı 1.304'e çıkmıştır. 2024 yılında ise toplam 1.320 kongre düzenlenmiştir. Türkiye, kongre turizmi pazarında büyük bir pay alamasa da İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya gibi şehirleri sayesinde uluslararası alanda tanınan bir ülke olmayı başarmıştır (Kongre Merkezi, 2025).

2.2.4 Yayla Turizmi

Yayla turizmi, kırsal bölgelerde gerçekleştirilen ve bu bölgelerde yaşayan insanların turizm gelirlerinden faydalanarak refah seviyelerini artırmalarına olanak tanıyan bir turizm türüdür (Kozak ve Bahçe, 2012). Günümüzde büyük şehirlerde yaşayan insanlar, şehirlerin gürültüsünden ve kirliliğinden uzaklaşmak için doğayla iç içe, sessiz ve sakin yerlere gitmeyi tercih etmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak, özellikle yaz aylarında sıcak ve nemli bölgeler yerine, serin havası ve doğal güzellikleriyle dikkat çeken yaylalar tercih edilmektedir (Canalıoğlu, 1995). Bu turizm türü, yeşil doğası, kaynak suları, temiz havası ve düzenlenen şenlikleri ile dikkat çeker. Ayrıca, yaylalara gelen turistler, dini ve tarihi yerleri gezme imkanı da bulur. Yaylalarda dağcılık, kayak, su kayağı gibi sporlar yapılabilirken, termal sulardan da yararlanılabilir (Subaşı, 2004).

Yayla turizmi, bitki örtüsü, yaban hayatı, göller, şelaleler ve kanyonlar gibi doğal güzelliklerle zenginleşmiş bir turizm çeşididir. Geleneksel kırsal yaşamın korunmuş olduğu bu alanlar, kıyı turizminin tam karşıtı olarak nitelendirilebilir. Türkiye, sahip olduğu uygun iklim, zengin peyzaj, geleneksel yaşam tarzı ve doğa sporlarına uygun alanlarıyla yayla turizmi için son derece elverişli bir ülkedir (Erkut, 2005).

2.2.5 Yat Turizmi

Yat turizmi, insanların doğal, tarihi ve turistik değerleri görmek, dinlenmek ve eğlenmek amacıyla belirli bir rota boyunca yatla yaptıkları geziyi ifade eder (Çağlayan, 1992). Turizm hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonomi, siyaset ve kültür alanlarında olumlu etkiler oluşturur. Türkiye’de ise yat turizmi 1980’li yıllardan sonra gelişmeye başlamıştır. Ülkemiz, uygun iklimi, uzun kıyı şeridi ve tarihi yerleri sayesinde yat turizmi için büyük bir potansiyele sahiptir (Narin, 2006). Akdeniz ve Karayipler, dünya çapında yatçılığın en çok tercih edildiği bölgeler arasında yer alır. Yat turizmi için ülkemizdeki önemli yat limanları ve marinaların konumları ile deniz bağlama kapasiteleri Tablo 2.1’de listelenmiştir (Marinalar, 2024).

Tablo 2.1. Türkiye’de Yat Turizmine Hizmet Veren Marinalar

Marina Adı	Denizde Ağırlama Kapasitesi	Şehir
Yalıkavak Marina	620	Muğla
Kıyı İstanbul Marina	539	İstanbul
D-Marin Didim	576	Aydın
Teos Marina	480	İzmir
Güllük Egesu Marina	350	Muğla
İzmir Marina	60	İzmir
Ece Saray Marina	460	Muğla
Mandalya Butik Marina	50	Muğla
Marmaris Yacht Marina	750	Muğla
Ataköy Marina	800	İstanbul
Ella Yacht Club Marinette	50	Muğla
Netsel Marmaris Marina	700	Muğla
Port Iasos Marina	150	Muğla
Milta Bodrum Marina	450	Muğla
Çeşme Marina	400	İzmir
Global Sailing Marinette	35	Muğla
Dalyan Yat Limanı	210	İzmir
Güzelce Marina	250	İstanbul
Setur Yalova Marina	240	Yalova
Port Alaçatı Marina	250	İzmir
Viaport Marina	750	İstanbul
Skopea Marina	80	Muğla

Tablo 2.1. Türkiye’de Yat Turizmine Hizmet Veren Marinalar (devam)

Göcek Village Port Marina	140	Muğla
Setur Finike Marina	320	Antalya
Kairos Marina	246	Muğla
Setur Çeşme Marina	186	İzmir
Albatros Marina	44	Muğla
Martı Marina	380	Muğla
G Marina Kemer	230	Antalya
Mersin Marina	500	Mersin
Alanya Marina	287	Antalya
MarinTürk Pendik Marina	752	İstanbul
D-Marin Göcek	380	Muğla
Setur Antalya Marina	235	Antalya
Setur Kaş Marina	472	Antalya
Setur Ayvalık Marina	200	Balıkesir
Gökova Ören Marina	416	Muğla
D-Marin Turgutreis	550	Muğla
West İstanbul Marina	600	İstanbul
Setur Kuşadası Marina	428	Aydın
Setur Kalamış ve Fenerbahçe Marinaları	1060	İstanbul

Kaynak: (Marinalar, 2024).

2.2.6 Akarsu Turizmi

Günümüzde insanlar, teknoloji ve modern yaşamın getirdiği streslerden uzaklaşmak için doğaya yönelmektedir. Bu nedenle doğa yürüyüşü (trekking), dağ sporları, yayla turizmi ve kış sporları gibi etkinliklere olan ilgi artmıştır. Bu gelişmelerden akarsular da etkilenmiş ve turizmde kullanılmaya başlanmıştır. Akarsular, doğal kaynaklarımız arasında yer alır ve rafting, kano ile nehir kayağı gibi etkinliklerle “akarsu turizmi” olarak adlandırılan bir turizm türü ortaya çıkmıştır. Türkiye’deki birçok nehir, bu sporların yapılması için uygun koşullara sahiptir. Ülkemizde akarsu sporlarının ilk kez uygulandığı yer Çoruh Nehri’dir. Uzun yıllar boyunca yabancı tur şirketleri tarafından rafting yapılan bu nehir, Türkiye’de akarsu turizminin gelişebileceğini göstermiş ve son dönemlerde yerli turizmcilerin de bu alanda çalışmasına öncülük etmiştir (Akova, 1995).

Akarsu turizmi, akarsuların çeşitli serbest zaman etkinlikleri için kullanılmasıdır. Bu etkinlikler arasında rafting, yüzme ve sportif olta balıkçılığı gibi

aktiviteler yer alır (Akoğlan Kozak, 2002). Akarsu turizmi, büyük yatırımlar gerektirmeyen, çevreye zarar vermeyen ve doğal güzellikleri ön planda tutan bir turizm türüdür (Ecer, 1994). Türkiye'deki akarsular, rafting, kano ve nehir kayağı gibi aktiviteler için oldukça uygundur. Çoruh Nehri, dünyanın en hızlı akan nehirlerinden biri olarak tanınmakta ve 1993 yılında 28 ülkeden sporcuların katıldığı 4. Dünya Akarsu Şampiyonası'na ev sahipliği yapmıştır. Akarsu turizminin ülkemizdeki potansiyelinin geliştirilmesi ve geniş kitlelere tanıtılması önemlidir (Bakut, 2024).

2.2.7 İnanç Turizmi

İnanç turizmi, insanların ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak dini inançlarını yaşamak, inanç merkezlerini ziyaret etmek amacıyla yaptıkları geziler olarak tanımlanır. Bu tür geziler, turizm olgusu içinde değerlendirilir. Tüm dinlerde, kutsal yerlerin ve dini mekânların ziyaret edilmesi önemli görülmektedir. Bu ziyaretler sadece inanç açısından değil, aynı zamanda ekonomik açıdan da hareketlilik oluşturmuştur. Bu nedenle, kutsal yapıların bulunduğu ülkeler hem inananlardan hem de bu yerleri görmek isteyen meraklı ziyaretçilerden sürekli ekonomik kazanç elde etmektedir (Sargın, 2006). Anadolu'nun tarihi boyunca ilk çağ medeniyetlerinin etkisi ve Hristiyanların erken dönemlerinde yaşadıkları baskılar nedeniyle, bölgede birçok sinagog ve kilise yer almıştır. Bu durum, hem İslamiyet hem de diğer dini yapılar açısından zengin bir kültürel miras oluşturmuştur (Yeşil, 2015). Son yıllarda inanç turizmi dünya genelinde artış göstermiştir. 2010 yılında İstanbul'da düzenlenen İnanç Turizmi Zirvesi'nde, Dünya Dini Seyahat Birliği Başkanı Kevin J. Wright, yılda yaklaşık 300 milyon kişinin inanç turizmine katıldığını belirtmiştir. Bu da inanç turizminin küresel çapta önemli bir yer tuttuğunu gösterir (HaberKıbrıs, 2024). Anadolu, tarih boyunca birçok farklı kültürün, uygarlığın ve dinin yaşadığı bir bölge olmuştur. Bu nedenle Türkiye, çeşitli dinler için kutsal kabul edilen birçok inanç merkezine sahiptir. Ülkemizdeki bu önemli inanç merkezleri tablo üzerinde gösterilmiştir (Kara vd., 2020).

Tablo 2.2. Türkiye'deki Bazı İnanç Merkezleri

İnanç Merkezi	İl	İnanç Merkezi	İl
Selimiye Camii	Edirne	Meryem Ana Evi	İzmir
Ahrida Sinagogu	İstanbul	Laodikya Antik Kenti	Denizli

Tablo 2.2. Türkiye’deki Bazı İnanç Merkezleri (devam)

Sveti Stefan Kilisesi	İstanbul	St. Nicholas Kilisesi	Antalya
Büyükkada Aya Yorgi Kilisesi	İstanbul	Mevlâna Türbesi	Konya
Sultan Ahmet Camii	İstanbul	St. Paul Anıt Müzesi	Mersin
Ayasofya-i Kebir Camii	İstanbul	Akdamar Kilisesi	Van
İznik Ayasofya Camii	Bursa	Mor Gabriel Manastırı	Mardin
Sardes Antik Kenti	Manisa	Pisidia Antik Kenti	Isparta
St. Pierre Anıt Müzesi	Hatay	Sümela Manastırı	Trabzon
Hacı Bektaş Veli Türbesi	Nevşehir	Neve Şalom Sinagogu	İstanbul

Kaynak: (Kara vd., 2020).

2.2.8 Kamp Turizmi

Kamp, doğada yapılan sportif veya eğlence amaçlı etkinliklerde çadır, karavan veya baraka gibi araçlarla kısa süreli konaklamayı ifade eder (Topay & Koçan, 2009). Benzer şekilde, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na (2025a) göre kamp turizmi, insanların kendi ulaşım, konaklama ve yiyecek ihtiyaçlarını kendilerinin karşılayarak çadır veya karavanla yaptıkları gezileri kapsar. Bu tür turizm, hem farklı yerleri görme hem de daha ekonomik tatil yapma imkânı sunar.

Türkiye, kamp turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. 2018’de turizm belgeli kamp alanlarında 13.396 turist ortalama 3,92 gün, mahalli işletmelerde ise 70.081 turist ortalama 2,83 gün konaklama yapmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025a). Pandemi döneminden sonra kampçılık, dünyada hızla popülerleşen turizm türlerinden biri haline gelmiştir. Türkiye de doğal güzellikleri sayesinde kamp turizmi için oldukça uygun bir ülkedir. Ülkemizde hem deniz kıyılarında hem de iç bölgelerde kamp yapılabilecek birçok alan bulunmaktadır. Bu kamp alanları, doğayla iç içe zaman geçirmek isteyen yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Türkiye’nin en çok tercih edilen kamp yerlerinden bazıları şunlardır (Kara vd., 2020):

- Yedigöller Millî Parkı (Bolu)
- İnbükü Orman Kampı (Marmaris)
- Çubucak Orman Kampı (Marmaris)
- Kelebekler Vadisi (Ölüdeniz / Fethiye)
- Yazılı Kanyon (Isparta)
- Köprülü Kanyon (Antalya)
- Gökova Orman Kampı (Akyaka / Muğla)
- Geyikbayırı (Antalya)

- Karagöl (Borçka / Artvin)
- Olympos (Kumluca / Antalya)

2.2.9 Kültür Turizmi

Kültür turizmi, ilk kez 1980'li yıllarda Avrupa Komisyonu tarafından, Avrupa Birliği'nin kültürel kimliğini ve mirasını tanıtmak amacıyla ortaya atılmıştır (Kocapınar, 2003). Bir bölgenin sahip olduğu kültürel değerler, o yerin kimliğini ve özelliklerini yansıtır. Kültür; bir toplumun tarih, sanat, bilim, eğitim, spor, ekonomi ve turizm gibi alanlardaki maddi ve manevi birikimlerinin bütünüdür (Tunç Hussein & Saç, 2008). Kültür turizmi, insanların gittikleri yerlerde o bölgenin tarihini, sanatını ve yaşam tarzını tanımak amacıyla yaptıkları gezilerdir (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002). Bu tura katılanlar genellikle müzeleri, tarihi yapıları, sanat galerilerini, tiyatro ve müzik etkinliklerini, festivalleri veya dini törenleri ziyaret eder (Richards, 2001).

Türkiye, sahip olduğu zengin kültürel miras sayesinde kültür turizmi açısından önemli bir yere sahiptir. Ülkede yaklaşık 8000 sit alanı bulunduğu ve Türkiye'ye gelen Avrupalı turistlerin yaklaşık %30'unun bu alanları ziyaret ettiği belirtilmektedir (Batman & Çınar, 2008; Çolak, 2009). Kültür turizmi, ülkelerin ekonomisine katkı sağladığı için önemli bir sektör haline gelmiştir. Ancak tarihi ve kültürel değerlerin yok olması, turizmin de bitmesi anlamına gelir. Bu yüzden bu değerlerin korunması hem turizmin devamı hem de gelecek nesillere aktarılması açısından gereklidir (Aklanoğlu, 2010).

2.3 Spor Turizmi Kavramı

Spor turizmi, uzmanlara göre sporun tatil veya gezilerde bir amaç olarak kullanılmasına denir. Bu alana, spor etkinliklerine katılmak, spor merkezlerinde tatil yapmak, sporla ilgili gezilere katılmak, spor gösterilerini izlemek, macera dolu spor faaliyetlerine katılmak ve spor turları gibi etkinlikler dahildir (Kurtzman, 1993). Spor turizmi, sportif etkinliklere katılmak, izlemek veya bu etkinliklerin yapıldığı yerlerde bulunmak amacıyla yapılan seyahatleri ifade eder (Kurtzman ve Zauhar, 2001). Turco ve diğerlerine (2002) göre, spor turizmi, insanların belirli bir spor etkinliğine aktif veya pasif olarak katıldıkları seyahatleri kapsar. Bu, sporcu, yönetici veya izleyici olarak etkinliklerde bulunmayı içerir. Spor turizmi, belirli bir zaman diliminde, sporun kurallarına göre şekillenen ve fiziksel yetenek ile beceri

gerektiren yarışma alanlarına yapılan seyahat olarak tanımlanır. Bu tanım, spor turizminin sadece etkinlikleri izlemek değil, aynı zamanda spor odaklı deneyimler yaşamak amacıyla yapılan seyahatleri de kapsadığını vurgular (Hinch ve Higham, 2001). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin hazırlamış olduğu sektörel raporlardan biri olan TÜRSAB Spor Turizmi Raporuna göre: Spor turizmi, spor yapmak ya da bir spor etkinliğini izlemek için başka bir yere seyahat eden kişilerin oluşturduğu turizm türüdür. Kimi insanlar bu turizmi sadece spor yapanlarla sınırlandırırken, kimileri izleyicileri de buna dahil eder (TÜRSAB, 2015).

Günümüzde spor, dünyanın en etkili ve yaygın sosyal olaylarından biri olarak görülmektedir. Turizmin ise yakın gelecekte dünyanın en büyük ekonomik sektörlerinden biri olması beklenmektedir. Bu yüzden, spor ile turizm arasındaki ilişki giderek güçlenmiştir. Her iki alan da birbirinden fayda sağlamakta ve aralarındaki uyum dikkat çekmektedir (Olivova, 1984). Spor turizmi terimi, sporu turistik bir faaliyet olarak tanımlamak amacıyla ortaya çıkmıştır. Son yıllarda bu iki alanın birleşmesiyle ilgili hem düşünsel hem de girişimci anlamda önemli gelişmeler yaşanmıştır (Kurtzman ve Zauhar, 2003).

Spor turizmi, insanların spor yapmak veya sportif aktiviteleri izlemek amacıyla seyahat etmeleriyle ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Hazar, 2007). Spor turizmi evden veya iş yerinden uzaklaşmayı gerektiren, spor etkinliklerine aktif veya pasif katılımı içeren seyahatler olarak tanımlanmakta ve spor yapmak, spora katılmak, izlemek veya spor faaliyetlerinde görev almak amacıyla başka bölgelere, şehirlere veya ülkelere seyahat etmeyi içermektedir (Standeven ve De Knop, 1999). Bu tür seyahatlerde insanlar, çeşitli hizmetler satın alarak yerel ekonomiye katkıda bulunur ve spor faaliyetleri tamamlandıktan sonra geri dönerek veya başka bir yere hareket ederek turizm deneyimlerini tamamlar (Yeşil, 2015).

Spor turizmi, farklı ülkelerde farklı şekillerde tanımlanıyor. Avrupalılar spor turizmini genellikle spor yaparak katılım (golf veya tenis oynamak gibi) olarak tanımlarken, Amerikalılar daha çok sporcuların ve izleyicilerin katılımıyla ilgileniyorlar (Turco ve diğerleri, 2002). Spor turizmi, bir kişinin spor amaçlı seyahat etmesi olarak tanımlanıyor. Ancak bu tanım, profesyonel sporcuların kazanç sağlamak amacıyla yaptıkları seyahatlerle uyumlu değil. Yani, profesyonel sporcuların bir müsabakaya katılmak için yaptığı seyahatler de spor turizmi olarak kabul ediliyor (Hazar, 2007).

Bazı araştırmalar, spor turizmine katılan kişilerin en az 24 saat boyunca etkinlik yerinde kalması gerektiğini söylese de bu süre her zaman geçerli olmayabiliyor (Nogawa, 1996). Örneğin, bir futbol maçını izlemek için yurt dışına gidip, aynı gün geri dönen bir kişi de spor turizmi kapsamında değerlendirilebiliyor. Spor turizmi ve turizmde spor kavramları arasında farklar var. Spor turizminde, spor birincil amaken, turizmde spor, seyahatin ana amaı değer, ikincil bir aktivite olarak yer alıyor. Sonuç olarak, spor turizmi, insanların spor yapma amaçıyla seyahat ettiği bir turizm türüdür ve bu seyahatlerde hem aktif (sporcu olarak) hem de pasif (izleyici olarak) katılım söz konusudur (Robinson ve Gommon, 2004).

2.4 Spor Turizmi Tarihçesi

Spor turizminin tarihteki ilk rnekleri, M.. 766 yılında yapılan olimpiyatlara dayanmaktadır. Yunanistan'daki Olympia'da düzenlenen Pan Hellenic oyunları, bu dönemin en önemli spor etkinliklerinden biri olarak kabul edilir (Weed ve Bull, 2004). Zamanla spor, insanların günlük yaşamında daha önemli bir yer edinmiş ve bu alana olan ilgi giderek artmıştır. Bu ilgiyle birlikte spor etkinliklerinin sayısı da sürekli çoğalmıştır (Tarıncı, 2019). Farklı medeniyetler de sporla ilgilenmiştir. Örneğin, Sümerler döneminde güreş çok popülerdi. Mayalar, toplu oyunlar ve bunları izlemek için tribünler inşa etmiştir. Mısırlılar ise güreş, boks, avcılık, su sporları gibi faaliyetlerden hoşlanmışlardır. Babilliler, spor etkinliklerine seyahat olgusunu ekleyen ilk uygarlıklardan biridir. Uzun yolculuklar yaparak farklı yerlerde spor aktivitelerine katılmışlardır (Zorba ve diğerleri, 2005).

Zamanla, zengin kesimler sevdikleri spor etkinliklerini izlemek için seyahat etmeye başlamıştır. 19. yüzyılın sonlarında, tatil yerlerinde golf sporunun yaygınlaşmasıyla birlikte konaklama talebi de artmıştır (Gibson, 1998). Spor turizmi, özellikle sanayi devriminden sonra dört ana gelişim aşamasından geçmiştir (Hinch ve Higham, 2004):

- Spor katılımcılarının profili çeşitlenmiştir.
- 1970'lerden itibaren batı toplumlarında sağlık ve fiziksel uyuma ilgi artmıştır.
- 1980'lerden sonra turistler tatillerde daha fazla aktiviteye katılmaya başlamıştır.

- Spor ve spor etkinliklerinin, şehirlerin gelişiminde ve imajlarının artmasında önemli bir rolü olmuştur.

2.5 Spor Turizminin Genel Özellikleri

Turizm ürünleri genellikle soyut, hizmet odaklı ve stoklanamayan özellikler taşır. Bu durum, turizmin tüm alanlarında olduğu gibi spor turizminde de kendini gösterir. Spor turizminin, genel turizmden farklı bazı özellikleri vardır. Örneğin, spor turizmi genellikle özel tesislere ve spor alanlarına ihtiyaç duyar. Spor turizmi belirli bir yer ve zamanda gerçekleşir ve izleyicilerin bu etkinliklere katılmak için seyahat etmeleri gerekir. Spor turizminin bazı önemli özellikleri şunlardır (Argan, 2004):

- Seyahat zorunluluğu: Spor etkinliklerine katılmak veya izlemek isteyenlerin, bu etkinliklerin düzenlendiği yerlere gitmesi gerekir.
- Kontrol edilemeyen sonuçlar: Spor etkinliklerinin sonucunu önceden bilmek mümkün değildir, bu da izleyicilerin ilgisini canlı tutar.
- Eşzamanlı üretim ve tüketim: Spor etkinlikleri anında izlenmeli ve deneyimlenmelidir; bu tür etkinlikler tekrar edilemez.
- Eğlence: Spor turizmine katılanlar genellikle eğlence odaklıdır ve boş zamanlarını bu tür etkinliklerle değerlendirmek isterler.
- Sezonluk: Spor turizmi genellikle mevsimlere bağlıdır, örneğin kış sporları kış mevsimiyle sınırlıdır.
- Özel tesis ihtiyacı: Spor etkinliklerinin düzenlenmesi için stadyum, pist gibi özel alanlara ihtiyaç vardır.
- Duygusal bağlılık: Spor izleyicileri, takımlarıyla ve etkinliklerin yapıldığı yerlerle duygusal bir bağ kurarlar ve bu yerleri tekrar ziyaret etmek isteyebilirler.
- Pazarlamasında özel kararlar: Sunulan spor etkinliğinin türüne göre özel kararlar alınması gerekebilir. Örneğin, uluslararası bir maç için özel fiyatlandırma ve tanıtım stratejileri gerekebilir.

2.6 Spor Turizmi Türleri

Spor turizmi, yapılma amacı, gerçekleşme şekli ve yapıldığı yere göre farklı kategorilere ayrılabilir. Gibson (2003) spor turizmini katılım amacına göre de gruplamıştır. Bu gruplar şunlardır:

•Organize spor etkinliğine katılım: Yarışmalara katılanlar ödül kazanmak yerine prestij elde etmek için bu etkinliklerde yer alır.

•Belirli spor bölgelerine katılım: Spor yapmak amacıyla ünlü spor merkezlerine (örneğin Avusturya'daki kayak merkezleri) seyahat edenler.

•İzleyici olarak katılım: Taraftarlar, spor etkinliklerini izlemek için seyahat ederler (örneğin UEFA Şampiyonlar Ligi).

•Nostalji spor turizmi: Spor tarihi açısından önemli mekanları ziyaret edenler.

Gibson (1998), spor turizmini üç ana kategoriye ayırmıştır: Aktif spor turizmi, spor yapmak veya yarışmak için seyahat edenler; Olay tabanlı spor turizmi, büyük spor etkinliklerine (örneğin Olimpiyatlar) katılmak için seyahat edenler; Nostalji spor turizmi ise ünlü spor mekanlarını ve müzeleri ziyaret etmek amacıyla yapılan seyahatlerdir.

Aktif spor turistleri, sporla ilgili etkinliklere katılan ve bu etkinlikleri bir eğlence ya da sağlık amacıyla yapan kişilerdir. Örnek olarak dağ tırmanışı, yamaç paraşütü gibi adrenalin içeren sporlar gösterilebilir. Bu turistler genellikle spor yapmayı sever, sağlıklı bir yaşam sürmek ister ve bir spora yoğunlaşırlar (Nogawa ve diğerleri, 1996). Aktif spor turistlerinin genel özellikleri şunlardır (Gibson, 1998):

- Genellikle erkeklerdir.
- Gelir seviyesi yüksek, üniversite mezunudurlar.
- İlgi duydukları spor için uzun mesafeler kat etmeye istekli olurlar.
- Emeklilikte bile spor turizmine katılma potansiyeline sahiptirler.
- Tek seferlik tatiller yerine, tekrar eden spor etkinliklerine katılmayı tercih ederler.

Nostalji spor turizmi, geçmişte düzenlenen önemli spor etkinliklerinin yapıldığı yerleri, stadyumları, müzeleri ve spor salonlarını ziyaret etmeyi içerir. Özellikle dünyaca ünlü spor kulüplerinin başarılarını anmak için taraftarların organize ettiği seyahatler, bu turizme örnektir. Nostalji spor turizmi, sporun kültürel mirası ile bağlantılı olup, tarihsel veya sembolik önemi olan yerleri ziyaret etmeyi amaçlar (Fairley, 2003). Son zamanlarda, ünlü sporcular ile hayranlarının buluştuğu etkinlikler de bu turizmin bir parçası haline gelmiştir. Örneğin, Norveç'te golf

gezileri veya NBA basketbol gezileri, hayranların sporcularla tanışmasını sağlayan organizasyonlardır (Gibson, 1998).

Olay tabanlı spor turizminde ise büyük spor etkinliklerine izleyici olarak katılmak ön plandadır. Ekonomik durumu iyi olan kişiler, ilgilendikleri spor etkinliklerini izlemek için seyahat ederler ve bu durum zamanla taraftarlık kültürünü doğurmuştur. Örneğin, Olimpiyat Oyunları, FIFA Dünya Kupası ve Formula 1 gibi büyük spor olayları, seyircileri harekete geçirerek turizmi canlandırır (Yeşil, 2015). Büyük spor etkinliklerinin yanı sıra, daha küçük çaplı spor organizasyonları da düzenlenir. Küçük spor etkinlikleri, daha az yatırım gerektirdiği için ev sahipleri için avantajlı olabilir. Büyük spor olayları ise bazen ev sahibi ülkelere ekonomik yük getirebilir ve uzun vadede olumsuz etkiler yaratabilir (Gibson vd., 2003). Spor turizmi, farklı ortamlarda yapılan etkinliklere göre çeşitlenmekte ve her bölgenin doğal yapısına göre farklı spor türleri ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle spor turizmini sınıflandırırken, faaliyetlerin gerçekleştirildiği ortam önemli bir ölçüt olarak karşımıza çıkar.

2.6.1 Gerçekleştirildiği Yerlere Göre Spor Turizmi

Gerçekleştirildiği ortama göre üç ana grupta ele alınır. Bunlar; su sporları turizmi ve türleri, hava sporları turizmi ve türleri ile diğer spor turizmi türleridir. Aşağıda bu spor turizmi çeşitleri, her biri kendi başlığı altında daha açıklayıcı bir şekilde anlatılmaktadır.

2.6.1.1 Su Sporları Turizmi ve Türleri

Su sporları, deniz, göl, nehir, kanal ve hatta yüzme havuzları gibi suyun bulunduğu farklı ortamlarda yapılan sportif etkinlikleri kapsar. Suyun hareketli ve akışkan yapısı, insanların hem suyun üstünde hem de altında çeşitli sporlar yapabilmesine olanak tanır (Paker, 2013).

2.6.1.1.1 Yüzme

Türkiye, coğrafi özellikleri sayesinde doğa sporları için oldukça uygun bir ülkedir. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'nin adalar da dahil olmak üzere toplam kıyı uzunluğu 8.333 kilometredir. Bu kıyı şeridinin %20,34'ü Karadeniz'de, %11,20'si Marmara Denizi'nde, %33,66'sı Ege Denizi'nde ve %20,07'si Akdeniz'dedir (Kerimusta, 2025).

Kozan ve arkadaşlarının (2014) belirttiği gibi, denizlerimizin doğal güzelliği, temizliği ve çeşitli kumsalları, dünyanın dört bir yanından gelen turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu nedenle deniz turizmi, Türkiye’de en çok tercih edilen turizm türlerinden biridir. Nitekim turizm gelirlerinin yaklaşık %20’si deniz turizminden elde edilmektedir ve ülkemizi ziyaret eden turistlerin yaklaşık %90’ı tatillerini bu amaçla geçirmektedir. Türkiye uzun kıyıları, uygun iklimi, tarihi ve doğal güzellikleri sayesinde deniz turizmi açısından oldukça avantajlı bir konuma sahiptir. Bu özellikler, Türkiye’yi deniz turizminde dünyada öne çıkan ülkelerden biri haline getirmiştir.

2.6.1.1.2 Rafting

Günümüzde turizm alanında rekabet oldukça artmıştır. Bunun nedeni, turizm pazarının zamanla doygunluğa ulaşmasıdır (Sato vd., 2018). Bu durum, turizm işletmelerini turistlere farklı ve dikkat çekici hizmetler sunmaya yöneltmiştir. Turistlerin macera yaşama ve heyecan duyma isteklerini karşılamak için geliştirilen aktivitelerden biri de rafting dir (Wu ve Liang, 2011).

Rafting, akarsular üzerinde yapılan ve genellikle grup halinde gerçekleştirilen bir su sporudur. Bu spor, hem eğlenceli hem de adrenalin dolu bir deneyim sunar. Sato ve arkadaşlarının (2018) belirttiği gibi rafting, macera turizmi faaliyetleri arasında yer almakta ve insanlara unutulmaz, heyecan verici anlar yaşatarak onların farklı bir tatil deneyimi elde etmesini sağlamaktadır.

2.6.1.1.3 Yelken

Türkiye, üç tarafı denizlerle çevrili bir ülke olmasına rağmen yelken sporu henüz hak ettiği ilgiyi tam olarak görmemektedir. Ancak son yıllarda açılan yeni tesisler sayesinde bu spor giderek daha popüler hale gelmektedir. Yelken sporu, doğayı, denizi ve rüzgârı hissetme fırsatı sunan özel bir etkinliktir. Her ne kadar belirli teknik bilgileri ve uzun süreli pratik yapmayı gerektirse de, kısa bir eğitim alan kişiler de bu spora kolayca başlayabilmektedir. Yelken sporunun hem Türkiye’de hem de dünyada uzun bir geçmişi vardır. Bu spor, tamamen rüzgârın yönü ve gücüyle ilgilidir. Bu nedenle, yelken yapılacak bölgelerde rüzgâr seviyesi oldukça önem taşır. Araştırmalara göre, Türkiye’de yelkencilik için en uygun bölgelerin başında Ege Bölgesi gelmektedir. Çünkü Ege Denizi, hem rüzgâr koşulları hem de uygun tesisleriyle yelken yapmak için elverişli bir ortam

sunmaktadır. Ülkemizde yelkenli sporunun yoğun olarak yapıldığı en uygun yerler; Ege Denizinde; Bodrum, Marmaris, Fethiye, Göcek ve Alaçatı'dır. Akdeniz'de ise Antalya ve Alanya ilçesidir. Karadeniz'in hırçın dalgaları yüzünden her ne kadar tehlikeli de olsa; Trabzon, Rize ve Artvin kıyılarında deneyimli sporcular tarafından yelken yapılmaktadır ([Turkeyoutdoor](#), 2025).

2.6.1.1.4 Rüzgar Sörfü (Windsurf)

Uçurtma sörfü, yelken sporu ve rüzgâr sörfü gibi suya dayalı macera sporlarının ortak yönü, hepsinin rüzgârın gücünden yararlanarak yapılmasıdır. Bu sporlar arasında önemli bir yere sahip olan rüzgâr sörfü, diğer su sporlarına göre daha yeni bir aktivite olarak kabul edilir. Ancak bu sporun tam olarak ne zaman ortaya çıktığı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı kaynaklara göre rüzgâr sörfü ilk kez 1958 yılında Pete Chilvers tarafından İngiltere'deki Hayling Adası'nda yapılmıştır. Diğer bazı araştırmalarda ise bu sporun 1970'li yıllarda Jim Drake ve Hoyle Schweitzer tarafından geliştirilip patentinin alındığı belirtilmektedir. Ayrıca, rüzgâr sörfü 1984 yılında Olimpiyat sporu olarak kabul edilmiştir (Gelderen, 2015).

Rüzgâr sörfü, dalga sörfü tahtasına bir yelken eklenerek yapılır. Bu sporda hareketi sağlayan güç, yelkenin rüzgârla dolmasıdır. Yelken; direk, tutma çatalı ve yelkenin kendisi olmak üzere üç ana bölümden oluşur. Başlangıçta ahşap malzemeden yapılan sörf tahtaları, zamanla polietilen veya polyester gibi daha hafif ve dayanıklı malzemelerden üreilmeye başlanmıştır. Tahtanın alt kısmı pürüzsüz bir yüzeye sahiptir; bu sayede suda daha kolay hareket eder. Üst kısmı ise, sporcunun ayaklarının kaymaması için pürüzlü şekilde tasarlanmıştır (Flypgs, 2025).

2.6.1.1.5 Uçurtma Sörfü (Kitesurf)

Türkiye'de son yıllarda giderek daha fazla ilgi gören kitesurfing ya da diğer adıyla uçurtma sörfü, özellikle adrenalin sevenler arasında popüler hale gelmiştir. Bu spor, uçurtma uçurmanın keyfini sörfün heyecanı ile birleştirir. Görünüş olarak rüzgâr sörfüne benzese de kullanılan ekipmanlar açısından ondan ayrılır; ancak her iki spor da rüzgârın gücünü kullanarak su üzerinde hareket etme prensibine dayanır. Kitesurfing, hem deneyimli sporcular hem de yeni başlayanlar için uygun bir ekstrem spordur. Bu sporda, rüzgârın hareket ettirdiği büyük bir uçurtma sayesinde

sporcular suyun üzerinde ilerler, zıplar ve bazen akrobasi hareketleri yapar. Bu yönüyle kitesurfing, özellikle özgürlük hissi ve macera arayan kişiler için oldukça çekicidir. Dünyada “kiteboard” adıyla da bilinen bu spor, Türkçeye uçurtma sörfü olarak çevrilmiştir. Türkiye, doğal güzellikleri, uzun sahil şeritleri ve rüzgâr açısından elverişli koşullarıyla kitesurfing yapmak isteyenler için ideal bir ülkedir. Özellikle İzmir, Muğla, Antalya ve Çanakkale gibi şehirlerin kıyıları, hem profesyoneller hem de yeni başlayanlar için uygun kitesurf noktaları olarak öne çıkmaktadır (Flypgs, 2025).

2.6.1.1.6 Sualtı Dalışı

Sualtı dünyası, yüzyıllardır insanların ilgisini çeken gizemli bir alan olmuştur. Denizler ve içindeki canlılarla ilgili anlatılan efsaneler, insanların suyun altını keşfetme merakını artırmıştır. Tarih boyunca insanlar hem merak hem de geçim amacıyla sualtına dalmışlardır. Bu faaliyetlerden biri olan serbest dalış, hiçbir yardımcı cihaz kullanmadan yapılan dalış türüdür ve geçmişten günümüze spor, eğlence ya da ticaret amaçlı olarak yapılmıştır (Matsen, 2009).

Günümüzde ise “Scuba” olarak bilinen ve İngilizce “Self Contained Underwater Breathing Apparatus” ifadesinin kısaltmasından oluşan tüplü dalış, en yaygın sualtı sporlarından biridir. Bu sporda dalgıçlar, özel bir hava tüpü sayesinde su altında daha uzun süre kalabilirler. Sportif dalış, belirli derinlik sınırları ve eğitim düzeylerine göre yapılan, gelir elde etme amacı taşımayan bir dalış türüdür. Yani bu dalış türü, tamamen kişisel ilgi ve deneyim kazanma isteğine dayalıdır. Kuzey Amerika’da yaklaşık 2,6 milyon, Avrupa’da 3,5 milyon ve dünya genelinde yaklaşık 6 milyon aktif tüplü dalgıç bulunmaktadır. Bu da dalış sporunun ne kadar geniş bir kitle tarafından benimsendiğini göstermektedir (Scubonomics, 2021).

Türkiye de sualtı dalışı açısından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Dalış severler için öne çıkan bölgeler arasında Fethiye Akvaryum Koyu, Bodrum Büyük Resif, Kaş Uçan Balık bölgesi, Çanakkale Saros Körfezi, Ayvalık mercan kayalıkları, İstanbul Sivriada’daki 67 Taşı, Datça, Marmaris, Gökova Kocadağ bölgesi ve Kalkan açıkları yer alır. Bu bölgeler, hem suyun berraklığı hem de barındırdığı zengin sualtı canlılarıyla dalış tutkunlarına unutulmaz deneyimler sunmaktadır (Gezimanya, 2025).

2.6.1.1.7 Kano

Kano, geçmişi tarih öncesi dönemlere kadar uzanan çok eski bir spordur. İlk zamanlarda ağaç kütüklerinden yapılan basit tekneler, daha sonra Kızılderililer tarafından kayın kabuğundan üretilmiştir. Bu hafif tekneler zamanla geliştirilerek kano sporunun temelini oluşturmuştur. Modern anlamda kano sporu, 1850’li yıllarda İskoçyalı John McGregor tarafından geliştirilmiş ve ilk kano kulübü 1865’te İngiltere’de kurulmuştur. 20. yüzyılın başlarında Amerika, Kanada ve Avrupa’da hızla yayılmış, 1936 Berlin Olimpiyatları’nda ise ilk kez olimpik bir spor dalı olarak yer almıştır. Türkiye’de kano sporu oldukça yenidir. 1980’li yılların sonlarında ülkemize gelen yabancı sporcular sayesinde raftingle birlikte tanıtılmış ve giderek ilgi görmeye başlamıştır (Türkiye Turizm Ansiklopedisi, 2025a).

2.6.1.1.8 Su Bisikleti

Su bisikleti, deniz, gl veya havuzlarda kullanılan, pedalla hareket eden bir su aracıdır. Genellikle iki ya da dört kişi için tasarlanır ve su üzerinde eğlenceli bir gezinti imkânı sunar. Dayanıklı yapısı sayesinde dengeli bir şekilde ilerler. Kullanımı oldukça kolay olan su bisikleti, hem eğlenceli bir aktivite hem de fiziksel hareket sağlar. Bu nedenle yaz tatillerinde ailelerin ve arkadaş gruplarının birlikte keyifli zaman geçirmesi için ideal bir seçenektir (Hablturkiye, 2025).

2.6.1.1.9 Su Kayağı

Su kayağının, geçmişte atlar tarafından çekilen kar kayaklarından esinlenerek ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu spor ilk kez 1922 yılında Ralph Samuelson tarafından Amerika’daki Pepin Gölü’nde yapılmıştır. Daha sonra Fred Walker 1925’te bu spora “aquaplane” adıyla patent almıştır. 1940 yılında Jack Andersen’in yeni hareketlerin yapılabil-diği “trick kayağı”nı icat etmesiyle su kayağı daha da yaygınlaşmıştır. Uluslararası düzeyde su kayağını düzenleyen ilk kuruluş, 1946’da İsviçre’de kurulan Dünya Su Kayağı Birliği (bugünkü adıyla Uluslararası Su Kayağı ve Wakeboard Federasyonu) olmuştur. Bu federasyonun kurulmasından sonra, 1949’da Fransa’da ilk Dünya Su Kayağı şampiyonası düzenlenmiştir. Su kayağı, 1972 Münih Olimpiyatları’nda gösteri sporu olarak yer almış olsa da, resmî olimpik spor statüsüne ulaşmamıştır (Türkiye Turizm Ansiklopedisi, 2025b).

2.6.1.1.10 Olta Balıkçılığı

Türkiye’de balıkçılıkla ilgili kurallar 1380 Sayılı Su Ürünleri Kanunu ve ilgili yönetmeliklerle belirlenmiştir. Bu yasal düzenlemeler, hem ticari hem de amatör (sportif) balıkçılığı kapsar. Amatör balıkçılık, federasyonlar tarafından belirlenen kurallara uygun olarak yapılan, balıklara zarar vermeden yakalanıp tekrar suya bırakılmasını esas alan bir spordur (Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü, 2022). Amatör balıkçılık yarışmaları, ilgili dernek ve federasyonların Balıkçılık Su Ürünleri Genel Müdürlüğü’nden izin almasıyla düzenlenir. Bu tür faaliyetler, gelişmiş ülkelerde büyük bir ekonomik değer yaratırken, gelişmekte olan ülkelerde sosyal ve ekonomik bir araç olarak görülmektedir (Parkkila vd., 2010). Dünya genelinde yaklaşık 700 milyon kişi amatör balıkçılıkla ilgilenmektedir (Cooke & Cowx, 2004). Bu durum, amatör balıkçılığı hem ekonomik hem de kültürel açıdan önemli bir etkinlik haline getirmiştir (Pawson vd., 2008). Ayrıca kıyılarda ve deniz kenarlarında yapılan bu tür aktiviteler, turizm açısından da büyük bir potansiyel taşımaktadır (Markovic vd., 2009).

2.6.1.2 Hava Sporları Turizmi ve Türleri

Spor turizmi içinde yer alan hava sporları turizmi, son yıllarda giderek daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. Bu turizm türü, hem macera arayan bireyler hem de doğayla iç içe olmayı sevenler için büyük bir çekim alanı oluşturur. Hava sporlarının temelinde, insanların çeşitli teknik araçlar kullanarak ve hava koşullarındaki değişimlerden faydalanarak gökyüzünde hareket etmesi yer alır (Albayrak, 2013).

2.6.1.2.1 Yamaç Paraşütü

Hava sporları turizmi, temel olarak çeşitli teknik araçlar kullanarak gökyüzünde hareket etmeyi kapsar (Albayrak, 2013). Bir başka tanıma göre, bu turizm türü, ticari amaç gütmeyen, spor amaçlı olarak hava araçlarına katılmak, bunları izlemek veya etkinliklerine katılmak için yapılan seyahatleri içerir (Diker ve diğerleri, 2016).

Hava sporları tarihçesi, 1940’larda Wright kardeşlerin uçurtma benzeri icatlarıyla başlamıştır. 1948’de yelkenkanat, yamaç paraşütü fikrini ortaya çıkarmış; şişebilen paraşütler ve ayakta koşarak kalkış yapılabilen paraşütler 1968’de düşünülmüş, ancak 1980’lere kadar uygulanamamıştır (Türk Hava

Kurumu, 1996). Yamaç paraşütü, 1979'daki Dünya Yelken Kanat Şampiyonası ile popüler hale gelmiş ve ilk kez Fransa ve İsviçre Alpleri'nde denenmiştir. Türkiye'de ise bu spor 1985 yılında başlamış ve 1988'den sonra belirli bir kitle tarafından yapılmaya başlanmıştır (Türk Hava Kurumu, 1996; Costa & Chalip, 2005). Türkiye'de yamaç paraşütünün yapıldığı yerler; Muğla- Fethiye, Denizli-Pamukkale, Ankara- Gölbaşı, Bolu-Abant, Kayseri, Eskişehir- İnönü'dür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025b).

2.6.1.2.2 Yelken (Delta) Kanat

Yelken kanat ya da delta kanat, bir tür hava sporudur ve yamaç paraşütü ile planörcülüğün özelliklerini bir araya getirir. Ancak diğerlerinden daha hafif ve ekonomik bir hava aracı kullanır. Kanat, alüminyum veya kompozit bir iskeletin kumaşla kaplanmasıyla oluşur ve pilot, kanadın altındaki bir tutunma düzeneğine asılarak uçar. Kanadın şekli Yunan harfi Δ (delta) biçiminde olduğu için genellikle delta kanat olarak da adlandırılır. Yelken kanat süzülme prensibiyle çalışır ve motorsuz uçuşuna rağmen, tepelerden kalkış yaparak saatlerce havada kalabilir. Sıcak hava akımlarını veya rüzgârı kullanarak yüksekliğe ulaşabilir ve uzun mesafeler kat edebilir. Araç ağırlığı 15–35 kg, hızı ise 25–140 km/s arasında değişir. Dünya mesafe rekoru ise 700,6 km ile Manfred Ruhmer'e aittir. Böylece yelken kanat, hem heyecan verici hem de uzun süreli uçuş deneyimi sunan bir hava sporudur (Havaliman, 2025).

2.6.1.2.3 Planör

Planörcülük, 1853'te mühendis George Cayley tarafından ilk kez yapılmış, ancak ilk uçuş kazayla sonuçlandığı için başarılı sayılmamıştır. Daha sonra Otto Lilienthal, kuşların süzülme uçuşundan etkilenecek 1890'larda yaptığı planörle yaklaşık 2000 uçuş gerçekleştirmiştir. Ne yazık ki 1896'da geçirdiği kazada yaralanmış ve bu sakatlıklar sonucu hayatını kaybetmiştir (Thomas, 2003).

Türkiye'de planörcülük çok gelişmemiştir. 1935'te Eskişehir İnönü'de Türk Hava Kurumu'na bağlı planör kampı kurulmasına rağmen uluslararası başarı elde edilememiştir. Yine de bazı önemli başarılar vardır: Emrullah Ali YILDIZ, 12 Haziran 1938'de 14 saat 20 dakika havada kalarak dünya rekoru kırmış; Türkiye mesafe rekoru ise Metin ÖZBEY tarafından 10 Temmuz 2008'de 612 km uçuş ile

kırılmıştır. Türkiye'nin planörcülük alanındaki en önemli organizasyon başarısı ise 1997'de düzenlenen Dünya Planör Şampiyonasıdır (Keskin vd., 2019).

2.6.1.2.4 Sıcak Hava Balonu

Sıcak hava balonculuğu, standart bir turistik aktivite olmamakla birlikte, doğa ve macera turizmi kapsamında değerlendirilen heyecan verici bir etkinliktir (Novotna vd., 2019; Robinson & Novelli, 2005). Bu etkinlik, kırsal alanlarda yapılar ve katılımcının doğal çevreyle etkileşim kurmasını sağlar (Novotna vd., 2021). Sıcak hava balonuyla yapılan geziler, hem unutulmaz deneyimler hem de yoğun bir heyecan duygusu sunar (Cloke & Perkins, 2002; McKay, 2013; Bertan, 2020).

Türkiye'de turistik balon uçuşları 1991'de başlamıştır (Nevşehir Yatırım Destek Ofisi, 2017) ve en çok tercih edilen bölgeler arasında Kapadokya (Nevşehir), Pamukkale (Denizli), Soğanlı (Kayseri), Çat (Nevşehir), Aspendos (Antalya), Ihlara (Aksaray) ve Frig Vadisi (Afyonkarahisar) bulunmaktadır. Bu yerler, hem doğal güzellikleri hem de unutulmaz bir balon deneyimi sunmalarıyla öne çıkar (Turizm Ajansı, 2025).

2.6.1.3 Diğer Spor Turizmi Türleri

2.6.1.3.1 Golf Turizmi

Türk Dil Kurumu'na (2018) göre golf, geniş çimen alanlarda küçük bir topu özel sopalarla belirli deliklere sokmayı amaçlayan bir spordur. Golf turizmi ise insanların golf oynamak veya izlemek amacıyla yaşadıkları yerin dışına yaptıkları seyahatleri ifade eder (Çetin, 2008; Readman, 2003; Yılmaz, 2011). Golfün en belirgin özelliği açık havada oynanması ve her golf sahasının kendine özgü bir yapıya sahip olmasıdır. Genellikle yaz aylarında tercih edilen bu spor, özellikle uygun iklime sahip ülkelerde kış döneminde de turistleri çekmektedir (Kasap ve Faiz, 2012). Türkiye'de bulunan ulusal golf sahaları Tablo 2.3.'te gösterilmiştir.

Tablo 2.3. Türkiye'deki Ulusal Golf Sahaları

Bölge	Saha	Tam Adı	Saha Sayısı
İstanbul	Ataşehir Golf Kulübü	Ataşehir Golf Kulübü	1
İstanbul	Kemer	Kemer Golf & Country	1
İstanbul	Mustafa V. Koç Golf Course	Mustafa V. Koç Golf Course	1
İstanbul	TGF Silivri Golf Sahası	TGF Silivri Golf Sahası	2
Antalya	AGC Courses	Antalya Golf Club	2

Tablo 2.3. Türkiye’deki Ulusal Golf Sahaları (devam)

Antalya	Carya	Carya Golf Club	1
Antalya	Cornelia Courses	Cornelia Golf Club	3
Antalya	Cullinan Links Golf Courses	Cullinan Links Golf Club	3
Antalya	Gloria Courses	Gloria Golf Resort	5
Antalya	Kaya Palazzo	Kaya Palazzo Golf Club	1
Antalya	Lykia Links	Lykia Links Golf Course	1
Antalya	Montgomerie	Montgomerie/Maxx Royal Golf Club	1
Antalya	National	National Golf Course	1
Antalya	Nobilis	Robinson Nobilis	1
Antalya	Sueno Courses	Sueno Golf Club	2
Bodrum	Bodrum Golf Kulübü	Bodrum Regnum Golf Country	1
Bodrum	Bodrum Regnum Golf Country	Bodrum Regnum Golf Country	1
KKTC	CMC Golf Club	CMC Golf Club	1
KKTC	Korineum Golf	Korineum Golf & Beach Resort	1
Aydın	Kuşadası International Golf	Kuşadası International Golf	1
Ankara	Ankara Golf	Ankara Golf Kulübü	1
Ankara	Ankara Regnum Golf Country	Ankara Regnum Golf Country	1
Samsun	Green Golf & Tennis Club	Green Golf & Tennis Club	2
İzmir	İzmir Golf Kulübü	İzmir Golf Kulübü	1
General	Akademi Saha	Akademi Saha	1
		Toplam	37

Kaynak: (Türkiye Golf Federasyonu, 2025).

Av turizmi, doğal ortamlarda bol veya yeterli sayıda bulunan hayvan türlerinin, çevre ve yerel değerlere dikkat edilerek, kontrollü bir şekilde avlanmasına dayanan bir turizm türüdür (Kozak ve Bahçe, 2012). Bu turizm biçimi, av ve yaban hayatı kaynaklarının kontrol altında tutularak yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını ve bu sayede ülke turizmine ve ekonomisine katkı sağlanmasını amaçlar (Özdönmez vd., 1996). Av turizmine katılan avcılar, avlanma sürecinde çeşitli harcamalar yaparlar ve bu harcamalar, hem avcılık taleplerini karşılar hem de birçok sektöre gelir sağlar (Ay vd., 2004). Ülkemizin coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatı açısından av turizminin gelişmesi için elverişli bir konumdadır. Ülkemizde av turizmi, 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu ve ilgili yönetmelikler çerçevesinde, Eski adı Orman ve Su İşleri Bakanlığı olan Tarım ve

Orman Bakanlığı tarafından belirlenen kurallar doğrultusunda yürütülmektedir (Mevzuat, 2003).

Türkiye'nin sahip olduğu bitki ve hayvan çeşitliliği (flora ve fauna), turizmin gelişmesine katkı sağlayabilir. Ülkemiz, farklı iklim özelliklerine sahip bölgeleri sayesinde Orta Doğu'daki birçok ülkeye göre daha zengin bir bitki örtüsüne sahiptir. Türkiye'de yaklaşık 850 cinse ait 9.000 kadar bitki türü bulunur. Bu çeşitlilik, farklı iklim koşulları ve besin ihtiyaçları olan birçok hayvan türüne uygun yaşam alanı sunar. Türkiye'de 160 memeli, 466 kuş, 120 sürüngen, 22 kurbağa, 127 tatlı su balığı ve 384 deniz balığı olmak üzere toplamda yaklaşık 1.279 omurgalı hayvan türü yaşamaktadır (Demirsoy, 1982).

2.6.1.3.2 Dağ Sporları Turizmi

Dağ turizmi, spor veya gezi amacıyla yapılan, dinlenme, tatil yapma ve kış sporlarını izleme gibi nedenlerle gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Bu tür turizm, özellikle sanayileşme ve hızlı kentleşmenin olduğu bölgelerde, insanların yaşamın stresinden kaçıp rahatlama ve sıkıntılardan uzaklaşma amacıyla tercih edilir (Ürger, 1992). Dağcılık sadece dağa tırmanmak anlamına gelmez; aynı zamanda güçlüklerle başa çıkmayı, risk almayı ve mücadele etmeyi de içerir (Graydon ve Hanson, 2005). Ayrıca, başarılı bir dağcı olabilmek için dağın yapısını iyi tanımak ve karşılaşılabilecek tehlikelere karşı gerekli becerilere sahip olmak gerekir (Moynier, 2004). Dağ turizmi, sosyo-ekonomik olarak yeterince gelişmemiş dağlık ve ormanlık bölgelerin kalkınmasına katkıda bulunur. Ayrıca, turizm sezonunun uzatılmasını sağlar ve mevsim sonu işsiz kalan vasıflı turizm iş gücünün yıl boyunca istihdamını destekler (Çontu, 2006). Türkiye, farklı yüksekliklerde, zengin jeomorfolojik ve tektonik yapıya sahip dağları, zengin flora ve faunası, av ve yaban hayatı ile kış turizmi, dağ yürüyüşleri ve tırmanışları için çekici fırsatlar sunar. Türkiye, her yıl dünyanın çeşitli yerlerinden birçok turist tarafından dağ tırmanışı ve yürüyüşü için ziyaret edilmektedir (Yeşil, 2015). Ülkemizde dağcılık turizmi yapılan dağların bulundukları yerler ve rakımları Tablo 2.4.'te gösterilmiştir.

Tablo 2.4. Türkiye'de Dağcılık Turizmine Hizmet Veren Dağlar

Bulunduğu İl	Dağ	Rakım
Ağrı	Ağrı Dağı	5137 m
Antalya	Beydağları	3069 m
Kayseri	Erciyes Dağı	3916 m
Mersin	Bolkar Dağları	3524 m

Tablo 2.4. Türkiye’de Dağcılık Turizmine Hizmet Veren Dağlar (devam)

Niğde	Aladağlar	3767 m
Artvin	Kaçkar Sıradağları	3932 m
Tunceli	Mercan (Munzur) Dağları	3463 m
Van	Süphan Dağı	4058 m
Adıyaman	Nemrut Dağı	3050 m
Bursa	Uludağ	2543 m
Aksaray	Hasan Dağı	3235 m

Kaynak: (Outdoorhaber, 2024).

2.6.1.3.3 Futbol Turizmi

Futbol, dünyada milyonlarca insanın tutkunu olduğu bir spor olmanın ötesinde, küresel bir kültür haline gelmiştir. Bu durum, futbol turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır. Futbol turizmi, insanların farklı ülkelerdeki ünlü stadyumları ziyaret ederek maç izlemeleri, futbol tarihini tanımaları ve yerel futbol kültürünü deneyimlemeleri anlamına gelir. İngiltere’deki Wembley, İspanya’daki Camp Nou, İtalya’daki San Siro, Almanya’daki Allianz Arena ve Türkiye’deki Tüpraş, Şükrü Saracoğlu ve Rams Park gibi stadyumlar, hem maçların oynandığı hem de futbolseverler için tarihi ve kültürel öneme sahip yerlerdir. Futbol turizmi, insanlara sadece maç izleme değil, futbolun tarihini, kültürünü ve tutkusunu yerinde yaşama fırsatı sunan bir etkinliktir (Seyatra, 2025).

2023 Dünya Futbol Zirvesi’nde sunulan Futbol Turizmi Raporu, futbol ile turizm arasındaki ilişkiyi tanıtmayı ve bu bağlantıyı daha iyi anlamayı amaçlamaktadır. Raporda, futbolun ekonomik ve sosyal açıdan büyük bir etkiye sahip olduğu, ancak bu etkinin sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Futbol kulüpleri; akademiler, kamplar ve eğitim okulları gibi faaliyetlerle sadece spor değil, aynı zamanda turizm açısından da önemli bir rol üstlenmektedir. Rapor, spor turizminin dünya turizminin yaklaşık %10’unu oluşturduğunu ve 2027 yılına kadar 1,7 trilyon dolarlık ekonomik büyüklüğe ulaşmasının beklendiğini belirtmektedir. Bunun yaklaşık %40’ını futbol turizminin oluşturacağı öngörülmektedir. Kısacası futbol turizmi, hem sporun hem de ekonominin gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır (Futbolekonomi, 2025).

2.6.1.3.4 Bisiklet Turizmi

Bisiklet, icadıyla birlikte çevre dostu, sağlıklı ve ekonomik bir ulaşım aracı olmuştur (Southworth & Ben-Joseph, 1997; Lamont, 2009). Günümüzde bisiklet,

boş zaman, spor ve turizm amaçlı yaygın olarak kullanılmaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, bu talebe karşılık olarak ticari bisiklet turları ve etkinlikler düzenlemeye başlamıştır. Bisiklet turizmi, altyapı desteği açısından da önem kazanmış, yerel yönetimler ve uluslararası kuruluşlar bisiklet yolları ve rotalar oluşturarak destek sağlamaktadır. Bisiklet turizmi, hem aktif olarak bisiklet sürmeyi hem de bisiklet etkinliklerini izlemeyi kapsayan tatil ve rekreasyon amaçlı ziyaretler olarak tanımlanmaktadır (Güney Avustralya Turizm Komisyonu, 2005). Başlangıçta Avrupa ve Kuzey Amerika'da sürdürülebilir kalkınma amacıyla teşvik edilen bisiklet turizmi, Yeni Zelanda, Avustralya ve dünya genelinde bisiklet yolları, rotalar ve etkinliklerle yaygınlaştırılmıştır (Chang & Chang, 2003). Bisiklet turizmi, hem sosyal hem de ekonomik fayda sağlar; Avrupa'da yıllık 44 milyar euro, ABD'de 133 milyar dolar ekonomik katkı sağlamaktadır (Adventure Cycling Association, 2016). Türkiye'de bisiklet turizmi hâlâ gelişmekte olup, kullanım oranı sadece %5'tir. Ancak son yıllarda altyapı geliştirilmekte ve bisiklet festivalleri ile turizm ve yerel ekonomiye katkı sağlanmaya çalışılmaktadır (Bisiklopedi, 2025).

2.6.1.3.5 Motor Sporları Turizmi

Motor sporları, otomobil, motosiklet ve motorbot yarışlarını kapsar ve genellikle heyecanlı yarışlar üzerinden yapılır. Dünyada Formula 1, MotoGP ve WRC gibi organizasyonlar öne çıkar. Türkiye'de de motor sporları uzun bir geçmişe sahiptir; otomobil ve motosiklet kullanımıyla 1960'larda başlamış ve ülke uluslararası yarışlara ev sahipliği yapmıştır. 1991'de kurulan Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu (TOSFED), bu sporun gelişmesinde önemli rol oynamış, 1.700'den fazla lisanslı sporcuyla her yıl yaklaşık 100 yarış düzenlemektedir. Motor sporları, Türkiye'de turizm ve spor ekonomisine katkı sağlayan önemli bir etkinliktir (Kolayarababul, 2025).

2.6.1.3.6 Kuş Gözlemciliği

Kuşlar, hayvan türleri arasında en çok ilgi gören canlılardan biridir. Kuş gözlemciliği, kuşları doğal ortamlarında izleme ve tanıma etkinliğidir (Şekercioğlu, 2002). Bu etkinlikte çevreye zarar vermemek, kuşları rahatsız etmemek ve yuvalara dokunmamak gibi kurallara dikkat edilir (Bekir, 2008). Türkiye'de henüz çok

yaygın olmasa da, Avrupa ve Kuzey Amerika'da milyonlarca insanın katıldığı popüler bir doğa etkinliğidir (Jacquemont ve Fillion, 1987; Hvenegaard vd., 1989).

Türkiye, 184 önemli kuş alanına sahip olup (Çakıcı ve Harman, 2006), 466 farklı kuş türüyle Avrupa'nın en zengin ülkeleri arasında yer almaktadır. Bu sayı, Avrupa'daki toplam kuş türü sayısına neredeyse eşittir (Bekir, 2008).

2.6.1.3.7 Mağara Turizmi

Mağara, yeryüzüyle bağlantısı olan ve gün ışığının ulaşamayacağı derinlikteki yer altı boşluklarıdır (Northup ve Lavoie, 2001). Geçmiş dönemlerde insanlar, mağaraları doğal bir sığınak olarak kullanmışlardır. Örneğin Antalya'daki Karain Mağarası, ilk yerleşim alanlarından biri olarak bilinir. Bazı mağaralar zamanla insanların dini inançlarını yaşadığı yerler hâline gelmiştir; Eyüp Peygamber Mağarası buna bir örnektir (Doğanay, 2001). Günümüzde ise mağaralar, içlerinde bulunan damlataşların ilgi çekici görünüşleri, temiz havası, yer altı suları ve barındırdığı canlı türleri sayesinde önemli birer turistik ziyaret noktası durumuna gelmiştir (Zeybek, 2001). Mağara turizmi, 1980'lerde macera arayan bağımsız seyahatçilerin ortaya çıkmasıyla popülerleşmiştir (Pavlovich, 2003). Avrupa'da mağara ziyaretleri 17. yüzyılda ibadet amacıyla başlamış, zamanla turistik ziyaretlere dönüşmüştür (Güner vd., 2005). Dünyada turizme açılan mağaralar arasında ABD 229 mağara ile birinci, Fransa 114 mağara ile ikinci ve Japonya 93 mağara ile üçüncü sıradadır. Türkiye ise 33 mağara ile onuncu sıradadır (Arpacı vd., 2012). Ülkemizde yaklaşık 40.000 mağarasıyla mağara turizmi açısından zengin bir ülkedir. Karstlaşma (karstik alanlar) Türkiye'nin Batı ve Orta Toros Dağları'nda yaygındır. Türkiye'nin en uzun mağarası (Pınarözü Mağarası, 16 km) ve en derin mağarası (Çukurpınar Düdeni, 1880 m) bu dağ kuşağında yer almaktadır. Türkiye'de 30'dan fazla mağara turizme açılmıştır ve uygun ekipmanla rehber eşliğinde gezilebilecek birçok özel mağara bulunmaktadır. Mağara turizmi ülkemizde önemli bir potansiyel oluşturmaktadır (Yeşil, 2015). Türkiye'de Turizme açılmış mağaralara Tablo 2.5.'te yer verilmiştir.

Tablo 2.5. Türkiye'de Turizme Açılmış Mağaralar

Mağara Adı	Bulunduğu İl	Mağara Adı	Bulunduğu İl
Buz Mağarası	Ağrı	Yeduyurlar Mağarası	İzmir
Damlataş Mağarası	Antalya	Eshab-ı Kehf Mağarası	Kahramanmaraş

Tablo 2.5. Türkiye’de Turizme Açılmış Mağaralar (devam)

Dim Mağarası	Antalya	Mencilis Mağarası	Karabük
Karain Mağarası	Antalya	Dupnisa Mağarası	Kırklareli
Yalan Dünya Mağarası	Antalya	Tınaztepe Mağarası	Konya
Zeytintaşı Mağarası	Antalya	Fosforlu Mağarası	Muğla
Gürcüoluk Mağarası	Bartın	Yerküpe Mağarası	Muğla
İnsuyu Mağarası	Burdur	İnaltı Mağarası	Sinop
Oylat Mağarası	Bursa	Balıca Mağarası	Tokat
Tuz Mağarası	Çankırı	Çal Mağarası	Trabzon
Keloğlan (Dodurgalar) Mağarası	Denizli	Cennet ve Cehennem Obrukları	Mersin
Kaklık Mağarası	Denizli	Cehennemağzı Mağarası	Zonguldak
Karaca Mağarası	Gümüşhane	Gökgöl Mağarası	Zonguldak
Zindan Mağarası	Isparta	Dilek Mağarası	Mersin
Yarımburgaz Mağarası	İstanbul	Eshab-ı Kehf Mağarası	Mersin
		Köşekbükü Mağarası	Mersin

Kaynak: (Kara vd., 2020).

2.6.1.3.8 Doğa Turizmi

Doğa turizmi, insanların doğal alanlara seyahat ederek doğayla iç içe vakit geçirmesini ifade eder. Bu tür turizm; manzara, su kaynakları, bitki örtüsü ve yaban hayatı gibi doğal kaynakları kullanır ve genellikle kırsal bölgelerde yapılan rekreasyonel veya macera sporlarını kapsar (Ceballos–Lascrain, 1996; Özgüç, 1998). Doğa turistleri, doğal alanları koruma bilinciyle ziyaret eder ve amaçları keşfetmek, macera yaşamak, doğa bilincini geliştirmek ya da iç dünyalarını zenginleştirmektir. Bu kişiler, doğal kaynakları tüketmeden, saygılı bir şekilde kullanır (Bolton, 1997).

Doğa turizmi; milli parklar, yaban hayatı alanları, biyosfer rezervleri ve jeoparklar gibi koruma altındaki bölgelerde yoğunlaşır. Ayrıca eko turizm, yeşil turizm ve kırsal turizm gibi isimlerle de anılır ve kültürel açıdan ilgi çekici, bozulmamış alanlarda yapılır (Job & Paesler, 2013; Mckercher & Chan, 2005; Köroğlu vd., 2012). Doğa turizmi kapsamında ziyaret edilebilecek alanlar arasında ormanlar, göller, dağlar, mağaralar, kaplıcalar, adalar ve doğal anıtlar gibi doğal miras alanları bulunur (Güzel, 2019).

2.6.1.3.9 Atlı Doğa Yürüyüşü

At binmek, insanlar ile hayvanların birlikte yaptığı özel sporlardan biridir. Atlı doğa yürüyüşleri ise spor turizminin bir türü olarak kabul edilir. Bu etkinliklerde katılımcılar, genellikle bir veya birkaç gün süren gezilerle doğanın güzelliklerini keşfederler. Geziler sırasında at çiftlikleri ziyaret edilebilir ve hem açık hem de kapalı alanlarda, doğada belirlenen parkurlarda binicilik yapılabilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006).

2.6.1.3.10 Turnuva ve Salon Sporları

Turnuva ve salon sporları, halter, masa tenisi, judo, tekvando, basketbol, voleybol, hentbol, karate, boks, jimnastik gibi sporları kapsar. Bu sporlar, düzenlenen maçlar ve turnuvalar sayesinde spor turizmini artırır (Batman & Eraslan, 2007).

2.6.1.3.11 Olimpiyat Oyunları

Olimpiyat Oyunları, dünya çapında en önemli ve köklü spor organizasyonudur. İlk olarak M.Ö. 776 yılında Yunanistan'ın Olimpia bölgesinde düzenlenmiştir. Tarih boyunca Antik ve Modern Olimpiyatlar olarak iki döneme ayrılır (Batman & Eraslan, 2007).

Antik Olimpiyatlar başlangıçta dini amaçlarla ve barışı sağlamak için yapılmıştır. Zamanla yarışmalar ön plana çıkmış, ancak kadın sporcular ve seyirciler bu oyunlara katılamamıştır (Akin, 2018).

Modern Olimpiyatlar ise 1896'da, Baron Pierre de Coubertin liderliğinde kurulan Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından Atina'da başlatılmıştır. Olimpiyatlar yaz ve kış oyunları şeklinde düzenlenir; yaz oyunları dört yılda bir, kış oyunları ise iki yılda bir yapılır. Bugün Olimpiyatlar, gençleri dostluk ve barış içinde eğitmenin yanı sıra, ülkeler için ekonomik ve sosyal faydalar da sağlamaktadır (Özdilek vd., 2015).

2.6.1.3.12 Dünya Şampiyonaları

Uluslararası spor federasyonları, kendi üyesi olan ülkelerin sporcularının katıldığı büyük spor organizasyonları düzenler. Bu organizasyonlar her yıl, iki yılda bir veya dört yılda bir yapılabilir. Örneğin, 1930'dan beri dört yılda bir düzenlenen Dünya Futbol Kupası, milli takımların katıldığı en büyük spor etkinliklerinden biridir. Benzer şekilde, Basketbol Dünya Kupası ve Dünya Voleybol Şampiyonası

da dört yılda bir yapılır. Dünya Atletizm ve Dünya Yüzme Şampiyonaları ise iki yılda bir düzenlenmektedir. Diğer spor dallarında düzenlenen dünya şampiyonaları da belli aralıklarla yapılmaktadır (Akın, 2018).

2.6.1.3.13 Kış Sporları Turizmi

Kış sporları; kar veya buz üzerinde kayak, kızak, paten gibi araçlarla yapılan bireysel ya da takım etkinlikleridir (Demiroğlu, 2014). Bu sporlara dayalı kış turizmi, genellikle karlı ve dağlık bölgelerde yapılan, hem spor hem de sağlıklı yaşam amacı taşıyan bir turizm türüdür (Ülker, 2006). Kış sporlarının yapılabilmesi için hava koşulları ve kar durumu kadar diğer çevresel ve ekonomik etkenler de önemlidir (Albayrak, 2013).

2.7 Spor Turizminin Etkileri

Spor turizminin gerçekleştiği ülkelerde olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Olumlu etkilerin daha fazla olması, bu pazarın hızla büyümesine yol açmaktadır. Ross'a (2001) göre, spor turizminin ev sahibi ülkelere sağladığı başlıca faydalar şunlardır:

- Turizm sektöründe yatırım fırsatları yaratır ve büyümeyi destekler.
- Ekonomiyi canlandırır; perakende, yiyecek-içecek ve konaklama sektörlerinde talep artışı sağlar.
- Ülkenin veya şehrin imajını öne çıkarır.
- Yeni spor alanları ve ürünler sunar, tesislerin tam kapasite kullanılmasını sağlar.
- Toplumsal ilişkileri destekler, genç nüfusa fırsatlar sunar.
- Altyapıyı geliştirir, spor tesislerinin yönetimi için finansal destek sağlar.
- Spor ilgisini ve toplumsal desteği artırır.

2.7.1 Ekonomik Etkiler

Spor turizmi, etkinliklerin gerçekleştiği ülkelerde sporcu, yönetici, seyirci gibi katılımcıların harcamalarıyla ekonomiye büyük katkı sağlar. Küresel turizm endüstrisinin hızla büyüyen bir alanı olan spor turizmi, şehirlerin ve ülkelerin ekonomilerini destekler. Sports Travel Magazine dergisi, 1999 yılında yaptığı bir araştırmada ABD'deki spor turizmi endüstrisinin 118,3 milyar dolarlık bir hacme sahip olduğunu belirtmiştir (Neirotti, 2003):

- Takımlar ve katılımcıların seyahatleri: 6,1 milyar dolar

- Aileler ve spor izleyicilerinin seyahatleri: 47,3 milyar dolar
- Macera ve eğlence seyahatleri: 62,8 milyar dolar
- İşletmelerin özendirme (teşvik) seyahatleri: 2,1 milyar dolar

Neirotti, çalışmasında spor turizminin ekonomik etkilerini belirleyen faktörleri şöyle değinmiştir: Spor türü, etkinliğin süresi, rekabetin yoğunluğu, destinasyonun çekiciliği ve altyapı gibi faktörler spor turizminin ekonomik etkilerini artırır. Spor turizmi aynı zamanda istihdam sağlar, yerel ekonomiyi canlandırır, spor ürünleri üreten firmalar ve tarım, inşaat gibi yardımcı sektörlerle katkıda bulunur.

2.7.2 Sosyo-Kültürel Etkiler

Spor turizmi, turistlerin spor amaçlı ziyaretleri sırasında, farklı kültür ve davranışlarla karşılaşan yerel halk üzerinde çeşitli sosyal etkiler yaratmaktadır. Özellikle yabancı taraftarların aşırıya kaçan davranışları, yerel halkın rahatsız olmasına ve iki ülke arasındaki ilişkilerin bile etkilenmesine yol açabilmektedir (Stephen, 2001). Ev sahibi ülkeler, spor etkinliklerine gelen turistler için tesisler ve alışveriş merkezleri gibi imkanlar sunarak, kültürel etkileşimi artırır ve toplumda moral sağlamaktadır (Argan, 2004). Spor turizmi sayesinde bireyler kendilerini bir takıma ait hissedebilir, ulusal kimliklerine katkı yapabilir ve sporla sosyo-kültürel bağlarını güçlendirebilir. Ancak bu etkileşimler her zaman olumlu sonuçlanmayabilir; zaman zaman spor müsabakaları sonrasında şiddet olayları yaşanabilmektedir (Kasap ve Faiz, 2008). Kadın turistlerin spor etkinliklerine katılması, toplumun kadınlara yönelik bakış açısında olumlu değişimlere yol açabilmektedir. Spor turizmi, hem olumlu hem olumsuz etkileriyle sosyal ve kültürel değişimlere katkı sağlamaktadır. Spor turizmi, farklı ülkelerden gelen insanlar arasında kültürel etkileşimi artıran bir araçtır. Örneğin, Olimpiyatlar veya Rugby Dünya Kupası gibi büyük spor organizasyonları, farklı kültürlerden sporcuları ve izleyicileri bir araya getirerek ortak bir deneyim yaşatmaktadır (Chalip, 2006). Amatör spor turnuvaları ve macera sporları gibi etkinliklere katılan turistler, gittikleri yerin halkıyla iletişim kurarak onların yaşam tarzını, yemeklerini ve geleneklerini yakından tanıma fırsatı bulmaktadır (Malchrowicz Moško, 2021). Ayrıca, e-sporlar da dijital ortamda yapılan yeni bir spor turizmi türü olarak öne çıkmaktadır. Örneğin, League of Legends Dünya Şampiyonası gibi dijital

etkinlikler, teknoloji sayesinde kültürel bağları güçlendirme potansiyeli taşımaktadır (Vegara-Ferri vd., 2020).

2.7.3 Çevresel Etkiler

Spor turizminin çevre üzerindeki etkileri hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilir. Olumsuz olarak, doğada tahribatlara yol açabilir. Örneğin, golf sahaları için yapılan yatırımlar, bitki örtüsüne ve toprağa zarar verebilir; sahillere yoğun insan ve araç trafiği ise erozyona neden olabilir (Koçak ve Balcı, 2010). Ormanlık alanlarda doğa sporları yapılırken toprağın sıkışması ve su kalitesinin bozulması gibi etkiler de çevresel zararlara örnektir (Ürger, 1992). Spor turizmi aynı zamanda çevreye olumlu katkılar da sunabilir. Doğal ve tarihi alanların korunması, çevre bilincinin artması, altyapının iyileştirilmesi gibi faydalar spor turizminin olumlu etkileri arasında sayılabilir. Özellikle spor etkinliklerinin doğal alanlarda gerçekleştirilmesi, bu alanların korunmasına teşvik sağlar ve çevre kalitesini yükseltebilir (Avcıkurt, 2003).

2.7.4 Politik Etkiler

Spor ve siyaset genellikle ayrı tutulması gereken kavramlar olarak görülse de, birçok ülkede politik süreçlerde spor önemli bir rol oynar. Özellikle büyük spor organizasyonları, ulusal ve yerel politikaların parçası haline gelmiştir (Harvey, 1989). Örneğin, Olimpiyat Oyunları ve Dünya Kupası gibi etkinliklere ev sahipliği yapma çabaları, ülke tanıtımı ve altyapı geliştirme fırsatları sunduğundan, hükümetler bu tür organizasyonlar için bütçeler ayırır (Ritchie, 1984). Sporun siyasetle birleşmesi, ülkeler arası ilişkileri de etkiler. Örneğin, Türkiye ve Yunanistan geçmişteki siyasi gerilimlerine rağmen, Avrupa Futbol Şampiyonası'na ortak ev sahipliği yapmayı planlamış; bu adım, iki ülke arasındaki ilişkilerin düzelmesine katkı sağlamıştır (Daniels, 2007). Spor etkinliklerine katılmak için seyahat eden taraftarların, kendi takımları elendikten sonra diğer ülke takımlarını desteklemesi, sporun uluslararası ilişkilerde birleştirici etkisine örnektir. Spor turizmi böylece ülkeler arasında barışçıl ilişkiler kurmaya yardımcı olur.

2.7.5 Psikolojik Etkiler

Olimpiyat oyunları gibi büyük spor organizasyonları, ev sahibi ülkeye prestij kazandırarak toplumda moral artışı sağlar (Ritchie, 1988). Ayrıca, sporun fiziksel ve psikolojik etkileri, spor turizminin gelişmesine katkı sunar. Düzenli spor

yapmak, kan dolaşımını hızlandırarak, kaslardaki stresi azaltarak ve vücut kontrolünü artırarak bireylerin kendini daha iyi hissetmesini sağlar (De Knop, 1987). Bu nedenle, bazı sağlık uzmanları spor aktivitelerini terapi amaçlı kullanmaktadır. Örneğin, uygun iklim ve kaynaklara sahip bölgelere doğa ve akarsu sporları için seyahat eden insanlar, bu aktivitelerden yararlanarak spor turizmini desteklemektedir.

2.8 Dünyada ve Türkiye’de Spor Turizminin Mevcut Durumu

Spor turizmi, dünya turizm gelirlerinin %32’sini oluşturarak büyük bir ekonomik paya sahiptir. Olimpiyatlar, dünya şampiyonaları ve büyük spor organizasyonları, ev sahibi ülkelere önemli ekonomik katkılar sağlar. 2014 yılında yapılan araştırmalara göre, dünya genelinde 1.135 milyar insan seyahat etmiş ve toplam turizm geliri 1.245 trilyon dolar olarak hesaplanmıştır. Spor turizminin payı ise 180 milyar dolardır. Örneğin, 2023 yılında İstanbul’da oynanan Şampiyonlar Ligi finali, şehre yaklaşık 80 milyon dolar kazandırmıştır. Spor turizmiyle öne çıkan şehirler arasında Seul, Sidney ve Lozan bulunmaktadır:

- Seul (1988 Yaz Olimpiyatları): 159 ülkeden 8.454 sporcu katılmıştır.
- Sidney (2000 Yaz Olimpiyatları): 200 ülkeden 10.651 sporcu yer almıştır.
- Lozan (Olimpiyat Müzesi): Olimpiyat tarihine ait geniş bir arşive sahiptir ve yıl boyunca ziyaret edilmektedir.

Olimpiyat düzenlenen şehirlerde turist sayısının arttığı gözlemlenmiştir. Örneğin, 1988’de Seul’de turist sayısı %10,4 artmıştır (Türk Spor Ajansı, 2025). 2024 Paris Olimpiyatları’nda da benzer bir turizm hareketliliği gözlemlenmiştir. 11,3 milyon olan ziyaretçi sayısı 2023 yılına kıyasla %4’lük bir artış göstermektedir (Paris je t’aime, 2025).

Spor turizmi, dünya turizm gelirlerinin %32’sini oluşturan büyük bir sektördür. Spor Turizmi Uluslararası Konseyi’nin (STIC) araştırmasına göre yıllık 182 milyar dolarlık bir ekonomi yaratırken, spor etkinlikleri nedeniyle 47 milyon geceleme yapılmaktadır. Spor turistleri, konaklama ve diğer harcamalar için günlük ortalama 180 dolar harcadığı aktarılmaktadır (Yardımcı Sarıçay, 2009).

Son 8 yılda, 90 milyon kişi Olimpiyatlar ve FIFA Dünya Kupası gibi büyük etkinlikleri izlemek için organizasyonların düzenlendiği yere seyahat etmiştir. Yalnızca bu etkinlikler için yurt dışına çıkan 13 milyon kişi, gittikleri ülkelerde

toplam 10 milyar dolar harcama yaptığı gözlemlenmiştir. ABD’de olay tabanlı spor turizminin yıllık 27 milyar dolar gelir sağladığı tahmin edilmektedir (Gibson vd., 2003).

Spor amaçlı seyahat eden turistler, sıradan turistlere göre genellikle daha fazla harcama yaparlar. Çünkü sporla ilgili ekipman kiralama, eğitmen hizmeti alma veya etkinliklere katılım ücreti ödeme gibi ek giderleri olur. Büyük ya da küçük ölçekli spor organizasyonları, hem sporcuları hem de izleyicileri bir araya getirir ve bu kişilerin gittikleri yerde yaptıkları harcamalar, o bölgenin ekonomisine doğrudan katkı sağlar. Ayrıca spor turistleri, bulundukları yerdeki diğer turistik alanları da ziyaret etme eğilimindedir ve bu durum toplam harcamanın daha da artmasına yol açar (UNWTO, 2020).

Spor turizmi, büyük etkinlikler için düzenlenen turlar sayesinde de gelir elde eder. Örneğin, yalnızca bilet ve ikram içeren tur paketleri 500 dolar civarındayken, VIP hizmetler sunan lüks tur paketleri 7500 dolara kadar çıkabilir (Neirotti, 2005).

Birleşik Krallık’a gelen turistlerin %8’i spor etkinliklerine katılmış veya izleyici olmuştur. Güney Afrika’da ise yabancı turistlerin %10’u spor etkinlikleri için seyahat etmekte ve bunların büyük çoğunluğu seyirci olarak etkinlikleri takip etmektedir (Manusia, 2012).

Spor turizmi, hem ekonomik katkısı hem de turistik hareketliliği artırması nedeniyle giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Türkiye’de spor turizmi, birçok önemli etkinlikle dikkat çekmektedir. Kırkpınar Yağlı Güreşleri, İstanbul Avrasya Maratonu ve Boğaziçi Kıtalararası Yüzme Yarışı gibi organizasyonlar, her yıl binlerce sporcu ve izleyiciyi ülkemize çekmektedir. Spor müzeleri de bu alanda ilgi gören turistik yerler arasındadır. Spor turizmi, hem ekonomik hem de sosyal açıdan büyük katkılar sağlar. Günümüzde spor organizasyonları, önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. 2023 yılında Türkiye’ye gelen turist sayısı 56 milyonu aşarken, turizm geliri 54 milyar doları bulmuştur. İstanbul ve Antalya, en çok turist çeken şehirler arasında yer almıştır. Dünya sıralamasında Türkiye, en çok ziyaret edilen dördüncü ülke olmuştur. Spor turizmi, ülkemizin ekonomik kalkınmasında büyük bir rol oynamaktadır (Türk Spor Ajansı, 2025).

Son yıllarda spor ve turizm arasındaki ilişki güçlenmiş, Türkiye bu alanda önemli bir potansiyele sahip olmuştur. Ülkeye gelen yabancı turistlerin bir kısmı sportif aktiviteler için seyahat etmektedir. 2001 yılında yapılan bir araştırmaya

göre, bu amaçla gelen yabancı turist sayısı yaklaşık 150 bin kişidir. Türkiye, spor turizmini geliştirmek için altyapı yatırımları yapmış ve farklı spor dallarına uygun tesisler inşa etmiştir (TÜRSAB, 2002).

Ülkede doğa sporları yapılabilen 178 bölge tespit edilmiştir. Dağcılık, kar sporları, rafting, yamaç paraşütü, doğa yürüyüşü, dalış gibi 15 farklı spor turizmi türü gerçekleştirilmektedir. Spor turizmi açısından öne çıkan şehirler arasında İstanbul, Antalya, Erzurum, Nevşehir ve Muğla gibi iller yer almaktadır. Özellikle Antalya, futbol kampları ve golf turizmi açısından büyük bir merkez haline gelmiştir (TÜRSAB, 2002).

Spor turizmi, ekonomik açıdan da büyük bir potansiyele sahiptir. 2014 yılında Türkiye'ye spor yapmak için gelen yabancı turistlerin sayısı 550 bini aşmış ve toplam harcamaları 900 milyon doları geçmiştir. Spor amaçlı gelen turistlerin, diğer turistlere göre iki kat daha fazla harcama yaptığı belirtilmektedir. Türkiye'de düzenlenen uluslararası spor etkinlikleri de bu gelişime katkı sağlamaktadır. 2003-2011 yılları arasında Türkiye'de 100'e yakın uluslararası spor organizasyonu düzenlenmiştir. TÜRSAB'ın 2015 raporuna göre, Türkiye'nin spor turizmini daha da geliştirmek için İstanbul ve Antalya dışındaki bölgelerde spor tesisleri kurulmalı, tanıtımlar güçlendirilmeli ve doğrudan uçuş seferleri artırılmalıdır. Ayrıca, cazip paket turlar hazırlanarak spor turistlerinin ilgisi çekilmelidir (TÜRSAB, 2015).

Türkiye, spor turizmini geliştirmek için yasal düzenlemeler de yapmıştır. 2011 yılında yayımlanan "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği" bu alanı düzenlemektedir. Spor turizmi, Türkiye'nin doğal ve kültürel zenginlikleriyle birleştiğinde hem ekonomik hem de tanıtım açısından büyük fırsatlar sunmaktadır (Türkiye Turizm Ansiklopedisi, 2025c).

Türkiye, Ekim 2023 tarihi itibarıyla 225 uluslararası spor organizasyonu ve final karşılaşmasına ev sahipliği yaptı. Bu serüven, 1935 yılında ilk kez 6. Balkan Oyunları'nı düzenlememizle başladı. O günden bu yana birçok turnuva ve önemli maçla spor tarihimizde unutulmaz anılar yaşandı (Fanatik, 2025).

Türkiye, İrlanda'nın başkenti Dublin'de yapılan UEFA Yönetim Kurulu toplantısında alınan kararla, 2026 UEFA Avrupa Ligi Finali ve 2027 UEFA Avrupa Konferans Ligi Finali'ni düzenleme hakkını kazandı. Daha önce 2005'te UEFA Şampiyonlar Ligi Finali, 2009'da UEFA Kupası Finali, 2013'te U20 Dünya Kupası ve 2019'da UEFA Süper Kupa gibi önemli organizasyonlara ev sahipliği yapan Türkiye, 2023 UEFA Şampiyonlar Ligi Finali'ni de başarıyla düzenledi. Tüm bu

başarıların ardından, Türkiye Futbol Federasyonu'nun yoğun çabaları sayesinde Türkiye, 2032 Avrupa Futbol Şampiyonası'nı İtalya ile birlikte düzenleme hakkı da elde etti (Türkiye Futbol Federasyonu, 2025)



3. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın veri ve yönteminden bahsedilmektedir. Bu bağlamda, amacı ve önemi, araştırmanın varsayımları, araştırmanın sınırlılıkları, araştırma sahası, araştırmanın yöntemi, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, araştırma evren ve örnekleme ve verilerin analizi hakkında bilgiler sunulmaktadır.

3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, Bolu ilinin spor turizmi potansiyelini çok boyutlu bir biçimde analiz ederek, bu alandaki güçlü ve zayıf yönleri, ayrıca fırsat ve tehditleri sistematik olarak ortaya koymaktır. Çalışma, Bolu'nun sahip olduğu doğal, kültürel ve fiziki kaynakların spor turizmi açısından değerlendirilmesini, bu potansiyelin etkin biçimde kullanılabilmesi için gerekli stratejik ölçütlerin belirlenmesini ve ilin sürdürülebilir spor turizmi gelişimine katkı sağlamayı hedeflemektedir. Böylelikle, ilin spor turizmi bağlamındaki rekabet gücünün artırılması, turizm gelirlerinin çeşitlendirilmesi ve yerel ekonomiye olan katkısının güçlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Spor turizminin ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel, politik ve psikolojik etkileri ele alınarak, destinasyon gelişimindeki rolü daha önce vurgulanmıştır (Hinch & Higham, 2009; Weed & Bull, 2009). Bu doğrultuda, Türkiye açısından da spor turizminin hem bölgesel kalkınma hem de ekonomik çeşitlilik açısından stratejik bir unsur olduğu görülmektedir (Karataş & Yılmaz, 2021; Şimşek, 2022).

Araştırmanın uygulama kısmında, Bolu'da faaliyet gösteren turizm paydaşları, kamu kurum temsilcileri, yerel yönetimler, spor kulüpleri ve konaklama işletmeleri ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler aracılığıyla, katılımcıların Bolu'nun spor turizmi potansiyeline dair algıları, mevcut sorunlara ilişkin gözlemleri ve geleceğe yönelik önerileri analiz edilmiştir. Böylece ilin spor turizmi bağlamındaki durumuna ilişkin veriler elde edilmiştir. Bu doğrultuda hem alan yazını hem de uygulama açısından yapılan bu çalışma önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Özellikle Bolu kapsamında spor turizmi potansiyelini doğrudan ele alan akademik araştırmalar sınırlıdır (Kurt & Gümüş, 2024). Çalışma bu eksikliği gidererek Bolu'nun spor turizmine dair güncel, yerel ve bilimsel verilere dayalı yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Ayrıca elde edilen bulgular,

Bolu'daki turizm yöneticileri, yatırımcılar ve karar vericiler için stratejik öneriler geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Bu öneriler; ilin spor turizmi açısından güçlü yönlerinin pekiştirilmesi, zayıf yönlerinin iyileştirilmesi, fırsatların değerlendirilmesi ve tehditlerin azaltılmasına yöneliktir.

3.2 Araştırmanın Varsayımları

Katılımcıların soruları dürüst ve samimi bir şekilde yanıtladıkları varsayılmaktadır. Spor turizmi kavramı hakkında katılımcıların temel bilgi düzeyine sahip oldukları varsayılmaktadır. Görüşmede toplanan verilerin, Bolu'daki spor turizmi potansiyelini temsil edecek nitelikte olduğu kabul edilmektedir. Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarının geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmaktadır. Bolu ilinde bulunan doğal kaynaklar, iklim koşulları, spor tesisleri ve ulaşım imkânlarının spor turizmi açısından değerlendirilebilecek düzeyde olduğu varsayılmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemdeki ekonomik, sosyal ve çevresel koşulların, Bolu'daki spor turizmi faaliyetlerini önemli ölçüde etkilemediği varsayılmaktadır.

3.3 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmadaki sınırlılıklar, çalışmanın sonuçlarını etkileyebilecek eksiklikler veya kısıtlamalardır. Bu sınırlılıklar ne kadar fazla olursa, araştırmadan elde edilen sonuçların güvenilirliği ve doğruluğu o kadar azalır (Guyatt vd., 2011). Her araştırmanın kendine özgü bazı sınırlılıkları vardır. Bu tez çalışmasının ilk sınırlılığı, araştırmanın sadece Bolu iliyle sınırlı olmasıdır. Bu nedenle elde edilen sonuçlar, belirlenen amaç ve kapsam doğrultusunda Bolu dışındaki iller için genelleme yapmaya uygun değildir. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı, görüşmelere katılan kişilerden elde edilen verilerle sınırlı olmasıdır. Görüşme tekniğinin doğası gereği, verilerin kaybolmaması ve analizin güvenilirliği adına yapılan ses kayıt işlemi, bazı katılımcı adaylarında 'kayıt altına alınma' kaygısı yaratmıştır. Araştırmanın etik prensipleri gereği gizlilik garantisi verilmiş olsa da, ses kaydı prosedürü nedeniyle bazı potansiyel katılımcılar görüşme talebini reddetmiştir. Bu durum, ulaşılan katılımcı çeşitliliğini sınırlamıştır. Eğer örneklem grubuna farklı kişiler dahil edilseydi, farklı düşünceler veya sonuçlar ortaya çıkabilirdi. Üçüncü sınırlılık ise zamanla ilgilidir. Görüşmelerden elde edilen bilgiler, Ekim 2025 ve

Kasım 2025 aylarında yapılan görüşmelerden alınmıştır. Zaman ilerledikçe katılımcıların düşünce ve değerlendirmeleri değişiklik gösterebilir.

3.4 Araştırma Sahası

Araştırmanın bu bölümünde Bolu ili ile ilgili genel bilgilere yer verilmektedir. Bu kapsamda Bolu'nun tarihî gelişimi, coğrafi konumu, nüfus özellikleri, ekonomik yapısı ve turizm potansiyeli hakkında ayrıntılı açıklamalar sunulmaktadır.

3.4.1 Bolu'nun Tarihi Gelişimi

Bolu'nun bilinen ilk sakinleri Hititlerdir. Daha sonra sırasıyla Frigyalılar, Lidyalılar ve Persler bölgeye hâkim olmuştur. Perslerden sonra Büyük İskender Bolu'yu ele geçirmiş, onun ölümünden sonra ise bölgede Bitinya Krallığı kurulmuştur. Bitinya Krallığı'nın son kralı öldüğünde, topraklarını Roma İmparatorluğu'na bırakmıştır. Roma ikiye ayrılınca Bolu, Bizans İmparatorluğunun sınırları içinde kalmıştır. 1071 Malazgirt Zaferi'nden sonra Türkler Anadolu'nun batısına ilerleyerek Bolu'ya kadar ulaştılar. Horasanlı Aslahaddin tarafından fethedilen Bolu'ya Türkmenler yerleştirildi. Bu dönemde Bolu'da yaşayan halk, Türk kültürüyle kaynaştı ve bölge tamamen Türkleşti. Bolu'daki birçok köy ve yerleşim yeri adını Türk boylarından aldı (örneğin: Dadurga, Salur, Yuva). Selçuklu döneminde kısa süreli Haçlı istilaları yaşansa da bölge yeniden Türklerin eline geçti. Selçuklu Devleti'nin yıkılmasından sonra bir dönem Moğollar, ardından Osmanlılar Bolu'ya hakim oldu. Osman Gazi zamanında Bolu, Göynük ve Mudurnu fethedildi; Orhan Gazi döneminde ise çevre bölgeler Osmanlı topraklarına katıldı. Timur'un Ankara Savaşı sırasında Bolu kısa süreliğine Candaroğullarının eline geçtiyse de daha sonra yeniden Osmanlı yönetimine döndü. Uzun yıllar sancak (idari bölge) olarak yönetilen Bolu, Kanuni Sultan Süleyman döneminde önemli bir yönetim merkezi haline geldi. Tanzimat döneminde Bolu, Kastamonu vilayetine bağlandı. Cumhuriyetin ilanından sonra ise vilayet (il) statüsü kazandı. Günümüzde Bolu, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, zamanla gelişerek bugünkü haline ulaşmış bir ildir (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025).

3.4.2 Bolu'nun Coğrafi Özellikleri

Bolu, Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz bölümünde yer alır. İlin batısında Düzce ve Sakarya, güneybatısında Bilecik ve Eskişehir, güneyinde Ankara, doğusunda Çankırı, kuzeyinde Zonguldak ve kuzeydoğusunda Karabük bulunur. Bolu'nun yüzölçümü 8.458 km² olup, Türkiye topraklarının yaklaşık %1'ini kaplar. 2024 yılı verilerine göre nüfusu 326.409 kişidir. Bunun büyük kısmı (%74) şehirlerde yaşar. Yalnızca Bolu merkezinin nüfusu 222.340 kişidir. İlin arazisinin %64'ü ormanlarla, %18'i tarım alanlarıyla, %15'i çayır ve meralarla kaplıdır. Bu özelliğiyle Bolu, Türkiye'nin önemli orman illerinden biridir. Ortalama yükseltisi 1000 metre, merkez ilçenin rakımı ise 725 metredir. Bolu topraklarının %56'sını dağlar oluşturur. Başlıca dağlar arasında Bolu Dağları (1980 m), Abant Dağları (1748 m), Köroğlu Dağları (2499 m), Seben Dağları (1854 m) ve Ardıç Dağları (1443 m) bulunur. İlde ayrıca Bolu Ovası (725 m) ve Gerede Ovası (1300 m) en geniş ovalardır. Diğer önemli ovalar ise Yeniçağa, Mudurnu ve Himmetoğlu ovalarıdır. Bolu'nun başlıca akarsuları; Büyüksu, Mengen Çayı, Aladağ Çayı, Mudurnu Çayı, Göynük Suyu, Çatak Suyu ve Gerede Çayıdır. Dağlık yapısı, bol yağış ve akarsuların çokluğu nedeniyle bölgede pek çok göl oluşmuştur. En tanınan göller arasında Abant, Yedigöller, Sülüklügöl, Karagöl, Yeniçağa, Çubuk, Sünnet ve Karamurat gölleri yer alır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025c).

3.4.3 Bolu'nun Demografik Özellikleri 2024 Yılı Nüfus Verileri

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan 2024 verilerine göre, Türkiye'nin toplam nüfusu 85 milyon 664 bin 944 kişiye ulaşmıştır. Bu sayı, önceki yıla göre binde 3,4 oranında artış göstermiştir. Bolu'nun nüfusu ise 2023 yılında 324 bin 789 iken, 2024'te 326 bin 409 kişiye yükselmiştir. Yani Bolu'nun nüfusunda yaklaşık 1.600 kişilik bir artış olmuştur (Türkiye İstatistik Kurumu, 2025).

3.4.4 Bolu'nun Ekonomik Yapısı

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından hazırlanan 2024–2028 TR42 Doğu Marmara Bölge Planına göre Bolu'nun ekonomik yapısı değerlendirilip planlanmıştır. Bu plana göre Bolu, Türkiye'nin sosyo-ekonomik açıdan en gelişmiş illerinden biridir. 2017 verilerine göre gelişmişlik sıralamasında 13. sırada, kişi başına düşen gelirden ise 10. sırada yer almaktadır. Bu durum, Bolu'nun hem

ekonomik hem de yaşam kalitesi açısından güçlü bir il olduğunu göstermektedir. Plan, Bolu'yu "Potansiyel Rekabetçi İl" olarak tanımlamaktadır. Yani Bolu'nun, sahip olduğu doğal ve ekonomik imkânları daha iyi değerlendirerek hem Türkiye'de hem de uluslararası alanda rekabet gücünü artırma potansiyeli vardır. Bolu'da sanayi, orman ürünleri, tekstil ve metal sektörleri üzerine kuruludur. Bolu, Türkiye'de kanatlı hayvancılığın (tavukçuluğun) merkezlerinden biridir. Plan, Bolu'nun her ilçesi için farklı gelişim alanları belirlemiştir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2025):

- Bolu Merkez: Ticaret, hizmet ve turizmin kalbi.
- Gerede: Sanayi, ulaşım ve lojistik merkezi.
- Mengen–Yığılca: Gastronomi, ormancılık ve doğa turizmi.
- Mudurnu–Göynük–Taraklı: Tarihi ve kültürel turizm merkezi.
- Seben–Kıbrıscık: Tarım, hayvancılık ve doğa turizmiyle kırsal kalkınma alanı.

3.4.5 Bolu'nun Turizm Yapısı

Bolu, sahip olduğu coğrafi konumu, zengin bitki örtüsü, akarsuları, gölleri ve geniş ormanları sayesinde Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden biridir. Turizmde yeni ilgi alanları ve alternatif turizm türleri her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır (Tuna, 2019). Bolu tarihi yapıları ve doğal güzellikleri ile yılın her döneminde turistleri kendine çeker. İlde yaklaşık 380 yayla, birçok doğal ve yapay göl, termal kaynaklar, dereler ve seyir tepeleri bulunmaktadır. Bu doğal varlıklar, Bolu'yu farklı türlerde turizm etkinlikleri için elverişli hale getirir. Bolu'da yapılan başlıca turizm türleri şunlardır (TCOSİB, 2016; Saldamlı vd., 2021; Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025):

- Kış turizmi (Kartalkaya Kayak Merkezi gibi),
- Spor turizmi (bisiklet turizmi ve yamaç paraşütü turizmi gibi),
- Kültür ve inanç turizmi,
- Sağlık ve termal turizmi,
- Gastronomi (yemek) turizmi,
- Kongre turizmi,
- Doğa turizmi (kuş gözlemciliği, doğa yürüyüşü, yayla turizmi, avcılık, olta balıkçılığı, eko-köy turizmi, göl turizmi, foto safari, kamp ve karavan turizmi, bitki inceleme ve anıt ağaçlar, yaban hayatı ve mağara turizmi gibi).

Bolu'nun en büyük avantajlarından biri, doğal güzelliklerinin sadece belirli bir mevsime bağlı olmamasıdır. Bu sayede ilde turizm faaliyetleri dört mevsim boyunca devam edebilir. Bolu hem doğal hem de kültürel zenginlikleri ile çok çeşitli turizm türlerine ev sahipliği yapabilen bir ildir (TCOSİB, 2016).

Turistlerin bir destinasyonu tercih ederken önem verdikleri unsurlardan biri de konaklama imkânlarıdır. Bir bölgedeki otellerin sayısı, hizmet kalitesi ve çeşitliliği turistlerin o bölge hakkındaki izlenimlerini etkileyen önemli faktörler arasındadır. Hatta kimi zaman günübirlik ziyaret etmeyi planlayan turistler bile, bölgede cazip konaklama seçenekleri olduğunu gördüklerinde planlarını uzatabilmektedir (Chen vd., 2011; Moreno-Gil ve Martin-Santana, 2013).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın (2025d) verilerine göre Bolu'da; 43 turizm işletme belgeli, 82 mahalli idare belgeli ve 7 yatırım belgeli olmak üzere toplam 132 konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerde toplam 8.859 yatak kapasitesi vardır ve 2024 yılında şehirde 519.350 turist konaklamıştır. Ayrıca şehirde hizmet veren konaklama tesislerinin 6'sı 5 yıldızlı, 9'u 4 yıldızlı ve 8'i 3 yıldızlıdır. İlçelerdeki diğer oteller ise genellikle daha küçük kapasitede olup butik otel veya pansiyon tarzında hizmet sunmaktadır. Bolu, merkezi ve ilçeleriyle birlikte birçok kapalı ve açık spor tesislerine sahiptir. Bu tesislere tablo 3.1.'de yer verilmiştir.

Tablo 3.1. Gençlik Spor İl Müdürlüğüne Bağlı Tesisler

No	Yer	Aktivite	Özellik	Tesis Adı
01	Bolu	Futbol, Atletizm	Tabii Çim	Bolu Atatürk Stadı
02	Bolu	Salon Sporları	Parke Zemin	17 Temmuz Spor Salonu
03	Bolu	Sosyal - Sportif	Prefabrik	Olimpiyat Gençlik Evi
04	Karaçayır	Sosyal Tesis	54 Yataklı	İzzet Baysal Kamp Eğitim Merkezi
05	Karaçayır	Güreş-Jimnastik	Sentetik Zemin	Murat Canbaş Spor Salonu
06	Karaçayır	Yüzme	Yarı Olimpik	Kapalı Yüzme Havuzu
07	Karaçayır	Sosyal-Sportif	Prefabrik	Karaçayır Gençlik Evi
08	Aladağ	Spor Faaliyetleri	40 Yataklı	Aladağ İzcilik Kampı
09	Aladağ	Salon Sporları	Sentetik Zemin	Aladağ Spor Salonu

Tablo 3.1. Gençlik Spor İl Müdürlüğüne Bağlı Tesisler (devam)

10	Aladağ	Gençlik Kampı	42 Adet Bungalov	Bungalov Evler
11	Aladağ	Futbol	Çim Saha	Aladağ Futbol Sahası
12	Aladağ	Voleybol, Basketbol	Asfalt Zemin	Aladağ Oyun Alanları
13	Karaçayır	Futbol	4 Adet Çim Saha	Futbol Sahaları
14	Gölköy	Atıcılık	15 Yataklı	Trap Skeet Atış Poligonu
15	Gölköy	Salon Sporları	Sentetik Zemin	A.İ.B.Ü. Spor Salonu (Gölköy)
16	Bolu	Salon Sporları	Sentetik Zemin	A.İ.B.Ü. Spor Salonu (Bolu)
17	Bolu	Futbol	Tabii Çim	Belediye Futbol Sahası
18	Karacasu	Futbol	Tabii Çim	Karacasu Futbol Sahası
19	Gerede	Futbol, Atletizm	Çim Saha	Gerede İlçe Stadı
20	Gerede	Salon Sporları	Parke Zemin	Gerede Spor Salonu
21	Mengen	Futbol, Atletizm	Çim Saha	Mengen İlçe Stadı
22	Mengen	Salon Sporları	Sentetik Zemin	Mengen Spor Salonu
23	Seben	Futbol	Çim Saha	Seben Futbol Sahası
24	Mudurnu	Futbol, Atletizm	Çim Saha	Mudurnu Stadı
25	Mudurnu	Salon Sporları	Sentetik Zemin	Mudurnu Spor Salonu
26	Göynük	Futbol	Toprak Saha	Göynük Futbol Sahası
27	Yeniçağa	Futbol	Çim Saha	Yeniçağa Futbol Sahası
28	Dörtdivan	Futbol	Toprak Saha	Dörtdivan Futbol Sahası
29	Kıbrıscık	Futbol	Toprak Saha	Kıbrıscık Futbol Sahası

Kaynak: (Bolu Valiliği, 2025).

Bolu, spor turizmi açısından önemli avantajlara sahip bir ildir. Şehirde dört mevsimin belirgin şekilde yaşanması, yıl boyunca farklı spor turizmi faaliyetlerinin yapılmasına imkân tanımaktadır. Bu durum, Bolu'da spor turizmi çeşitliliğinin fazla olmasını sağlamaktadır. Bolu'da gerçekleştirilen spor turizmi etkinlikleri

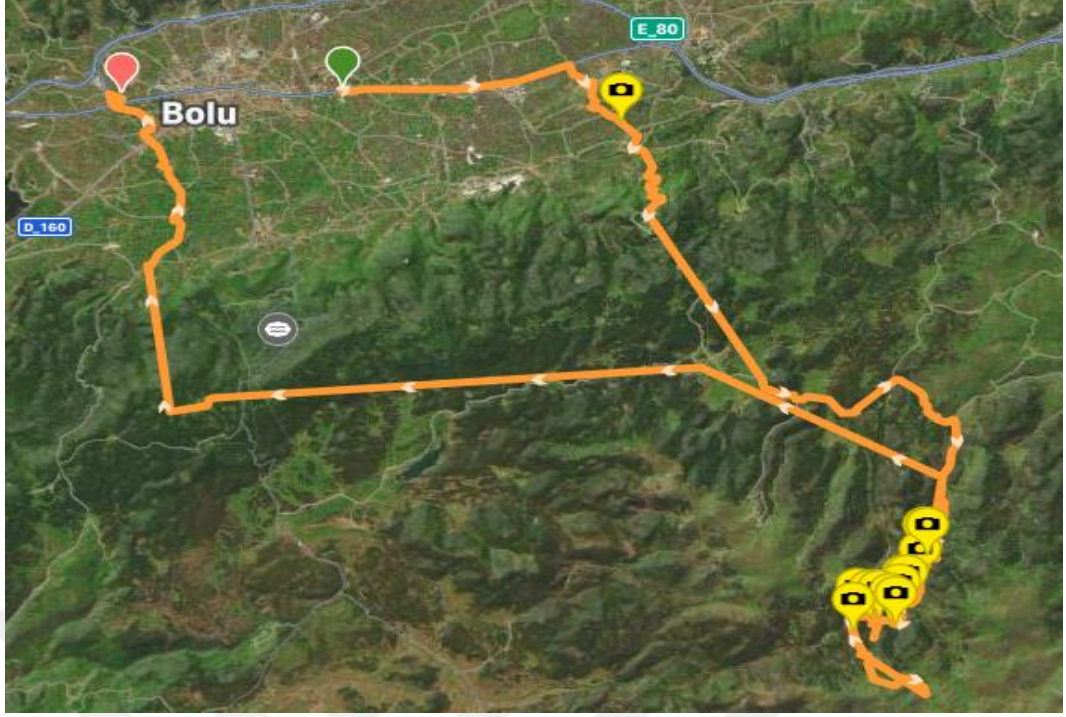
çeşitli branşları kapsamaktadır. Bolu’da yapılmakta olan spor turizmi aktiviteleri tablo 3.2.’de yer verilmiştir (Bolu Valiliği, 2025).

Tablo 3.2. Bolu’da Yapılmakta Olan Doğa Sporları Aktiviteleri

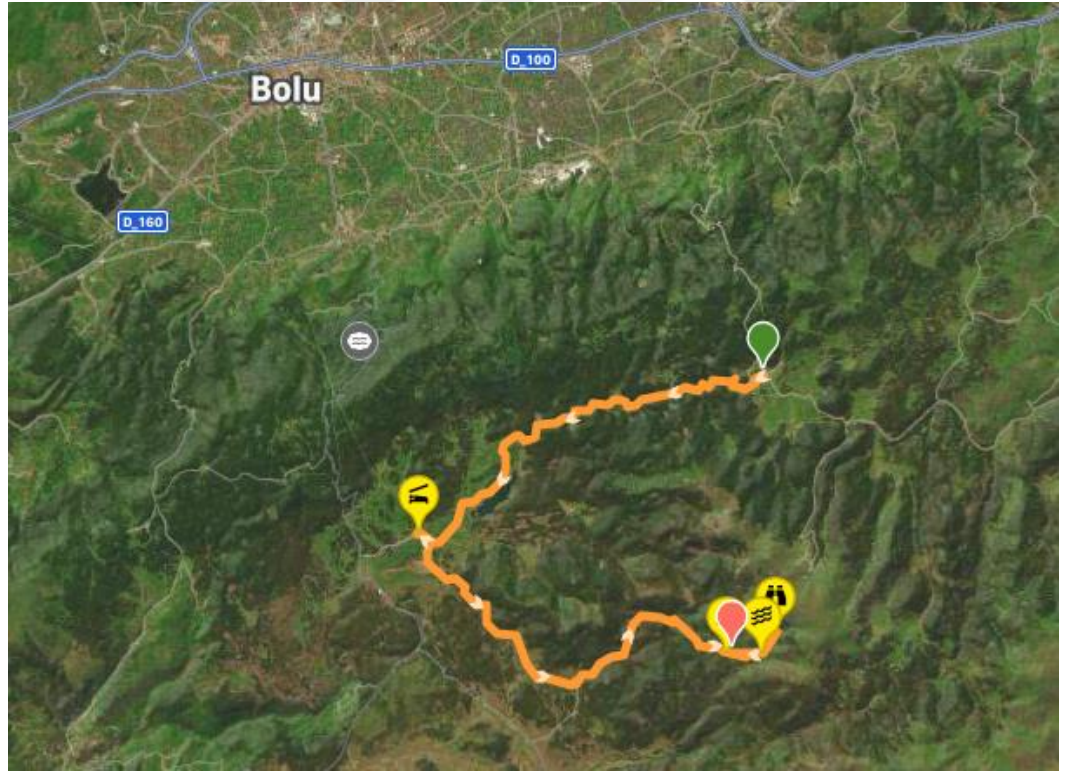
Turizm Türü	Bölge
Yamaç Paraşütü	Abant Bölgesi, Çele Tepesi, Çepni Yaylası ve Örencik Yaylası
Su Sporları	Aladağ Göleti, Yeniçağa Gölü
Dağcılık	Kartalkaya, Köroğlu Dağları, Seben, Çele Tepesi
Kış Sporları	Kartalkaya, Arkut Dağı
Çim Kayağı	Esentepe
Tekerlekli Kayak	Esentepe
Ornitoloji (Kuş Gözetleme)	Kavaklı Dağı, Yedigöller, Abant, Sülüklü Göl, Yeniçağa Gölleri
Sportif Olta	Abant, Gölcük, Yedigöller, Sünnet, Çubuk, Sülük, Karamurat, Karagöl, Yeniçağa, Gölköy, Aladağ, Saraycık, Çayköy Göletleri
Balıkçılığı	
Kaya Tırmanışı	Gelin Kayaası, Kartalkaya Kazankaya, Bürnük
At Biniciliği	Gölköy, Yenisefa, Demirciler, Çampınar, Fındıcak, Dereceören, Ömerler
Utv ve Atv Safari	Abant
Otomobil Sporları	Aladağlar - Demirciler Köyü – Çaygökpınar Köyü Mevkii
Dağ Bisikleti	Gurbettaşı Mevkii-Köprübaşı Barajı Bisiklet Parkuru, Karacasu Yaylası-Kızık Yaylası Bisiklet Parkuru, Polis Evi-Abant Bisiklet Parkuru
Doğa Yürüyüşü	Abant, Yedigöller Milli Parkı, Seben Yaylaları, Bolu Fındığı Tabiatı Koruma Alanı, Kökez Koruma Alanı, Sülüklügöl Tabiatı Koruma Alanı

Kaynak:(Kızıltan ve Kahraman, 2025).

Otomobil sporları ve dağ bisikleti güzergahları Şekil 3.1. ve Şekil 3.2.’de gösterilmiştir (Wikiloc, 2025).



Şekil 3.1. Otomobil Sporları Güzergahı (Bolu Sarıalan, Köroğlu Şelalesi, Tembeltepe, Köroğlu Zirve Eteği)



Şekil 3.2. Dağ Bisikleti Güzergahı (Bolu Aladağ)

Bolu’da yapılan spor turizmi çeşitleri ve Gençlik Spor İl Müdürlüğü’ne bağlı tesisler Şekil 3.3’te haritada gösterilmiştir (Kızıltan ve Kahraman, 2025).



Şekil 3.3. Bolu’da Yapılan Spor Turizmi Çeşitleri Ve Gençlik Spor İl Müdürlüğü’ne Bağlı Tesisler

3.5 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma nitel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanmıştır. Creswell (2014) nitel araştırmalar sayesinde bireylerin veya grupların bir olguya atfettikleri anlamları keşfetmede ve bu anlamların derinlemesine incelenmesinde yardımcı olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmada, nitel yöntemin seçilmesinin temel nedeni, Bolu ilinin spor turizmi potansiyelini oluşturan unsurların daha önce araştırılmamış olması neticesinde doğrudan nicel göstergelerle ölçülmesinden ziyade, bu olgulara ilişkin paydaş görüşlerinin, algılarının ve deneyimlerinin derinlemesine anlaşılacak istenmesidir. Dolayısıyla çalışma, durum çalışması desenine dayanmaktadır. Bu desen, Bolu'nun spor turizmi potansiyelinin kendi bağlamı içinde incelenmesine imkân tanımaktadır. Bu kapsamda verilerin analizinde nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılarak Bolu'daki spor turizmi paydaşlarının görüşleri üzerinden temalar oluşturulmuş ve bu temalardan yola çıkılarak SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

3.5.1 Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmış ve bu görüşmelerden elde edilen bilgiler incelenmiştir. Görüşme yöntemi, araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanmış soruların konuyla ilgili kişilere yöneltilmesiyle bilgi toplanmasını sağlayan bir yöntemdir (Ural ve Kılıç, 2013). Bu yöntem, konunun ayrıntılarını öğrenme fırsatı sunması ve ankete göre daha açıklayıcı, güvenilir sonuçlar vermesi nedeniyle tercih edilir. Ancak bazı dezavantajları da vardır. Örneğin, görüşme yapmak maliyetli olabilir, katılımcılara ulaşmak zor olabilir ya da bazı kişiler sorulara tamamen tarafsız yanıt vermeyebilir. Ayrıca toplanan verilerin analiz edilmesi de zaman alabilir (Coşkun vd., 2015).

Araştırma kapsamında, katılımcılara dokuz açık uçlu soru sorulmuştur. Bu sorular, araştırma sorularına yanıt verecek şekilde özenle hazırlanmıştır. Sorular tamamlandıktan sonra, 3 akademisyenin katılımıyla kapsam geçerliliği sınanmış ve birkaç değişik belirtilmiştir. Görünüş geçerliliği onaylandıktan sonra nihai soru formuna ulaşılmıştır. Görünüş geçerliliği, bir testin ya da ölçeğin ilk bakışta gerçekten ölçmek istediği şeyi ne kadar iyi yansıttığını değerlendirmektir. Bu değerlendirme genellikle uzmanlar veya testi kullanacak kişiler tarafından hızlıca gözden geçirilerek yapılır. Böylece testin güvenilir ve kabul edilebilir olduğu

konusunda daha olumlu bir izlenim oluşturur (Nevo, 1985). Soruların son hali Tablo 3.3’te yer almaktadır.

Tablo 3.3. Görüşme Formunda Sorulan Sorular

1	Sizce Bolu spor turizminin gelişmesi açısından uygun bir destinasyon mudur?
2	Sizce Bolu, diğer şehirlere göre spor turizmi açısından nasıl bir konuma sahip?
3	Bolu’nun spor turizmiyle ilgili güçlü yönleri nelerdir? Bu güçlü yönler yeterince kullanılabilir mi? Bolu’nun spor turizminde güçlü yönlerini daha iyi kullanması için ne yapılmalı?
4	Sizce Bolu’daki spor tesisleri kapasite ve kalite açısından yeterli mi?
5	Bolu’nun spor turizmiyle ilgili zayıf yönleri neler olabilir? Zayıf yönleri gidermek ve tehlikeleri önlemek için nasıl bir yol izlenmeli?
6	Bolu’nun spor turizmini geliştirmek için önünde hangi fırsatlar bulunmaktadır? Turizm endüstrisi paydaşları bu konuda nasıl katkı sağlayabilir? Sizce doğa sporları, ekoturizm ya da gençlik kampları açısından Bolu’nun potansiyeli nedir?
7	Bolu’da spor turizmini tehdit edebilecek olumsuz durumlar neler olabilir? Diğer destinasyonlarda olan rekabet Bolu için bir risk oluşturuyor mu?
8	Sizce Bolu’da spor turizmiyle ilgili kararlar alınırken paydaşların sürece katılımı ne derece önemlidir?
9	Yerel halkın ve işletmelerin spor turizmine yaklaşımı sizce nasıl?

3.5.2 Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın örneklemini açıklamadan önce, “evren” ve “örneklem” kavramlarını tanımlamak gerekir. Evren, araştırma sonuçlarının genellenebileceği tüm grubu ifade eder. Örneklem ise, bu evrenin içinden seçilen ve bütünü temsil eden daha küçük bir gruptur (Coşkun vd., 2015).

Araştırmada Kartopu (Snowball) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, başlangıçta seçilen birkaç kişi araştırmaya uygun diğer kişileri önerir ve böylece örneklem zincir şeklinde genişler. Kartopu örneklemi, ulaşılması zor veya gizli gruplara ulaşmak için sıklıkla tercih edilir. Bu yöntem, zaman ve maliyet

açısından avantajlıdır, ancak örneklemin geneli temsil etme gücü sınırlı olabilir (Nurdiani, 2014).

Bu araştırmada evren, Bolu’da spor turizmiyle ilgili olan tüm paydaşlardan oluşmaktadır. Örneklem ise, Bolu’daki spor turizmiyle bağlantısı bulunan ve araştırmanın amacına uygun şekilde görüş bildirebilecek kişi ve kurumları kapsamaktadır. Katılımcıların her biri ile yapılan görüşmeler 25 dakika ila 60 dakika sürmüştür. Araştırmada 13 katılımcı ile görüşme yapılmış olup veriler nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda analiz edilmiştir. Görüşmeler sonucunda yeni bir tema ya da bilgi ortaya çıkmadığı, verilerin tekrara düştüğü görülmüş ve veri doygunluğuna ulaşıldığı görülmüştür (Guest vd., 2006; Strauss & Corbin, 1998).

Araştırma sürecinde örnekleme dahil edilen kişi ve kurumlar Tablo 3.4’te gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Araştırmanın Örneklemini Oluşturan Kişi ve Kurumlar

K	Cinsiyet		Katılımcı Sayısı
K1	Erkek	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	1
K2	Erkek	Otel Yöneticileri	1
K3	Erkek		1
K4	Erkek		1
K5	Erkek		1
K6	Erkek		1
K7	Erkek	Profesyonel Sporcu	1
K8	Erkek	Antrenör	1
K9	Erkek	Amatör Kulüp Yöneticisi	1
K10	Erkek	Türkiye Dağcılık Federasyonu Dağcı	1
K11	Kadın	Spor Tesisi İşletmecisi	1
K12	Erkek	Seyahat Acentesi	1
K13	Erkek	Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü	1
		Toplam	13

3.5.3 Verilerin Analizi

Bu araştırmada elde edilen verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz ve SWOT analizi yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Nitel araştırma süreci boyunca izlenen analiz adımları, sistematik bir biçimde yürütülerek bulguların anlamlı, geçerli ve güvenilir bir şekilde yorumlanması amaçlanmıştır. Nitel veri analizinin temel amacı, katılımcıların deneyimlerinden, algılarından ve görüşlerinden yola

çıkarak araştırma problemini derinlemesine anlamaktır (Creswell, 2014). Bu doğrultuda, analiz süreci birbiriyle ilişkili birkaç aşamada gerçekleştirilmiştir:

- Veri hazırlığı,
- Kodlama ve tema oluşturma,
- Betimsel çözümleme,
- SWOT çerçevesine dönüştürme ve sonuçların yorumlanması.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen ses kayıtları, araştırmacı tarafından eksiksiz biçimde yazıya dökülmüştür. Bu süreçte, katılımcıların ifadeleri anlam bütünlüğü korunarak aktarılmış; gereksiz tekrarlar ve anlaşılmaz bölümler düzenli notlarla belirtilmiştir. Tüm katılımcı verileri anonimleştirilmiş, her bir görüşmeye kimlik gizliliğini sağlamak amacıyla “K1, K2, K3...” biçiminde kodlar verilmiştir. Bu aşamada, verilerin güvenliği ve etik standartlara uygunluğu sağlanmıştır (Creswell & Poth, 2018).

Verilerin analizi sürecinde, öncelikle görüşme dökümleri birkaç kez okunarak genel bir izlenim elde edilmiştir. Daha sonra, verilerden anlamlı parçalar seçilerek bu ifadeler için uygun kodlar atanmıştır. Kodlama sürecinde hem indüktif (veriye dayalı) hem de dedüktif (önceden belirlenmiş temalara dayalı) yaklaşımlar bir arada kullanılmıştır. İndüktif yöntem, tek tek örneklerden yola çıkarak genel bir sonuca ulaşmayı amaçlayan bir düşünme biçimidir. Yani birçok olayı ayrı ayrı gözlemleyip bunların ortak özelliklerine bakarak bir çıkarım yapılır. Ancak her olayı tüm yönleriyle incelemek her zaman mümkün olmadığı için, bu yöntemle elde edilen sonuçların kesin bir yasa haline gelmesi her zaman mümkün olmayabilir (Bucher, 2021). Dedüktif yöntem, doğruluğundan emin olunan genel bilgilerden yola çıkarak daha özel sonuçlara ulaşmayı amaçlayan bir düşünme biçimidir. Bu yöntemde başlangıçta kullanılan bilgiler doğru kabul edildiği için, onlardan elde edilen sonuçların da doğru olacağı düşünülür. Bu yüzden dedüktif yöntem güvenilir bir yöntem olarak görülür (Corcoran, 1989). Dedüktif kodlama aşamasında literatürde sıkça yer verilen temalar (örneğin altyapı, spor tesisleri, tanıtım, ulaşım, yerel yönetim desteği) dikkate alınmıştır (Miles vd., 2019). İndüktif yaklaşım ise veriden doğrudan türeyen, katılımcıların özgün ifadelerinden ortaya çıkan yeni kodların belirlenmesine olanak tanımıştır.

Oluşturulan kodlar, içerik bakımından benzerlik ve ilişkilerine göre gruplanmış ve daha üst düzey kavramsal kategoriler hâline getirilmiştir. Böylece,

verilerden türetilen temalar aracılığıyla katılımcı görüşlerinin ortak noktaları ve farklılıkları ortaya çıkarılmıştır. Bu süreçte betimsel analiz yaklaşımı benimsenmiştir. Betimsel analiz, nitel araştırmalarda verilerin önceden belirlenen temalar çerçevesinde sistematik biçimde özetlenip yorumlanmasını amaçlayan bir yöntemdir (Deniz & Eryılmaz, 2019). Bu analiz türü, araştırmacıya verileri okuyucuya açık, anlaşılır ve düzenli bir şekilde sunma imkânı sağlar. Elde edilen veriler, araştırmanın amacına uygun olarak “spor turizmi potansiyeli”, “altyapı ve tesis olanakları”, “tanıtım ve pazarlama”, “yerel yönetim ve paydaş iş birliği”, “doğal kaynakların kullanımı”, “spor turizmi imajı” ve “ulaşılabilirlik” gibi temalar altında düzenlenmiştir.

Betimsel analizden elde edilen bulgular, araştırmanın ikinci aşamasında SWOT analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. SWOT analizi, bir kurumun ya da destinasyonun iç ve dış çevresini inceleyerek güçlü ve zayıf yönlerini, karşılaşılabileceği fırsat ve tehditleri sistematik biçimde ortaya koyan stratejik bir analiz tekniğidir (Benzaghta vd., 2021). Bu yöntem, araştırmada elde edilen temaların stratejik planlama açısından anlamlandırılmasını sağlamıştır. Bu kapsamda, iç çevre unsurları “güçlü yönler” ve “zayıf yönler” başlıkları altında; dış çevre unsurları ise “fırsatlar” ve “tehditler” başlıkları altında değerlendirilmiştir. Her bir unsurun sınıflandırılmasında katılımcıların ifadeleri, sıklıkları ve içerik vurguları dikkate alınmıştır.

Analiz sürecinin güvenilirliği ve geçerliliğini artırmak amacıyla Creswell’in (2014) önerdiği “inandırıcılık, tutarlılık, aktarılabilirlik ve teyit edilebilirlik” ilkeleri göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda, analiz sürecinde elde edilen kod ve temalar iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak incelenmiş, kodlamalar arasında yüksek düzeyde tutarlılık sağlanmıştır. Ayrıca katılımcı görüşlerinden doğrudan alıntılar kullanılarak yorumların güvenilirliği güçlendirilmiştir. Elde edilen temalar ve yorumlar bazı katılımcılarla paylaşarak “üye kontrolü” uygulanmış, böylece bulguların doğruluğu teyit edilmiştir (Vaismoradi vd., 2013).

Son aşamada, elde edilen SWOT matrisindeki bulgular, betimsel analizde belirlenen temalarla ilişkilendirilmiş ve Bolu’nun spor turizmi potansiyelinin mevcut durumu bütüncül bir biçimde ortaya konulmuştur. Bu aşamada güçlü yönler, ilin mevcut avantajlarını ve gelişmiş yönlerini; zayıf yönler, altyapı veya organizasyonel eksiklikleri; fırsatlar, dış çevreden kaynaklanan gelişme olanaklarını; tehditler ise sektörün geleceğini olumsuz etkileyebilecek dış faktörleri

temsil etmektedir. Böylece, nitel verilerin sistematik olarak SWOT çerçevesine dönüştürülmesiyle Bolu'nun spor turizmine yönelik stratejik bir analiz gerçekleştirilmiştir.



4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde, yapılan incelemeler sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur. Çalışma kapsamında Bolu’da spor turizmiyle ilgili 13 katılımcı ile görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerden alınan yanıtlar içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler, araştırmanın amacına uygun olarak “spor turizmi potansiyeli”, “altyapı ve tesis olanakları”, “tanıtım ve pazarlama”, “yerel yönetim ve paydaş iş birliği”, “doğal kaynakların kullanımı”, “spor turizmi imajı” ve “ulaşılabilirlik” gibi temalar altında düzenlenmiştir. Temalar alt kategorilere ayrılarak kodlama tablosu oluşturulmuştur. Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların görüşlerinden yararlanılarak Bolu’nun spor turizmi için bir SWOT analizi hazırlanmak hedeflenmiştir. Elde edilen bilgiler, her soruya ait bulgular ayrı başlıklar altında düzenlenerek sunulmuştur. Böylece araştırmanın sonuçları daha anlaşılır ve takip edilebilir bir şekilde aktarılmıştır. Kodlama tablosuna aşağıda tablo 4.1’de yer verilmiştir.

Tablo 4.1. Kodlama Tablosu

Ana Tema	Kategori	Kodlama	Katılımcılar
Spor Turizmi Potansiyeli	Coğrafi ve İklimsel Avantaj	• Coğrafi konumu (Ankara-İstanbul gibi büyük şehirlere yakınlığı), • Dört mevsim kullanılabilir iklim şartlarının elverişli olması,	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13
	Doğal ve Coğrafi Üstünlük	• Oksijen deposu, • Yüksek irtifa, • Serin, %65 Orman, • Nem oranı düşüklüğü,	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13
Altyapı ve Tesis Olanakları	Mevcut Tesisler	• Olimpik havuz, • Kapalı spor salonları, • Kamp alanları, • Kayak merkezleri,	K2, K6, K8, K9, K10, K11, K13
	Tesis Yetersizlikleri	• Futbol sahası azlığı, • Otel sahaları yetersiz, • Çoklu takım ağırlama sorunu,	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K10, K12, K13
Tanıtım ve Pazarlama	Pazarlama Eksikliği	• Yetersiz tanıtım, • Bilinirlik azlığı, • Uluslararası fuarlarda yer almama, • Sponsor eksikliği,	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13

Tablo 4.1. Kodlama Tablosu (devam)

Yerel Yönetim ve Paydaş İş Birliği	Koordinasyon Sorunu	• İletişimsizlik, • Birlikte hareket etmeme, • Ortak akıl eksikliği, • Kurumsal kopukluk,	K2, K3, K4, K6, K8, K9, K10, K12, K13
	Bürokratik Engeller	• İzin sorunları, • Yavaş işleyen süreçler,	K10, K12
Doğal Kaynakların Kullanımı	Varlıklar	• Abant, Yedigöller ve Gölcük, • 200'den fazla gölet, • Yaylalar, • Aladağlar, • Kartalkaya, • Arkut Dağı,	K2, K3, K4, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K13
	Çevre Kirliliği ve İklim Değişikliği	• Orman yangınları, • Kaçak kesim, • Doğaya çöp bırakılması, • Kış sezonlarının kısalması, • Kar yağışının azalması, • Yaz sıcaklıklarının artması,	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13
Spor Turizmi İmajı	İmaj Riski	• Yanlış veya abartılı haberlerin önüne geçilerek şehrin turizm imajı korunmalıdır, • Yerel medya ile iş birliği yapılmalı,	K1, K5, K8, K9, K10, K12
Ulaşılabilirlik	Karayolu Avantajı	• Stratejik konum, • Büyük şehirlere yakınlık, • Otoyol geçişi,	K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9, K13
	Alternatif Ulaşımın Olmaması	• Havaalanı yokluğu, • Hızlı tren istasyonu olmayışı,	K1, K3, K6, K9, K10, K11, K12, K13

4.1 Bolu Spor Turizmi Potansiyeli

Araştırmada Bolu'da spor turizminin gelişmesi açısından uygun bir destinasyon olup olmadığı ile ilgili iletilen soru kapsamında katılımcıların hepsinin Bolu'nun spor turizmi açısından çok uygun bir destinasyon olduğu konusunda görüş birliğinde oldukları görülmektedir.

K1: “Bolu spor turizmi açısından Türkiye’nin en uygun şehirlerinden biridir. Şehrin yüzde 65’i ormanlarla kaplıdır ve hava kalitesi oldukça yüksektir. İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehir arasında yer alması, yaklaşık 40 milyon kişiye hitap etmesini sağlar.”

K2: “Bolu spor turizmi için oldukça uygun bir şehirdir. Hem İstanbul hem de Ankara arasında yer alması sayesinde 40 milyona yakın nüfusa hitap edebilmektedir.”

K3: “Bolu spor turizmi açısından oldukça uygun bir şehirdir. Coğrafi konumu, yüksek oksijen oranı ve temiz havası sporcular için büyük avantaj sağlar. Nem oranının düşük olması sayesinde sporcular antrenman sırasında daha rahat nefes alabilir ve performanslarını artırabilirler. Bu özellikleriyle Bolu hem yaz hem kış kampları için tercih edilen bir yerdir.”

K4: “Bolu, doğal zenginlikleriyle spor turizmi için oldukça uygun bir şehirdir. Temiz havası ve yüksek oksijen oranı, özellikle spor kulüplerinin kamp yapması için elverişli bir ortam oluşturur. Ayrıca dört mevsimin belirgin şekilde yaşanması, doğanın tüm renklerini ve güzelliklerini sporculara sunar.”

K5: “Bolu spor turizmi açısından oldukça uygun bir destinasyondur. Çünkü İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehrin arasında yer aldığı için ulaşımı kolaydır ve yaklaşık 40 milyon kişiye hitap edebilmektedir. Ayrıca oksijen açısından zengin havası, serin iklimi, yeşil ormanları ve yüksek rakımıyla spor yapmak için elverişli bir çevreye sahiptir.”

K6: “Bolu spor turizmi için oldukça uygun bir destinasyondur. Doğası, iklimi, coğrafi yapısı ve iki büyük şehir olan İstanbul ile Ankara arasında bulunması, şehre stratejik bir avantaj kazandırmaktadır. Bu özellikleri sayesinde özellikle yaz aylarında birçok spor takımı kamp yapmak için Bolu’yu tercih etmektedir.”

K7: “Bolu spor turizminin gelişmesi açısından oldukça uygun bir destinasyondur. Doğal güzellikleri, temiz havası ve coğrafi konumu bu alanda büyük avantaj sağlar. Ayrıca İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehir arasında yer alması, ulaşım açısından kolaylık sunarak Bolu’yu geniş bir nüfusa hitap eden cazip bir yer haline getirir.”

K8: “Bolu spor turizmi açısından oldukça uygun bir destinasyondur. Şehir hem ulaşım hem de coğrafi özellikler açısından elverişlidir. Doğal güzellikleri,

temiz havası ve iklimi sayesinde halter, futbol, yüzme ve jimnastik gibi birçok branşta kamp yapılabilir. ”

K9: *“Bolu spor turizminin gelişmesi için oldukça uygun bir destinasyondur. Şehrin doğal güzellikleri, temiz havası, uygun rakımı ve yeterli spor tesisleri, kamp yapmak isteyen takımlar ve sporcular için elverişli koşullar sunmaktadır.”*

K10: *“Bolu spor turizmi için çok uygun bir destinasyondur. Konumu Ankara ve İstanbul arasında, doğası, yüksek rakımı, gölleri, yaylaları ve dört mevsim spor yapılabilmesi, Bolu’yu spor turizmi açısından cazip kılıyor.”*

K11: *“Bolu spor turizminin gelişmesi açısından oldukça uygun bir destinasyondur. Şehir, temiz havası, doğal çevresi, yüksek rakımlı kamp merkezleri ve uygun iklim koşullarıyla sporcular için elverişli bir ortam sunmaktadır.”*

K12: *“Bolu spor turizmi için oldukça uygun bir destinasyondur. Çünkü iki büyük şehir olan İstanbul ve Ankara’nın arasında yer alır, ulaşımı kolaydır, temiz havası ve doğal güzellikleri vardır. Çevresel koşulları sporcular için elverişlidir ve bu yüzden kamp yapmak isteyen takımlar tarafından tercih edilmektedir.”*

K13: *“Bolu, spor turizmi için oldukça uygun bir şehirdir. İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehir arasında bulunması, ulaşımı çok kolaylaştırır. Bolu’nun yüksek rakımı ve temiz havası sporcular için büyük avantaj sağlamaktadır.”*

Katılımcıların belirttiği görüşlere göre Bolu ili spor turizmini gerçekleştirebilmek adına çok önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Bu noktada büyük şehirlere yakınlığı ve sahip olduğu iklim ön plana çıkartılmıştır. Bu açıdan katılımcılar tarafından aktarılan bu hususların Bolu için hem güçlü yön hem de önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Bolu’nun İstanbul ve Ankara gibi iki büyük kente yakın olması, şehri spor turizmi açısından oldukça avantajlı hale getirmektedir. Bolu’nun spor turizmi potansiyeline ilişkin bulgulara belirtildiği üzere ulaşımın kolay olması hem Türkiye’den hem de farklı ülkelerden gelen ziyaretçilerin Bolu’ya ilgisini artırmaktadır (Pamukçu vd., 2021). Bolu’nun iklim özellikleri ve zengin doğal güzellikleri, spor faaliyetleri ve doğa turizmi için uygun bir ortam oluşturur. Bu doğal imkânlar sayesinde bölgede yapılabilecek açık hava etkinlikleri de çeşitlenmektedir (Morfolaki vd., 2023). Bolu’nun sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler spor turizmiyle birleştirildiğinde, bölgenin turistik çekiciliği daha da artabilir. Özellikle yöresel yemekler ve yerel lezzetler, turistlerin bir destinasyonu tercih etmesinde önemli bir etkiye sahiptir (Pamukçu vd., 2021).

4.2 Altyapı ve Tesis Olanakları

Katılımcılara görüşme sırasında sorulan sorulara verdikleri cevaplardan Bolu'nun altyapı ve tesis olanaklarının spor turizmi açısından karşılanabilirliği analiz edilmiştir. İki katılımcı hariç diğer katılımcıların hepsinin görüş birliğinde olarak altyapı ve tesis olanaklarının yetersiz olduğu fikirlerini belirtmişlerdir.

K1: *“Özellikle tesis yetersizliği dikkat çekmektedir. Futbol sahalarının ve kapalı spor salonlarının sayısı sınırlıdır. Futbol sahalarının sayısı az olduğu için bazen birden fazla takım aynı sahayı kullanmak zorunda kalmakta, bu da antrenman planlamasında sorunlar yaratmaktadır. Bolu'daki spor tesislerinin kalitesi genel olarak iyi olsa da kapasite bakımından eksikler bulunmaktadır. Denetimler düzenli yapıldığı için hizmet kalitesi yüksek seviyededir ve gelen takımlar genelde memnun ayrılmaktadır. Ancak yeni tesis yatırımlarıyla kapasitenin artırılması gerekmektedir. Engelli sporcular için uygun tesislerin artırılması gibi konularda önemli katkılar sağlayabilir.”*

K2: *“Bolu'da olimpik yüzme havuzu, spor salonları ve konaklama tesisleri gibi önemli altyapılar da bulunmaktadır. Bu tesisler Türkiye genelinde örnek gösterilecek düzeydedir. Özellikle futbol sahası sayısının yetersiz olması, bazı takımların başka illeri tercih etmesine neden olmaktadır. Bu nedenle spor sahalarının sayısının artırılması ve tesislerin geliştirilmesi gerekmektedir. Oteller mevcut olmasına rağmen, özellikle belediyeye bağlı kamusal futbol sahalarının eksikliği dikkat çekmektedir. Belediye ve diğer kurumlar spor merkezleri, futbol sahaları ve farklı branşlara yönelik tesisler kurarsa hem oteller hem de halk bundan ekonomik olarak fayda sağlayacaktır. Bu eksiklik giderilirse Bolu, çok daha fazla takımı ağırlayabilecek kapasiteye ulaşacaktır.”*

K3: *“Yeni tesislerin yapılması planlansa da, mevcut durumda kapasite düşük ve ekipmanlar yetersizdir. Bazı spor salonları ve sahalar olsa da sayı olarak azdır. Yeni tesisler yapılmalı, mevcut tesisler yenilenmeli ve tüm sporculara açık hâle getirilmelidir.”*

K4: *“Bolu'da mevcut tesisler önemli bir yere sahip olsa da, sayı ve kalite bakımından yetersizlikler bulunuyor. Bazı sahaların zemini ve soyunma odaları standartlara uygun değil. Özellikle uluslararası takımların beklentilerini karşılayacak düzeyde modern tesislere ihtiyaç var. Yeni tesis yatırımları yapılırsa, Bolu dünya standartlarında bir spor turizmi merkezi haline gelebilir.”*

K5: “Bolu’daki spor tesisleri sayıca yetersizdir. Özellikle kapalı spor salonları azdır ve yeni otel yatırımlarına, futbol sahalarına ihtiyaç duyulmaktadır.”

K6: “Bolu’daki spor tesisleri kapasite ve kalite bakımından oldukça yeterlidir. Özellikle futbol sahaları ve yeni yapılan kapalı spor salonları kaliteli hizmet sunmaktadır. Ayrıca konaklama tesisleri de sporcuların ihtiyaçlarını karşılayacak düzeydedir.”

K7: “Özellikle antrenman sahalarının sayısı yetersizdir. Bu yüzden yeni tesislerin yapılması, yerel yönetimlerin ve özel sektörün desteğiyle altyapının güçlendirilmesi gerekmektedir. Bolu’daki oteller genellikle kaliteli hizmet sunsa da, tesis sayısı yeterli değildir. Bazı otellerde sahaların sayısı az olduğundan aynı anda çok sayıda takımı ağırlamakta zorluk yaşanmaktadır. Kapasite bakımından eksiklikler vardır.”

K8: “Şehir merkezindeki tesisler genellikle yeterlidir ve jimnastik branşında oldukça ilerleme kaydedilmiştir. Ancak ilçelerde tesis eksikliği vardır. Özellikle bazı branşlarda altyapı ve tesis kalitesi geliştirilmelidir.”

K9: “Bolu’daki spor tesisleri kapasite ve kalite açısından birçok ilden daha iyidir. Bu nedenle takımlar kamp yapmak için Bolu’yu tercih etmektedir. Ancak tesislerin daha da verimli kullanılabilmesi için sürekli bakım, yenileme ve profesyonel işletme anlayışı gereklidir.”

K10: “Mevcut tesisler sınırlı ve bazı modern tesisler (ör. yapay tırmanış duvarları) eksik. Futbol tesisleri iyi durumda olsa da yetersiz. Ayrıca konaklama ve kamp alanları konusunda da eksiklik var. Tesis yetersizliği ve altyapı sorunları lojistik, telefon ve telsiz çekmeme, havaalanı ve hızlı tren vb. gibi altyapı eksiklikleri de giderilmeyi bekleyen eksikliklerden dir.”

K11: “Bolu’daki spor tesisleri genel olarak yeterli düzeydedir; ancak kapasite ve kalite bakımından daha da geliştirilebilir. Özellikle profesyonel sporculara hizmet verecek donanımların artırılması gerekmektedir.”

K12: “Futbol sahaları ve profesyonel tesisler yetersizdir; bu yüzden bazı büyük takımlar başka şehirleri tercih etmektedir. Tesis sayısı yetersizdir; özellikle futbol sahaları hem sayı hem kalite açısından eksiktir. Mevcut otel sahaları profesyonel ihtiyaçları karşılamamaktadır. Yeni otel projeleri ve modern tesis yatırımları, özellikle futbol sahaları, Bolu’nun spor turizmi için fırsatlar yaratmaktadır.”

K13: “Genel olarak Türkiye Şampiyonası ve kamp organizasyonları için tesisler yeterlidir. Ancak dünya çapındaki çok büyük organizasyonlara ev sahipliği yapabilmek için bazı tesislerin uluslararası standartlara göre geliştirilmesi gerekmektedir.”

Katılımcıların belirttiği görüşlere göre, Bolu’nun spor turizmi için önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen tesis sayısı ve kapasitesi konusunda ciddi eksikler olduğu görülmektedir. Özellikle futbol sahalarının yetersizliği, bazı takımların Bolu yerine başka şehirleri tercih etmesine neden olmaktadır. Kapalı spor salonlarının az olması, bazı tesislerin eski ve bakımsız kalması da sıkça dile getirilen sorunlardandır. Sporun gelişebilmesi için uygun tesislerin ve sağlam bir altyapının bulunması çok önemlidir. Sporcuların performansı da bu imkânlarla yakından ilişkilidir. Ancak bazı branşlarda, standartlara uymayan ekipmanlar ve yetersiz tesisler hâlâ sorun oluşturmaktadır. Sporcu sayısının fazla, tesis sayısının ise az olması; antrenman ya da müsabakalar sırasında sakatlanma riskini artırmaktadır. Bu nedenle, sporcuların güvenliği ve en iyi performansı gösterebilmeleri için standartlara uygun spor alanlarının kullanılması büyük önem taşımaktadır (Marsudi vd., 2024). Mevcut tesislerin kalitesinden memnun olan katılımcılar da bulunmaktadır. Ancak genel olarak düşünüldüğünde, spor turizminin gelişmesi için yeni tesis yatırımlarının yapılması, mevcut tesislerin modernize edilmesi ve özellikle farklı spor branşlarına uygun alanların artırılması gerektiği anlaşılmaktadır. Altyapı ve tesis olanakları değerlendirildiğinde spor turizminin sürdürülebilir bir biçimde devam edebilmesini sağlayabilmek adına tesis yatırımlarının yapılması, mevcut tesislerin yenilenmesi ve farklı spor alanlarına uygun alanların oluşturulması gerektiği sonucuna uygun olarak mevcut literatürü destekler sonuçlar ortaya konmuştur. (Gibson, 1998; Schwarz vd., 2015).

4.3 Tanıtım ve Pazarlama

Katılımcılara görüşme sırasında sorulan sorulara verdikleri cevaplardan Bolu’nun spor turizmi açısından tanıtım ve pazarlama konusundaki görüşlerini değerlendirdik. Katılımcıların hepsinin görüş birliğinde olarak tanıtım ve pazarlamanın yetersiz olduğu fikirlerini belirtmişlerdir.

K1: “Tanıtım çalışmalarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Tanıtım konusunda, medyada çıkan ‘Bolu Dağı kapandı’ gibi abartılı haberler şehir imajına

zarar vermektedir. Bu nedenle medya desteğinin daha dikkatli olması gerekmektedir.”

K2: “Tanıtım çalışmalarının artırılması gerekmektedir.”

K3: “Tanıtım eksikliği nedeniyle Bolu’nun bu potansiyeli ülke genelinde yeterince bilinmemektedir. Büyük turizm fuarlarında şehir temsil edilmemekte, tanıtım faaliyetleri sınırlı kalmaktadır. Tanıtım çalışmaları profesyonel bir şekilde yapılmalı, fuarlarda ve etkinliklerde Bolu’nun spor turizmi tanıtılmalıdır. Tanıtım faaliyetleri artırılmalı, Bolu’nun spor turizmi markası oluşturulmalıdır.”

K4: “Bolu’nun en zayıf yönlerinden biri tanıtım eksikliğidir. Şehir, sahip olduğu potansiyeli hem yurt içinde hem de yurt dışında yeterince tanıtamıyor. Daha fazla saha, modern tesisler ve etkili tanıtım kampanyalarıyla Bolu’nun potansiyeli çok daha iyi kullanılabilir. Bu eksiklerin giderilmesiyle Bolu, Antalya gibi tanınan bir spor kamp merkezi haline gelebilir.”

K5: “En büyük eksiklik tanıtım konusundadır. Bolu’nun doğal ve coğrafi avantajlarını duyurmak, medya ve turizm tanıtımlarında daha etkin olmak gerekmektedir. Bolu bu şehirlerle yarışabilmek için altyapı ve tanıtım açısından daha fazla gelişme göstermelidir.”

K6: “Şehir genelinde tanıtım eksikliği vardır. Bolu’nun tanıtım faaliyetlerini artırması, fuarlarda daha aktif yer alması ve şehir markasını güçlendirmesi gerekmektedir. Bolu’nun en önemli zayıf yönleri arasında tanıtım eksikliği bulunmaktadır.”

K7: “Tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi de spor turizmini destekleyecektir.”

K8: “Tanıtım eksikliği var. Tanıtımın daha doğru şekilde yapılması örneğin medya dilinin olumlu kullanılması.”

K9: “Bolu’nun potansiyeli tam anlamıyla ortaya çıkmamaktadır. Tanıtım çalışmaları güçlendirilmeli, şehir daha iyi pazarlanmalıdır. Tanıtım eksikliği mevcut tanıtımda belli başlı yerlere odaklanılıyor şehir yeterince tanıtılamıyor. Medyada olumsuz haber başlıkları şehir imajını etkileyebiliyor. Doğru ve etkili tanıtım stratejileri uygulanmalı.”

K10: “Tanıtım eksikliği ve yerel basının olumsuz haberleri ön plana çıkarması Bolu’nun var olan potansiyelini olumsuz etkilemektedir.”

K11: *“Daha fazla ulusal ve uluslararası spor organizasyonu düzenlenmeli ve bu konuda tanıtım faaliyetleri güçlendirilerek Bolu’nun spor turizmi markası oluşturulabilir.”*

K12: *“Tanıtım çalışmalarının zayıf olması ve yerel medyanın olumsuz haberlerle şehrin imajını zedelemesi bir eksiklikler. Tesis ve otel yatırımları artırılmalı, tanıtım profesyonelce yapılmalıdır.”*

K13: *“Her yıl artan kamp sayısı sayesinde şehir daha fazla tanınmaktadır. Şehrin spor turizmi alanında tanıtımı güçlendirilmelidir. Reklam, sosyal medya paylaşımları ve görsel tanıtımlar artırılmalıdır.”*

Katılımcıların belirttiği görüşlere göre, Bolu’nun spor turizmi alanında en büyük sorunlarından birinin tanıtım eksikliği olduğu açıkça görülmektedir. Şehrin sahip olduğu doğal güzellikler, spor için uygun iklim ve konum gibi güçlü yönler, yeterince tanıtılmadığı için hem Türkiye’de hem de yurt dışında hak ettiği ilgiyi görememektedir. Turizm ve spor alanında çalışan yöneticilerin, karşılaşılan tanıtım sorunlarını çözmek ve daha fazla spor turisti çekmek için tanıtım araçlarını etkili bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Bu yöneticiler, tanıtım araçları sayesinde yapılacak planlı ve uyumlu tanıtım çalışmalarının turistlerin şehre ilgi göstermesini ve gelecekte tekrar gelmesini sağlayacağını göz önünde bulundurmalıdır (Kemal, 2025). Bolu spor turizminin tanıtım ve pazarlama açısından karşılaştığı temel sorunlardan birinin tanıtım ve pazarlamayla ilgili olduğu düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde turistik destinasyonlarda tanıtım faaliyetlerinin, destinasyonun bilinirliğinin ve tercih edilme potansiyelinin artırılmasında kritik bir rol üstlendiği belirtilmektedir (Kotler, 2022). Destinasyon pazarlamasında tanıtım araçlarının planlı ve koordineli bir şekilde kullanılması, turistlerin destinasyon algısını doğrudan şekillendirmekte ve ziyaret etme olasılığını artırmaktadır (Buhalis, 2000). Bu nedenle tanıtım ve pazarlama faaliyetleri oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

4.4 Yerel Yönetim ve Paydaş İş Birliği

Katılımcılara görüşme sırasında sorduğumuz *“Sizce Bolu’da spor turizmiyle ilgili kararlar alınırken paydaşların sürece katılımı ne derece önemlidir?”* sorusuna verdikleri cevaplardan Bolu’nun spor turizmi açısından yerel yönetim ve paydaş iş birliği konusunda uyum ve destek anlamında bir birliğin olup olmadığını

değerlendirdik. Katılımcıların hepsinin görüş birliği yerel yönetim ve paydaş iş birliğinin yetersiz olduğu konusunda fikirlerini belirtmişlerdir.

K1: *“Paydaşların sürece katılımı büyük önem taşımaktadır. Çünkü turizmde sürdürülebilirlik, yerel yönetimlerin, işletmelerin, spor kulüplerinin ve halkın ortak çabasıyla mümkündür. Bu paydaşlar, planlama ve karar alma süreçlerinde aktifrol almalıdır. Turizm paydaşları yeni yatırım projeleri, farklı ülkelerden federasyonlarla iş birlikleri gibi konularda önemli katkılar sağlayabilir.”*

K2: *“Bu konu oldukça önemlidir ancak şu anda Bolu’da tam anlamıyla sağlanamamaktadır. Genellikle oteller kendi imkânlarıyla hareket etmekte, yerel yönetim, üniversite ve federasyonlar arasında yeterli iş birliği bulunmamaktadır. Spor turizminin gelişmesi için belediye, valilik, üniversite, spor federasyonları ve özel sektör temsilcilerinin birlikte karar alması gerekir. Tüm tarafların ortak bir hedefte birleşmesi, Bolu’nun potansiyelini ortaya çıkarmada belirleyici olacaktır.”*

K3: *“Spor turizminin gelişmesi için oteller, belediye, üniversite ve yerel halkın birlikte hareket etmesi gerekir. Turizm paydaşları yani otel sahipleri, antrenörler, yerel yönetimler ve üniversiteler birlikte çalışmalıdır. Paydaşların kara alma sürecine katılmaları çok önemlidir. Ancak şu anda paydaşların çoğu karar alma süreçlerine yeterince dahil edilmemektedir.”*

K4: *“Paydaşların sürece katılımı çok önemlidir. Valilik, belediye, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Turizm İl Müdürlüğü, Ticaret Odası ve otel işletmecileri ortak hareket ettiğinde başarıya ulaşmak mümkündür. Her kurum aynı hedefe odaklanırsa, Bolu Türkiye’nin en güçlü spor turizmi merkezlerinden biri haline gelebilir. Üniversite, yerel yönetimler ve turizm işletmeleri iş birliği yaparak spor turizmi sempozyumları, çalıştaylar ve etkinlikler düzenlemekte; bu da farkındalığı artırmaktadır.”*

K5: *“Paydaşların sürece katılımı oldukça önemlidir. Otel sahipleri, yerel yönetimler, spor federasyonları ve kurumlar birlikte çalışırsa altyapı eksiklikleri giderilebilir ve Bolu’nun tanıtımı daha etkili şekilde yapılabilir. Paydaşlar yani otel sahipleri, yerel yönetimler ve spor kurumları birlikte çalışarak altyapıyı geliştirebilir.”*

K6: *“Paydaşların karar alma sürecine katılımı çok önemlidir. Ancak şu anda bu katılım tam olarak istenen düzeyde değildir. Spor turizminde gerçek anlamda ilerleme sağlanabilmesi için paydaşların fikirleri dikkate alınmalı ve bu fikirler doğrultusunda somut adımlar atılmalıdır.”*

K7: “Yerel yönetimler, otel sahipleri, üniversiteler ve yatırımcıların iş birliği içinde çalışması hem turizm gelirlerini artıracak hem de şehir ekonomisini güçlendirecektir.”

K8: “Paydaşların katılımı çok önemlidir. Ancak şu anda bu iş birliği yeterli düzeyde değildir. Üniversiteler, federasyonlar ve özel sektörün iş birliği içinde çalışması, devlet desteğinin güçlendirilmesi ve paydaşlar arası iş birliğinin artırılması gerekmektedir.”

K9: “Paydaşlar birlikte hareket etmelidir. Valilik, belediyeler, kulüpler, federasyonlar ve üniversitelerin ortak çalışması gerekmektedir.”

K10: “Turizm paydaşları projelerde iş birliği yaparak destek sağlayabilir. Belediye, valilik, otel işletmeleri, federasyonlar, üniversiteler ve yerel halk birlikte çalışmalı. Mevcut durumda paydaşlar genellikle birlikte hareket etmiyor, bu da gelişimi sınırlıyor.”

K11: “Belediye, üniversiteler, özel sektör ve spor kulüplerinin iş birliğiyle etkinliklerin sayısı artırılabilir.”

K12: “Paydaşlar arasında uyum olmadığı zaman projeler yarım kalmakta, bürokratik engeller ortaya çıkmakta ve yatırımlar yavaşlamaktadır. Yerel yönetimlerin bürokratik süreçleri kolaylaştırması, yatırımcıların desteklenmesi spor turizminin gelişmesini sağlar.”

K13: “Paydaşların sürece katılımı çok önemlidir. Spor kulüpleri, otel işletmeleri, federasyonlar, yerel halk ve kamu kurumları birlikte hareket ederse daha doğru ve verimli kararlar alınabilir.”

Katılımcıların belirttiği görüşlere göre, Bolu’da spor turizminin gelişmesi için paydaşların iş birliği yapmasının çok önemli olduğu vurgulanmıştır. Mevcut durumda bu iş birliğinin tam olarak sağlanamadığı, özellikle belediye, üniversite ve özel sektör arasında yeterli koordinasyon bulunmadığı belirtilmiştir. Spor turizminin başarılı bir şekilde gelişmesi için yerel yönetimlerin önemli görevleri vardır. Bu yönetimler; planlama yapmak, altyapıyı geliştirmek, gerekli kuralları düzenlemek ve tanıtım faaliyetlerini yürütmekle sorumludur. Spor turizminin gerçekten etkili olabilmesi için sadece yerel yönetimler değil, spor kulüpleri, turizm işletmeleri, sivil toplum kuruluşları, girişimciler ve bölge halkının da sürece katılması gerekir. Tüm bu grupların birlikte çalışması, kaynakların doğru kullanılması, yeni hizmetlerin ortaya çıkması ve turizmin uzun vadede

sürdürülebilir olması açısından büyük önem taşır (Herbold vd., 2020; Mollah vd., 2021; Morfoulaki vd., 2023; Pons-Morera vd., 2018).

4.5 Doğal Kaynakların Kullanımı

Katılımcılara görüşme sırasında sorulan sorulara verdikleri cevaplardan Bolu'nun spor turizmi açısından doğal kaynakların kullanımı konusundaki görüşlerini değerlendirdik. Katılımcıların hepsinin görüş birliğinde olarak doğal kaynakların kullanımı konusunda potansiyelin mevcut olandan fazla olduğunu belirtmişlerdir.

K1: *“Bolu'nun en güçlü yönü doğası, temiz havası ve geniş orman alanlarıdır. Şehrin yüzde 65'i ormanlarla kaplıdır ve hava kalitesi oldukça yüksektir. Geniş orman alanları, gölleri ve temiz havası, bu tür faaliyetler için büyük bir avantaj sağlar. Doğal güzelliklerini koruyarak spor turizmi için elverişli bir çevre sunmaktadır.”*

K2: *“Coğrafi konumu, temiz havası, doğal güzellikleri ve dört mevsimin yaşanabiliyor olması nedeniyle hem takım hem de bireysel sporlar açısından tercih edilebilecek bir yerdir. Şehrin ormanlık yapısı, gölleri ve yaylaları, sporcular için kamp yapmak adına çok elverişli koşullar sunmaktadır. Kışın kayak ve kaplıca turizmi, yazın doğa yürüyüşleri, yayla turizmi, futbol kampları ve su sporları yapılabilir. Bolu'nun 180'e yakın gölü ve geniş ormanlık alanları, doğa sporları ve gençlik kampları için çok uygundur. Bolu şu anda doğasını korumayı başaran nadir şehirlerden biridir. Yedigöller ve Abant gibi bölgelerde kaçak yapılaşma yoktur. Bu durum sürdürülebilir turizm için büyük bir avantajdır.”*

K3: *“Coğrafi konumu, yüksek oksijen oranı ve temiz havası sporcular için büyük avantaj sağlar. Nem oranının düşük olması sayesinde sporcular antrenman sırasında daha rahat nefes alabilir ve performanslarını artırabilirler. Temiz havası, ormanlarla çevrili yapısı, yaylaları ve gölleriyle sporcular için doğal bir antrenman ortamı sunar. Bolu doğa sporları açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Yamaç paraşütü, kampçılık, doğa yürüyüşü, fotoğrafçılık ve çim kayağı gibi etkinlikler için uygun alanlara sahiptir.”*

K4: *“Temiz havası ve yüksek oksijen oranı, özellikle spor kulüplerinin kamp yapması için elverişli bir ortam oluşturur. Ayrıca dört mevsimin belirgin şekilde yaşanması, doğanın tüm renklerini ve güzelliklerini sporculara sunar. Şehir, futbol, basketbol, voleybol, hentbol, güreş gibi branşlarda takımları ağırlarken; kampçılık,*

dağcılık, yamaç paraşütü, olta balıkçılığı ve kuş gözlemciliği gibi doğa sporları için de elverişlidir. Gölcük, Abant ve Yedigöller gibi doğal alanlar, sporcular için antrenman ve kondisyon çalışmalarına elverişlidir.”

K5: *“Oksijen açısından zengin havası, serin iklimi, yeşil ormanları ve yüksek rakımıyla spor yapmak için elverişli bir çevreye sahiptir. Yazın doğa ve futbol kampları, kışın kayak turizmi için uygun koşullara sahiptir. Yedigöller, Abant, Gerede, Yeniçağa gibi bölgeler ekoturizm ve doğa sporları açısından değerlendirilebilir.”*

K6: *“Bolu’nun en büyük fırsatı doğal yapısıdır. Şehir, doğa sporları, ekoturizm ve gençlik kampları açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Aladağ bölgesinde yürüyüş, kamp, ATV turları ve safari etkinlikleri yapılabilmektedir.”*

K7: *“Bolu spor turizminin gelişmesi açısından oldukça uygun bir destinasyondur. Doğal güzellikleri, temiz havası ve coğrafi konumu bu alanda büyük avantaj sağlar. Bolu’nun zengin doğal ortamı, doğa sporları, ekoturizm ve gençlik kampları için büyük fırsatlar sunmaktadır. Ormanlarla çevrili yapısı ve bol oksijenli havası sporcuların performansını artırır.”*

K8: *“Bolu’nun doğası ve konumu spor turizmi için elverişlidir. Doğal güzellikler, göller, dağlar ve eğimli alanlar gibi spor turizmi için doğal kaynaklara sahiptir. Bolu’da çok sayıda göl bulunmasına rağmen su sporları (kano, kürek, su üstü sporları) yeterince gelişmemiştir.”*

K9: *“Bolu, doğa sporları ve kamp turizmi açısından çok güçlü bir potansiyele sahiptir. Özellikle Aladağlar bölgesindeki gençlik kampları aktif olarak kullanılmakta ve milli takımlar bile zaman zaman burada kamp yapmaktadır. Yeniçağa Gölü gibi doğal alanların su sporlarına kazandırılması gerekmektedir.”*

K10: *“Doğa sporları, ekoturizm, gençlik kampları gibi alanlarda büyük potansiyele sahiptir. 380’ten fazla yayla, 250 gölet, 15’e yakın kanyon gibi doğal değerler spor turizmi için kullanılabilir. Doğa sporları sonrası sporcular, piknikçiler ve yerel halk tarafından doğaya çöp bırakılması, ekosisteme ve yaban hayatına zarar veriyor.”*

K11: *“Bolu’nun doğa sporları, ekoturizm ve gençlik kampları açısından yüksek bir potansiyeli vardır. Kartalkaya, Abant, Yedigöller ve Gerede Arkut gibi bölgeler yılın dört mevsiminde değerlendirilebilir. Doğaya verilen zararlar, çöp birikimi ve kaçak ağaç kesimi gibi sorunlar çevreyi tehdit etmektedir.”*

K12: *“Doğa sporları, ekoturizm ve gençlik kampları için Bolu çok yüksek potansiyele sahiptir. Doğa tahribatı sonrası yaşanan küresel ısınma sonucu olarak sıcaklıkların artması Bolu’daki serin temiz havanın kaybolmasına neden olabilir.”*

K13: *“Ormanlarla kaplı doğal ortam da sporcuların psikolojik olarak rahatlmasına yardımcı olur ve kamp sürecini daha verimli kılar. Doğal çevrenin sporculara olumlu etki sağlamaktadır.”*

Spor turizmi; göller, nehirler, dağlar, ormanlar ve sahiller gibi doğal alanlarda yapılan yürüyüş, kamp, rafting, dağ bisikleti, kayak ve geleneksel spor etkinlikleri sayesinde gelişir. Bu doğal güzellikler hem Türkiye’den hem de yurt dışından gelen turistlerin ilgisini çeker. Böylece bölgenin ekonomisine katkı sağlar, toplumda birlik duygusunu güçlendirir ve kültürel değerlerin yaşatılmasına yardımcı olur. Doğal alanların çeşitli ve kaliteli olması, spor turizmini daha çekici hale getirir ve katılanların memnuniyetini artırır (Zhang, 2022; Perić vd., 2018; Radicchi, 2013; Sanusi, 2020). Spor turizminin gelişebilmesi adına bir destinasyonun doğal kaynaklarının büyük bir rolü olduğu; sahip olunan dağların, ormanların, sahillerin çeşitli spor aktivitelerini destekler nitelikte olduğu literatürde belirtilmektedir (Perić vd., 2018). Spor amaçlı seyahat eden turistler, bir destinasyonda kaldıkları süre boyunca yalnızca spor etkinlikleriyle yetinmez, aynı zamanda bölgedeki diğer turistik yerleri de görmek ve deneyimlemek isterler. Spor etkinliklerine katılanların özellikle rekabetçi olmayanları ile etkinliğe katılmasa bile spor turizmi kapsamında bölgeye gelen ziyaretçiler, bu fırsatı değerlendirerek destinasyondaki farklı turistik alanları gezme eğilimindedir. Bu nedenle spor turizminin, destinasyonda bulunan diğer turizm kaynaklarıyla birlikte planlanması ve ortak şekilde tanıtılması önemlidir. Böyle bir yaklaşım, destinasyonun diğer yerlerden ayrılmasını sağlar ve bölgeye genel anlamda daha fazla fayda kazandırır (UNWTO, 2020). Bolu ili bu doğal güzellikler bakımından oldukça varlıklı bir destinasyon olarak karşımıza çıkmakta ve bulgular bunu desteklemektedir.

4.6 Spor Turizmi İmajı

Katılımcılara görüşme sırasında sorulan sorulara verdikleri cevaplardan Bolu’nun spor turizmi imajı konusundaki görüşlerini değerlendirdik. Katılımcıların hepsi spor turizmi paydaşı olduğu için sektörün içinde olan kişilerdir.

K1: *“Türkiye’de spor turizmi açısından Antalya ile birlikte önde gelen iki şehirden biridir. Şehir, butik turizm kenti olma potansiyeline sahiptir ve bu yönde*

adımlar atılmaktadır. Asayiş yönünden sorun yaşamamakta ve işletmelerle ilgili resmî kurumlara önemli sayıda şikâyet ulaşmamaktadır. Medyada çıkan ‘Bolu Dağı kapandı’ gibi abartılı haberler şehir imajına zarar vermektedir.”

K2: “Bolu spor turizmi için oldukça uygun bir şehirdir. Yerel halk ve işletmeler genel olarak spor turizmini desteklemektedir. Herkes bu konuda şehrin gelişmesini istemektedir.”

K3: “Birçok profesyonel futbol takımı Bolu’yu kamp merkezi olarak seçmektedir. Yerel halk ve işletmeler genelde spor turizmini olumlu görmektedir.”

K5: “Bolu coğrafi konumu sayesinde büyük şehirlere yakınlığıyla 40 milyon potansiyel bir çoğunluğa hitap etmektedir. Halk, gelen takımlara misafirperverlik göstermekte ve düzenlenen etkinliklerle şehir ekonomisine katkı sağlamaktadır. Yanlış veya abartılı haberlerin önüne geçilerek şehrin turizm imajı korunmalıdır.”

K6: “Yerel halkın spor turizmine yaklaşımı tam olarak olumlu değildir. Bolu halkı sporu sevse de turizm bilinci yeterince gelişmemiştir. Bazı vatandaşlar dışarıdan gelen turistleri yeterince sıcak karşılamamakta, şehrin doğal yapısının bozulmasından endişe duymaktadır.”

K7: “Afyonkarahisar ve Erzurum gibi şehirler spor turizmine yatırım yapmış olsa da Bolu’nun doğal koşulları ve iklimi bu illerden daha elverişlidir.”

K9: “Diğer şehirlerle rekabet bir tehditten çok, hizmet kalitesini artıran bir unsur olarak görülmektedir. Bolu kaliteli hizmet sunduğu sürece tercih edilen bir yer olmaya devam edecektir. Doğal çevreye zarar verilmesi riski, tanıtımda yapılan hatalar şehrin imajını zedeleyebilir. Medyada olumsuz haber başlıkları şehir imajını etkileyebiliyor.”

K12: “1. Lig temsilcilerinden bir takım Bolu’ya kamp için gelmişti. Karşı ideolojiye sahip halkın sosyal medyada hızlıca çoğalarak huzursuz edici paylaşımlar yapması, kamp için gelen takımın kamp süresini tamamlamadan şehirden ayrılmasına neden olmuştur. Bu gibi durumlar şehre kötü bir imaj kazandırabilir.”

Katılımcıların belirttiği görüşlere göre, Bolu’nun spor turizmi açısından en güçlü yönünün doğal güzellikleri ve temiz havası olduğu görülmektedir. Şehrin büyük bölümünün ormanlarla kaplı olması, yüksek oksijen oranı, göller, yaylalar ve dağlar sporcular için doğal bir antrenman ortamı sunmaktadır. Bazı katılımcılar su sporlarının yeterince gelişmediğini, çevre kirliliği, çöp bırakma ve kaçak ağaç kesimi gibi çevresel sorunların doğal yapıyı tehdit ettiğini belirtmiştir. Bu durum,

Bolu'nun en önemli avantajı ve imajı olan doğal çevrenin korunması gerektiğini göstermektedir. Turizm, toplumda olumlu değişim oluşturabilecek bir araçtır. Bu nedenle, turistlerin ve yerel halkın; tabelalar, broşürler, atölye çalışmaları ve okullarda verilen eğitimler gibi yöntemlerle, bulundukları bölgenin doğal çevresinin değeri ve korunması konusunda bilinçlendirilmesi büyük önem taşır. Ayrıca bu çevre koruma mesajlarının yalnızca destinasyondaki insanlara değil, daha geniş kitlelere ve tüm dünyaya ulaştırılması da dikkate alınmalıdır (UNWTO, 2020). Elde edilen bulguları destelemesi açısından spor turizminin imajı, gidilen yerin genel durumu ve yapılan etkinliğin marka değerine bağlı olarak olduğu literatürde belirtilmektedir. Etkinliğin kalitesi, düzenlenme şekli, çevre koşulları, sosyal deneyimler ve yaşanan duygusal memnuniyet gibi faktörler, turistlerin o yer ve etkinlik hakkında olumlu düşünceler geliştirmesini sağlar (Jeong & Kim, 2021; Kaplanidou & Vogt, 2006; Kim & Kim, 2025; Senachai, Leruksa, & Sathatip, 2025; Wang & Butkouskaya, 2023).

4.7 Ulaşılabilirlik

Katılımcılara görüşme sırasında sorulan sorulara verdikleri cevaplardan Bolu'nun spor turizmi açısından ulaşılabilirlik konusundaki görüşlerini değerlendirdik.

K1: *“Bolu karayolu açısından avantajlı bir konuma sahiptir; İstanbul ve Ankara'dan kolay ulaşılır. Ancak hava yolu ulaşımı eksiktir. Bölgesel bir havaalanının yapılması ulaşımı kolaylaştırabilir.”*

K2: *“Bolu, İstanbul ve Ankara'ya yakın olduğu için ulaşım kolaylığıyla da öne çıkıyor. Bu yönüyle Bolu, Türkiye'deki birçok şehirden daha avantajlı bir konuma sahiptir.”*

K3: *“Şehirde bir havaalanının olmaması da uluslararası sporcuların ulaşımını zorlaştırmaktadır. Bolu merkezde otobüs ve otopark eksikliğinin ulaşımı olumsuz etkilemektedir. Bu durum, özellikle kamp veya turnuva dönemlerinde şehir içinde yoğunluk ve park sorunlarına yol açmaktadır.”*

K4: *“Kış aylarında ulaşımın zorlaşması dönemsel bir problem yaratıyor, ancak yolların düzenli bakımıyla bu durum çözülebilir.”*

K5: *“İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehrin arasında yer aldığı için ulaşımı kolaydır ve yaklaşık 40 milyon kişiye hitap edebilmektedir.”*

K6: “Bolu, diğer şehirlere göre hem doğal güzellikleri hem de ulaşım açısından avantajlı konumuyla öne çıkmaktadır. Ulaşımın sadece karayolu ile olması ulaşım kısıtlılığını gündeme getirmektedir, havaalanı veya demiryolu bulunmamaktadır.”

K7: “Ulaşım ve personel konusunda büyük bir problem bulunmamaktadır.”

K8: “Genel olarak ulaşım güçlü bir yön; büyük şehirlere yakınlık avantaj sağlıyor.”

K9: “Ulaşım kolaylığı, karayolu bağlantısı güçlü olmasından kaynaklanıyor. Hızlı tren veya havayolu bağlantısının olmamasından dolayı yeni ulaşım yatırımları yapılması gerekmektedir.”

K10: “Batı Karadeniz’de bulunması ve İstanbul ile Ankara’ya yakınlığı sayesinde ulaşımı kolaydır. Ulaşımında özel araç zorunluluğu, toplu taşıma imkânının olmaması doğa sporları açısından bir engel olarak görülebilir.”

K11: “Şehre genellikle kara yolu ile ulaşım sağlanmakta, hızlı tren gibi alternatif ulaşım imkanları bulunmamaktadır. Şehir içi toplu taşıma yetersizdir ve kamp alanları merkeze uzak olduğu için ulaşım güçleşmektedir.”

K12: “Genel ulaşım kolay olsa da charter uçuşlarını karşılayacak bir havaalanının olmaması bir eksiklik olarak görülüyor. Hızlı tren gibi alternatif ulaşım seçenekleri yok.”

K13: “Bolu’da havaalanı bulunmaması, özellikle yurt dışından gelecek takımlar için ulaşımı zorlaştırmaktadır. Uluslararası organizasyonlarda istenen maksimum ulaşım süresi (1,5 saat) zaman zaman aşıldığı için Bolu bazı organizasyonları kaçırabilmektedir. Yerel ulaşım yurt içi için yeterli olsa da yurt dışından gelecek takımlar açısından eksikler vardır.”

Katılımcıların belirttiği görüşlere göre, Bolu’nun ulaşım açısından en güçlü yönü, İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehre çok yakın olmasıdır. Bu sayede Bolu’ya karayoluyla ulaşmak oldukça kolaydır ve şehir, geniş bir nüfusa hitap edebilmektedir. En çok dile getirilen sorun, Bolu’da havaalanı ve hızlı tren gibi alternatif ulaşım seçeneklerinin olmamasıdır. Bu durum özellikle uluslararası sporcuların ve büyük spor organizasyonlarının Bolu’yu tercih etmesini zorlaştırmaktadır. Yüksek hızlı tren gibi modern ulaşım araçları, spor etkinliklerine katılmayı kolaylaştırır ve bölgenin gelişmesine katkı sağlar. Ancak bu tür altyapı yatırımlarının sadece büyük şehirlerle sınırlı kalmayıp, diğer bölgelere de yayılması önemlidir (Wahpiyudin vd., 2025; Dickson vd., 2020).

Elde edilen veriler, araştırmanın amacına uygun olarak “spor turizmi potansiyeli”, “altyapı ve tesis olanakları”, “tanıtım ve pazarlama”, “yerel yönetim ve paydaş iş birliği”, “doğal kaynakların kullanımı”, “spor turizmi imajı” ve “ulaşılabilirlik” gibi temalar oluşturulmuştur. Oluşturulan temalarla Bolu’da spor turizmi şeması tasarlanmıştır. Bu şema aşağıda şekil 4.1’de gösterilmiştir.



Şekil 4.1. Bolu’da Spor Turizmi Şeması

4.8 SWOT Analizi

Araştırmada katılımcılara sorulan soruların amacı, Bolu’nun spor turizmi açısından hangi yönlerinin güçlü veya zayıf olduğunu belirlemek ve şehrin sahip olduğu fırsatlar ile karşılaşılabileceği tehditleri ortaya koymaktır. Bu nedenle, elde edilen bilgiler doğrultusunda Bolu ili için bir SWOT analizi yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 4.2. Bolu İli SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
●Coğrafi konum avantajı: İstanbul ve Ankara gibi iki büyük şehre yaklaşık 2 saat uzaklıkta olması. ●Kolay ulaşım: Karayolu ağı gelişmiş, şehirlerarası geçişler hızlı.	●Tesis eksikliği: Futbol sahaları, kapalı spor alanları ve profesyonel tesislerin yetersiz olması. ●Otel sayısının sınırlı olması: Spor turizmi hizmeti veren otellerin az olması.

Tablo 4.2. Bolu İli SWOT Analizi (devam)

● Doğal çevre: Temiz hava, doğal güzellikler ve ormanlık alanlar sporcular için ideal olması. ● İklim koşulları: Yaz aylarında diğer illere göre daha serin ve antrenman için uygun olması. ● Doğa sporları imkânı: Trekking, kampçılık, bisiklet ve ekoturizm için doğal potansiyele sahip olması. ● Spor geçmişi ve bilinirliği: Bolu'nun yıllardır kamp merkezi olarak tercih edilmesi. ● Konaklama deneyimi: Şehre gelen takımları ağırlama konusunda otellerin tecrübeli olması.	● Tanıtım eksikliği: Bolu'nun spor turizmi potansiyeli yeterince duyurulamıyor olması. ● Yerel medyanın olumsuz yayınları: Şehrin imajını zedeleyen haberler sektörü etkiliyor olması. ● Paydaş iş birliğinin olmaması ● Bürokratik engeller: Yeni tesis yapımında izin süreçleri yavaş ilerliyor olması. ● Ulaşım çeşitliliği eksikliği: Havaalanı ve hızlı tren gibi alternatif ulaşım seçeneklerinin olmayışı. ● Profesyonel hizmet eksikliği: Bazı takımlar için standartların altında kalan saha ve otel koşulları.
FIRSATLAR	TEHDİTLER
● Yeni otel ve tesis yatırımları için uygun ortam: Yatırımcıların ilgisi artıyor. ● Doğa sporlarının yükselişi: Ekoturizm, gençlik kampları ve kampçılık için geniş alanlar mevcut. ● Yıl boyunca etkinlik yapma potansiyeli: Kapalı spor tesisleri artırılırsa dört mevsim turizm mümkün. ● Büyükşehirlere yakınlık sayesinde sürekli talep: İstanbul ve Ankara'daki spor kulüplerinin kamp ihtiyacı Bolu için bir fırsat. ● Ulusal ve uluslararası organizasyon düzenleme imkânı: Yeni sahalar ve tesislerle turnuvalar çekilebilir. ● Tanıtım kampanyaları ile imajı güçlendirme şansı: Profesyonel tanıtım çalışmaları ziyaretçi sayısını artırabilir.	● Rakip şehirlerin güçlenmesi: Afyon, Erzurum ve Kayseri'nin yeni tesislerle rekabeti artırması. ● İklim değişikliği: Yaz sıcaklıklarının artması, antrenman koşullarını zorlaştırabilir. ● İmaj kaybı riski: Takımların şehirde yaşadığı olumsuz olaylar turizm algısını etkileyebilir. ● Doğal çevrenin bozulması: Yoğun yapılaşma veya çevre kirliliği sporcuların tercihlerini değiştirebilir. ● Yatırımların bürokrasi nedeniyle gecikmesi: Projelerin tamamlanmaması diğer destinasyonlara ilgiyi artırır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ve makinaların gelişmesiyle aktif insan gücünden faydalanma azalmış ve boş zaman ortaya çıkmıştır. Öldürücü olarak görülen bazı hastalıkların tedavisi bulunarak insan ömrü uzamıştır. Teknolojik gelişmeler ulaşım da yeni ve güvenilir seçenekler sunduğu için seyahat etmeyi daha kolay hale getirmiştir. Boş zamanın fazla olması, ekonomik gelişmeler, yaşam şartlarının iyileşmesi, beklentilerin değişmesiyle sağlıklı yaşam isteği, yeni destinasyonlar görme ve lezzetler keşfetme merakı insanları yeni ilgi alanları ve farklı tecrübeler edinmeye yöneltmiştir. İş hayatının stresi, şehrin kalabalığı ve gürültüsünden uzaklaşmak isteyen insanlar klasik tatil anlayışının dışına çıkarak alternatif turizm türlerine yönelmeye başlamışlardır (Uluslararası ve Batman, 2010; Kahraman, 2019).

Alternatif turizm türlerinden biri olan spor turizmi; insanların spor müsabakalarına katılarak, izleyerek ya da önemli spor merkezlerini ve müzelerini ziyaret için yapmış olduğu seyahatler, konaklamalar ve turistik ürün alışverişlerini kapsamaktadır. Turizmden en iyi şekilde yararlanmak için birçok spor etkinliğinde, izlemek amacıyla başka şehirlere ya da ülkelere giden spor turistleri önemli bir yere sahiptir. Bu kişiler genellikle gittikleri yerde daha uzun süre kalır ve diğer turistlere göre daha fazla harcama yapma eğilimindedir (Yeşil, 2015).

Dünya turizmi son yıllarda büyük bir ekonomik güç haline gelmiştir. Uluslararası raporlara göre, 2014 yılında turizm sektörünün dünya genelindeki ekonomik büyüklüğü yaklaşık 1,2 trilyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Bu büyük ekonomik yapının içinde spor turizmi de önemli bir paya sahiptir. Spor karşılaşmalarını izlemek veya spor etkinliklerine katılmak amacıyla yapılan seyahatler de hesaba katıldığında, spor turizminin dünya çapındaki hacminin yaklaşık 180 milyar dolar olduğu görülmektedir. Genel turizm sektörü her yıl ortalama %4–5 büyürken, spor turizminin bunun çok üzerinde, yaklaşık %14 oranında büyüdüğü belirlenmiştir. Ayrıca uluslararası kaynaklarda belirtilen verilere göre, bir spor turisti, klasik turistlere göre yaklaşık iki kat daha fazla harcama yapmaktadır. Bu durum, spor turizminin hem ekonomik potansiyelini hem de ülkeler için neden stratejik bir alan olarak görüldüğünü açıkça ortaya koymaktadır (TÜRSAB, 2014). Spor turizmi hem büyüklük hem de pazar hacmi

açısından dünya çapında en hızlı büyüyen sektörlerden biridir. 2022 yılında spor turizmi pazarı 580 milyar doların üzerinde bir değere ulaşmıştır (UNWTO, 2023).

Spor turizmi Türkiye açısından önemli bir fırsat alanı oluşturmaktadır. Geleneksel turizmde sıkça görülen mevsime bağlı dalgalanmalar ve düşük fiyat politikaları gibi sorunlar, spor turizmi sayesinde büyük ölçüde azaltılabilir. Bu nedenle spor turizmi, ülkede yeni ve sürdürülebilir alternatif turizm politikalarının geliştirilmesine katkı sağlayan stratejik bir seçenek olarak değerlendirilmektedir. Spor turizmi günümüzde dünya çapında bağımsız bir sektör haline gelmiş ve hızla büyüyen bir alan olmuştur. Bu gelişim, ülkelerin turizm stratejilerini oluştururken spor turizmine özel bir önem vermesi gerektiğini göstermektedir. Türkiye’de yapılacak turizm planlamalarında da spor turizmi; sağlık turizmi veya kongre turizmi gibi diğer alternatif turizm türleriyle birlikte, ayrı bir başlık altında değerlendirilmesi gereken bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle, spor turizminin gelişmesini destekleyecek özel politikalar ve uygulamalar hazırlanması ülkemiz için önem taşımaktadır (Yeşil, 2015).

Bolu ili mevcut coğrafi konumu gereği spor turizminde birçok rakibine göre karayolu ulaşımında, büyük şehirlerin bağlantı noktasında olması ve en yakın havaalanına 2 saat mesafede olması sebebiyle birçok avantaja ve fırsata sahiptir. Bolu’nun yaklaşık yüzde 65’i ormanlarla kaplıdır. Şehir; Abant, Yedigöller, Gölçük ve Sünnet Gölü gibi ünlü yerlerin de içinde bulunduğu 14 göle, 147 küçük gölete ve 320 yaylaya sahiptir. Ayrıca 1 milli park, 9 tabiat parkı, 3 tabiatı koruma alanı ve 2 orman içi dinlenme yeri bulunur. Geyik, karaca ve diğer yabani hayvanları korumak ve çoğaltmak amacıyla oluşturulmuş 3 yaban hayatı geliştirme sahası ile 2 sulak alan da şehrin doğal zenginlikleri arasındadır. Tüm bu özellikleriyle Bolu, dünyada az rastlanan doğal güzelliklere sahip ender şehirlerden biridir (Saldamlı, 2021). Bolu ilinin %65’ü ormanlık alan olması; oksijen oranının fazla olması, ortalama rakımının 1000 metre civarında olması; yaz aylarında bile serin kalması, dört mevsimin hissedilir şekilde yaşanması; mevsimsel turizm yapılması ve spor aktivitelerinin gerçekleşmesi, yayla, gölet ve kanyonların bulunması, doğal yürüyüş parkurlarının olması, kamp alanlarının bulunması ve fiziksel olarak konaklama tesislerinin bulunması ve bu tesislere bağlı spor sahaları ve salonların bulunması takımlar ve spor turistleri tarafından tercih edilebilecek bir destinasyon olmasını sağlamıştır.

Görüşmelerden ve yapılan araştırmalardan elde edilen bilgiler, Bolu'nun spor turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu ve bu potansiyelin daha etkili bir şekilde değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bolu'da spor turizminin geliştirilmesi, doğru ve planlı çalışmalarla mümkün olabilir. Bu planlamada dikkat edilmesi önerilen bazı uygulamalar ise aşağıdaki gibi özetlenebilir:

5.1 Yerel Yönetimlere Öneriler

Ulaşım ve erişebilirlikle ilgili öneriler; bahsi geçen öneriler hem şehir dışından Bolu'ya ulaşımı hem de şehir içindeki lojistik süreçleri kapsamaktadır.

- Uzak şehirlerden gelen sporcular için ulaşım sürelerini kısaltacak alternatif seçeneklerin geliştirilmesi ve yeni ulaşım yolları için duraklara (hızlı tren istasyonu ve charter uçuşları için havaalanı) eylem planlarında yer verilmesi gerekmekte ve bu konudaki projeler desteklenmelidir.

- Online haritalar ve sosyal medya üzerinden "nasıl gidilir" rehberlerinin oluşturulması ziyaretçilerin daha kolay plan yapmasını katkı sağlayabilir.

- Şehir içi yönlendirme tabelalarının artırılması; otobüs ve servis saatlerinin spor etkinliklerine göre optimize edilmesi ulaşımında yaşanabilecek olumsuz durumlar en aza indirilebilir.

- Paralimpik sporcular için erişilebilir konaklama ve ulaşım olanaklarının sağlanması destinasyonun genel erişilebilirliğini de artırdığı için önerilmektedir (UNWTO, 2020).

- Takım otobüsleri için şehir merkezinde güvenli otopark alanlarının oluşturulması sporcuların şehir merkezinde harcama yapmalarına ve şehir ekonomisine katkıda bulunmalarını kolaylaştıracığı için önerilmektedir.

Tesisleşme ve altyapı önerileri; mevcut eksikliklerin giderilmesi ve modernizasyon çalışmalarını içerir.

- Mevcut futbol sahası ve spor salonlarının restore edilerek kullanıma açılması spor turizmi ve sporcu sağlığı için önem arz etmektedir.

- Yeni modern tesislerin, profesyonel spor alanlarının ve kapalı spor salonlarının inşa edilmesi dört mevsim spor turizmi için önemlidir.

- Doğa yürüyüşü, bisiklet ve kampçılık için özel işaretlenmiş parkurların ve kamp alanlarının oluşturulması spor turizminin çeşitlendirilmesi için önemlidir.

- Hem oynayanı hem de izleyeniyle dünya genelinde popüler olan diğer spor branşlarının (kriket, tenis, beyzbol, hokey ve ragbi gibi) sahalarının yapılması, sporcuların ve takımların Bolu ilini tercih etmesi, spor şehri vizyonunu güçlendireceği için önerilmektedir.

- Paralimpik sporcular için sporcu dostu yeni salonlar ve sahalar yapılarak niş bir spor turizmi alanı oluşturulması önerilmektedir.

Bürokratik ve yatırım odaklı öneriler; resmi süreçlerin hızlandırılması ve sermayenin şehre çekilmesiyle ilgili adımlardır.

- Tesis yatırımları için belediye ve ilgili kurumlarda "özel hızlı izin" süreçlerinin tanımlanması.

- Yatırımcılara yönelik bilgilendirme sunumları yapılması ve süreçlerin şeffaflaştırılması.

- Yerel yönetimler, federasyonlar, oteller ve kulüpler arasında ortak çalışma platformlarının/kurullarının kurulması. Tüm bunlar rekabet ortamının oluşması, kalitenin artması, memnuniyetin artması ve tercih edilmeyi artıracak sonuçlar doğuracağı için önerilmektedir.

Tanıtım, medya ve imaj yönetimi; spor turizmi açısından bilinirlik ve tercih edilme ile ilgili çalışmalar ve öneriler.

- Sosyal medya, internet siteleri ve reklamlarla spor olanaklarının duyurulması.

- Yerel medya ile iş birliği yapılarak olumsuz haberlerin yerine pozitif içeriklerin ve başarı hikayelerinin öne çıkarılması.

- Spor destinasyonları kendine özgü doğal ve kültürel mirasından yararlanarak yeni bir spor veya spor etkinliği bile yaratabilir. Başlangıçta küçük çapta olabilir, ancak ziyaretçiler ve bölge sakinleri arasında popüler hale gelirse önemli cazibe merkezi haline gelebilir (UNWTO, 2020). Bolu'daki geleneksel sporların (tomruk soyma vb.) sponsorlar eşliğinde ulusal ve uluslararası basında tanıtılması. Tüm bunlar bilinirliği ve tercih edilmeyi artıracak sonuçlar doğuracağı için önerilmektedir.

Çevre ve sürdürülebilirlik önerileri; doğal avantajın korunması ve geleceğe aktarılmasına yönelik tedbirler alınarak sürdürülebilirliğin sağlanması ile ilgili adımlardır.

- Orman ve parkların temiz tutulması, yoğun yapılaşmanın önüne geçilmesi ve özel koruma alanlarının oluşturulması.

- Konaklayan sporcu ve turistlerin karbon ayak izi ve iklim değişikliği konularında bilgilendirilmesi (UNWTO, 2020). Tüm bunlar eko-turizmi ve sürdürülebilirliği sağladığı için önerilmektedir.

Organizasyon ve etkinlik yönetimi; şehre hareketlilik kazandıracak faaliyetler planlanmalıdır.

- Ulusal ve uluslararası turnuvalara ev sahipliği yapmak için organizasyonlar planlanması.

- Düzenli spor kampları ve gençlik kampları serilerinin gelenekselleştirilmesi. Tüm bular eko-turizm ve çevre duyarlılığı ile yapıldığında sosyalleşme, kültürleşme ve ekonomik açıdan şehre hareket katacağından önerilmektedir.

5.2 İşletmelere Öneriler

Konaklama ve hizmet çeşitliliği; fiziksel kapasitenin artırılması ve otellerin sporculara özel hale getirilmesi ile ilgili adımlar.

- Spor turizmine hizmet veren otel sayısının yetersizliğini gidermek için yeni otel yatırımlarının yapılması.

- Mevcut otellerin "sporcu dostu" hizmetler sunacak şekilde dönüştürülmesi.

- Oteller ile spor kulüpleri arasında özel paketlerin oluşturulması; konaklama ve spor alanlarının bir bütün olarak planlanması. Tüm bunlar konaklama ve hizmet çeşitliliği bakımından işletmelere önerilmektedir.

Standartların yükseltilmesi ve profesyonelleşme; hizmet kalitesini ve sahaların teknik yeterliliğini artırmaya yönelik adımlardır.

- Mevcut sahaların ve otellerin profesyonel takım standartlarına (bakım, temizlik, teknik donanım) getirilmesi.

- Otel ve tesis çalışanlarına, sporcuların özel ihtiyaçlarına yönelik profesyonel eğitimler verilmesi.

- Saha bakım standartlarının yükseltilmesi ve sürekliliğinin sağlanması. Tüm bunlar standartların yükseltilmesi ve profesyonelleşme bakımından işletmelere önerilmektedir.

Deneyim ve imaj yönetimi; sporcuların şehirde geçirdiği sürenin memnuniyetle sonuçlanmasını hedefleyen adımlardır.

- Takımların yaşadığı olumsuz deneyimlerin (ulaşım, konaklama, tesis) imajı zedelememesi için anlık ve hızlı çözüm masalarının oluşturulması.

- Etkinlik öncesinde ve sırasında takımlara yönelik bilgilendirme ve rehberlik hizmetlerinin sunulması.

- Sporcuların tüm süreçlerde iyi bir deneyim yaşatılmasıyla Bolu'nun "güvenilir destinasyon" imajının pekiştirilmesi. Tüm bunlar deneyim ve imaj yönetimi bakımından işletmelere önerilmektedir.

5.3 Teorik Öneriler

Ülkemizde daha önce farklı spor dallarıyla ilgili yapılan bazı çalışmalar, spor turizmiyle ilgili önemli bilgiler sunmuştur. Bu çalışmada katılımcıların görüşleriyle elde edilen sonuçlar, daha önceki çalışmaların bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Her ne kadar bu araştırma Bolu özelinde yapılsa da, katılımcıların belirttiği noktalar aslında Türkiye genelinde spor turizminin geliştirilmesine katkı sağlayabilecek niteliktedir.

Bolu özelinde daha önce böyle bir çalışma yapılmamış olması, araştırmanın önemini artırmaktadır. Yapılan araştırma, Bolu'nun spor turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bu potansiyelin iyi değerlendirilebilmesi için, yatırımların sadece tek taraflı değil, tüm ilgili kişiler ve kurumların katılımıyla planlanması önerilmektedir. Yapılan bu araştırmada görüşme yapılan katılımcılar kartopu (snowball) örnekleme yöntemi ile tespit edildiği için bu insan grubundaki kişilerin görüşlerine dayanmakta ve bu döneme yapılan ifadelerle sınırlıdır. Gelecekte benzer araştırma konuları daha fazla kişiyle ve daha farklı yöntemlerle yapılabilir. Araştırma da verilen öneriler uygulamaya geçtiğinde; turizm sektöründe ve diğer alanlarda yeni iş fırsatları yaratacak ve Bolu halkının sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Acar, Y., Bilgin, R., Coşkun, F., Demirtaş, A., Er, T., Faruk, M., Güneş, B., Hazar, E., Ilgaz, G., Jale, H., Kaya, D., Lale, F., Mert, Z., Nur, R., Oğuz, P., Pınar, Ş., Rıza, T., Selim, U., ... Zeynep, Ç. (2022). Uzaktan eğitim süreçlerinde öğrenci deneyimi. *Türkiye Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 34–61. <https://doi.org/10.5678/tead.2022.00001>
- Adventure Cycling Association. (2016). *Economic impact*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.adventurecycling.org/routes-and-maps/us-bicycle-route-system/benefits-and-building-support/economic-impact/>
- Aklanoğlu, F. (2010). Geleneksel yerleşmelerde kültür turizmi: Beypazarı örneği. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 10(2), 125–136.
- Akın, A. (2018). *Spor ve turizm*. Ekin Yayınevi.
- Akova, İ. (1995). Akarsu turizmi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (30), 393–407. <https://doi.org/10.17211/tcd.99587>
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Detay Yayıncılık.
- Argan, M. (2004). Spor ve turizm pazarlamasının kesişim noktası olarak spor turizmine kuramsal bir bakış. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 158–168.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karaman'ın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59–64.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm sosyolojisi - Genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Ay, Z., Bilgin, F., Şafak, İ. ve Akkaş, M. E. (2004). *Ege bölgesinde avlanma kartı olan avcılarının profilinin belirlenmesi* (Yayın No. 27). T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı, Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü.
- Aydın, O. (2012). Türkiye’de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91–96.
- Bakut (Bursa Arama Kurtarma Derneği). (2024). *Branşlarımız/Rafting*. Erişim tarihi 19 Ekim 2024, <https://www.bakut.org.tr/brasnlarimiz/5/rafting>
- Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü. (2022). *5/2 Numaralı Amatör Amaçlı Su Ürünleri Avcılığının Düzenlenmesi Hakkında Tebliğ* (Tebliğ Tarihi: 10 Eylül 2022).
- Batman, O. ve Çınar, O. S. (2008). Kültür turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), *Turistik ürün çeşitlendirmesi içinde* (ss. 189–208). Nobel Yayınevi.
- Batman, O. ve Eraslan, İ. H. (2007). Spor turizmi. M. Bulu ve İ. H. Eraslan (Ed.), *Sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede turizm sektörü: Sektörel stratejiler ve uygulamalar* (1. basım) içinde. Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği Yayınları.
- Bekir, S. (2008). *Çoruh Vadisi İspir, Uzundere, Yusufeli kuş gözlem araştırmaları raporu*. Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi.
- Benzaghta, M., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 54–68. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>

- Bertan, S. (2020). Key success factors for doing business in hot air balloon riding. *Journal of Tourism and Services*, 11(20), 124–131. <https://doi.org/10.29036/jots.v11i20.131>
- Bisiklopedi. (2025). *Bisiklet kullanımı*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://bisiklopedi.com/blog>
- Bolton, M. (Ed.). (1997). *Loving them and living them: Wildlife and ecotourism, conservation and the use of wildlife resources*. Chapman & Hall.
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2025). *Bolu'daki turizm türleri*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-69957/turizm.html>
- Bolu Valiliği. (2025). *Spor turizmi*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.bolu.gov.tr/spor-turizmi>
- Bompa, T. O. (1998). *Antrenman kuramı ve yönetimi* (İ. Keskin ve A. B. Tuner, Çev.). Bağırhan Yayınevi.
- Bookman, M., & Bookman, K. (2007). *Medical tourism in developing countries*. Palgrave Macmillan.
- Borge, S. (2020). What is sport? *Sport, Ethics and Philosophy*, 15(3), 308–330. <https://doi.org/10.1080/17511321.2020.1760922>
- Bucher, J. (2021). Inductive reasoning. *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice*. <https://doi.org/10.1002/9781119111931.ch36>
- Burtan Doğan, B. ve Aslan, A. (2019). Türkiye’de sağlık turizminin mevcut durumu ve ülke ekonomisine katkıları. *Dicle Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 390–418.
- Canalıoğlu, V. (1995). Yayla turizmi. *Karadeniz Gazetesi*.
- Ceballos-Lascuráin, H. (1996). *Turizm, ekoturizm ve korunan alanlar: Dünyada doğa temelli turizmin durumu ve gelişimi için yönergeler*. IUCN Yayınları. <https://doi.org/10.2305/iucn.ch.1996.7.en>
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109–127. <https://doi.org/10.1080/14775080601155126>
- Chang, H.-W., & Chang, H.-L. (2003). A strategic study of bicycle tourism in Taiwan. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 5, 1675–1685.
- Chen, Y., Mak, B., & McKercher, B. (2011). What drives people to travel: Integrating the tourist motivation paradigms. *Journal of China Tourism Research*, 7(2), 120–136.
- Cloke, P., & Perkins, H. C. (2002). Commodification and adventure in New Zealand tourism. *Current Issues in Tourism*, 5(6), 521–549. <https://doi.org/10.1080/13683500208667939>
- Cooke, S. J., & Cowx, I. G. (2004). The role of recreational fisheries in global fish crises. *BioScience*, 54, 857–859. [https://doi.org/10.1641/0006-3568\(2004\)054\[0857:TRORFI\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1641/0006-3568(2004)054[0857:TRORFI]2.0.CO;2)
- Corcoran, J. (1989). Argumentations and logic. *Argumentation*, 3, 17–43.
- Costa, C. A., & Chalip, L. (2005). Adventure sport tourism in rural revitalisation—An ethnographic evaluation. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 257–279.

- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Çağlayan, A. (1992). Deniz turizmi. 3. İzmir İktisat Kongresi, Marina Yatırım ve İşletmecileri Derneği Bildirileri.
- Çakıcı, C. ve Harman, S. (2006). Kuş gözlemciliğinin önemi: Türkiye’de kuş gözlemcilerinin profili. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 161–168.
- Çetin, G. (2008). *Dünya’da golf turizmi ve Türkiye’de golf turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2025). *İlimizin tarihçesi*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://bolu.csb.gov.tr/ilimizin-tarihcesi-i-3319>
- Çolak, O. (2009). *Turistik ürün çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliği: Şirince örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çontu, M. (2006). *Alternatif turizm çeşitleri ve Kızılcahamam termal turizm örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Çuhadar, M. (2006). *Turizm sektöründe talep tahmini için yapay sinir ağları kullanımı ve diğer yöntemlerle karşılaştırmalı analizi (Antalya ilinin dış turizm talebinde uygulama)* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Daniels, M. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 332–347. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.09.004>
- De Knop, P. (1987). Some thoughts on the influence of sport tourism. *International Seminar and Workshop on Outdoor Education, Recreation and Sport Tourism*, 38–45.
- Demiroğlu, O. C. (2014). *Kış turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Demirsoy, A. (1982). *Türkiye faunası*. TÜBİTAK Yayınları.
- Deniz Turizmi Yönetmeliği. (2009, 24 Temmuz). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 27298).
- Deniz, G. ve Eryılmaz, S. (2019). Türkiye’de programlama eğitimi ile ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi: Bir betimsel analiz çalışması. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 15(4), 317–333.
- Devicioğlu, S. (2004). Sporun ekonomik boyutu. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi TSE*, 43(511), 1–11.
- Dickson, T., Darcy, S., & Walker, C. (2020). A case of leveraging a mega-sport event for a sport participation and sport tourism legacy: A prospective longitudinal case study of Whistler Adaptive Sports. *Sustainability*, 13(1), 170. <https://doi.org/10.3390/su13010170>
- Diker, O., Çetinkaya, A. ve Cinkara, A. (2016). Hava sporları turizmi ve Safranbolu'nun hava sporları potansiyelinin belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84–100.

- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm ekonomisi ve Türkiye ekonomisinde turizm*. Filiz Kitabevi.
- Doğan, C. (2000). *Ankara'da termal turizm potansiyeli* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası* (3. Baskı). Çizgi Kitabevi.
- Erdoğan, H. (1996). *Uluslararası turizm*. Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Erkut, F. Ç. (2005). *Ekoturizmin kaynağı olarak Akçay Vadisi ve Madran Dağının değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel turizm bilgileri*.
- Fairley, S. (2003). In search of relived social experience: Group-based nostalgia sport tourism. *Journal of Sport Management*, 17(3), 284–304. <https://doi.org/10.1123/jsm.17.3.284>
- Fanatik. (2025). *Türkiye'nin gurur tablosu! İşte ev sahipliği yaptığımız turnuvalar*. Erişim tarihi 17 Haziran 2025, <https://www.fanatik.com.tr/futbol/turkiyenin-gurur-tablosu-iste-ev-sahipligi-yaptigimiz-turnuvalar-2528106>
- Flypgs. (2025a). *Rüzgar sörfü*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.flypgs.com/ekstrem-sporlar/ruzgar-sorfu>
- Flypgs. (2025b). *Uçurtma – Kitesurfing*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.flypgs.com/ekstrem-sporlar/kitesurfing-ucurtma-sorfu>
- Futbolekonomi. (2025). *Futbol turizmi raporu*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/genel/125-sebahattin-devecioglu/6072-futbol-turizm-raporu.html>
- Gelderen, O. V. (2015, 24 Eylül). *The 47 greatest moments in windsurfing history*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://boards.co.uk/features/the-46-greatest-moments-in-windsurfing-history.html>
- Gezimanya. (2025). *Türkiye'nin en iyi dalış bölgeleri*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://gezimanya.com/Yazilar/turkiyenin-en-iyi-dalis-bolgeleri>
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)
- Gibson, H. J. (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue. *Journal of Sport Management*, 17, 205–213.
- Gibson, H. J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181–190. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00058-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00058-4)
- Göktaş Kulualp, H. ve Sarı, Ö. (2019). Destekleme davranışı ve sosyal değişim teorisi kapsamında kırsal turizmin etkilerinin değerlendirilmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 643–666. <https://doi.org/10.33206/mjss.469686>
- Graydon, D. ve Hanson, K. (2005). *Dağcılık zirvelerin özgürlüğü*. Homer Kitabevi.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>

- Guyatt, G., Oxman, A., Vist, G., Kunz, R., Brożek, J., Alonso-Coello, P., Montori, V., Akl, E., Djulbegovic, B., Falck-Ytter, Y., Norris, S., Williams, J., Atkins, D., Meerpohl, J., & Schünemann, H. (2011). GRADE guidelines: 4. Rating the quality of evidence--study limitations (risk of bias). *Journal of Clinical Epidemiology*, 64(4), 407–415. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2010.07.017>
- Güner, Y., Şaroğlu, F. ve Durukal, S. (2005). Türkiye’de mağara turizmi ve Dim Mağarası örneği. *Ulusal Mağara Günleri Sempozyumu Bildirileri Kitabı* içinde (ss. 24–26). Beyşehir.
- Güney Avustralya Turizm Komisyonu. (2005). *South Australian cycle tourism strategy 2005-2009*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <http://www.bicyclecouncil.com.au/>
- Gürsel, B. B. (2017). *Nevşehir yatırım destek ofisi sıcak hava balonu sektörü raporu*. Ahiler Kalkınma Ajansı. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, https://www.ahika.gov.tr/assets/upload/dosyalar/ahika_2017_nevsehir-sicak-hava-balonu_sektor-raporu.pdf
- Güzel, F. Ö. (2019). Doğal miras. O. İçöz ve M. Uysal (Ed.), *Turizm ansiklopedisi Türkiye: Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları* içinde (s. 113). Detay Yayıncılık.
- Haber Kıbrıs. (2012). *Dinlerin ve medeniyetlerin kesiştiği kent; Mağusa*. Erişim tarihi 21 Ekim 2024, <https://haberkibris.com/magusa-dinlerin-ve-medeniyetlerin-kesistigi-kent...-2012-02-20.html>
- Habltürkiye. (2025). *Yaz tatiliniz için paddle board ve deniz bisikleti rehberi*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.hablturkiye.com/2025/07/11/yaz-tatiliniz-icin-paddle-board-ve-deniz-bisikleti-rehberi/>
- Havaliman. (2025). *Yelken kanat*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.havaliman.com/yelken-kanat/>
- Hazar, A. (2007). *Spor ve turizm*. Detay Yayıncılık.
- Herbold, V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). The host community and its role in sports tourism—Exploring an emerging research field. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su122410488>
- Hinch, T., & Higham, J. (2001). Sport tourism: A framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45–58.
- Hinch, T., & Higham, J. (2004). *Sport tourism development - Aspects of tourism*. Channel View Publications.
- Hinch, T., & Higham, J. (2009). *Sport tourism development*. Channel View Publications.
- Hvenegaard, G. T., Butler, J. R., & Krystofiak, D. K. (1989). Economic values of bird watching at Point Pelee National Park. *Wildlife Society Bulletin*, 17(4), 526–531.
- Iso-Ahola, S. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*.
- Jacquemont, A., & Fillion, F. (1987). The economic significance of birds in Canada. *The value of birds* içinde (ss. 15–21). Tech. Publication.
- Jeong, Y., & Kim, S. (2021). The role of a mega-sporting event in attracting domestic tourists: The case of Seoul. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/apjml-10-2020-0754>

- Job, H., & Paesler, F. (2013). Links between nature-based tourism, protected areas, poverty alleviation and crises – the example of Wasini Island (Kenya). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1(2), 18–28.
- Kahraman, O. C. (2019). *Turist deneyimi ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin aracı rolü: Alternatif turizm türlerine katılan turistler üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2006). Do sport tourism events have a brand image? *Northeastern Recreation Research Symposium* içinde (s. 2).
- Kara, A., Kurt, B., Özler, F., Eroğlu, O. ve Şaşmaz, Ö. (2020). *Mesleki ve teknik anadolu lisesi konaklama ve seyahat hizmetleri alanı – Konaklama ve seyahat hizmetleri alanı alternatif turizm 11-12 ders materyali*. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı & EBA. <https://meslek.meb.gov.tr/upload/dersmateryali/pdf/KSH2025AT111228.pdf>
- Karasu, T. (1990). Kongre turizmi üzerine düşünceler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 32–34.
- Karataş, A. ve Yılmaz, S. (2021). Türkiye’de spor turizminin ekonomik etkileri ve sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirilmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 1452–1467. <https://doi.org/10.21547/jss.1018736>
- Kasap, A. A. ve Faiz, G. (2008). *Bir endüstri olarak golf*. Türkiye Golf Federasyonu Yayınları / Sim Matbaacılık.
- Kasap, A. A. ve Faiz, G. (2012). *Bir endüstri olarak golf (ekonomik analizi, müşteri portföy analizi ve dünyadaki çevresel yaklaşımlar)*. Türkiye Golf Federasyonu Yayınları.
- Kemel, Z., & Chetibi, H. (2025). The role of integrated marketing communications in promoting Algerian sports tourism in light of social media platforms. *İşletme Bilimi Dergisi*. <https://doi.org/10.22139/jobs.1487340>
- Kerimusta. (2025). *Türkiye denizleri hakkında bilgi*. Erişim tarihi 27 Ekim 2025, <https://www.kerimusta.com/turkiye-denizleri-hakkinda-bilgi>
- Keskin, G., Durmuş, S., Karakaya, M., Teoman, A. ve diğerleri. (2019). Motorsuz uçuş prensibi: Planör. *Mühendis ve Makina*, 60(695), 165–177.
- Kim, D., & Kim, K. (2025). Verification of the impact of sports event service quality and host destination image on sports tourists’ behavioral intentions through meta-analytic structural equation modeling. *Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.3390/bs15081019>
- Kılıç, N. N. ve Hassan, A. (2025). Turizmde sosyal değişim teorisi çalışmalarının bibliyometrik analizi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 28(1), 31–51. <https://doi.org/10.55931/ahbvtfd.1614240>
- Kızıltan, E. ve Kahraman, O. C. (2025). Bolu spor turizminin haritası. *Uluslararası Araştırmalar Kongresi (ICAR)* içinde (ss. 385–394).
- Koca, H., Zaman, S. ve Coşkun, O. (2011). Erzurum’un spor-kamp turizmi potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(18), 205–224.
- Kocapınar, S. (2003). Kültür turizmi. *Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*.

- Koçak, F. ve Balcı, V. (2010). Doğada yapılan sportif etkinliklerde çevresel sürdürülebilirlik. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2(2), 213–222. https://doi.org/10.1501/Csaum_0000000037
- Kolayarababul. (2025). *Motor sporları tarihi*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://kolayarababul.com/motor-sporlari-tarihi/>
- Kongremerkezi. (2025). *Türkiye'nin kongre portalı*. Erişim tarihi 6 Ekim 2025, <http://www.kongremerkezi.net/>
- Kozak Akoğlan, M. (2002). *Genel turizm bilgisi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Kozak, M. ve Bahçe, S. (2012). *Özel ilgi turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). *Genel turizm bilgisi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Kozan, Y., Özdemir, S. S. ve Günlü, E. (2014). Turizm yazınında “Deniz turizminin olgusal gelişimi.” *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2), 115–129.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve Alper, B. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 131–139.
- Kurt, R. ve Gümüş, M. (2024). Türkiye’de spor turizmi potansiyelinin bölgesel kalkınma açısından analizi. *Journal of Management, Tourism and Applied Fields*, 21(6), 1–13.
- Kurtzman, J. (1993). Inaugural address, Sports Tourism International Council. *Journal of Sport Tourism*, 1(1).
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2001). *Sport and adventure tourism*. Haworth Press.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time - The sports tourism phenomena. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 35–47. <https://doi.org/10.1080/14775080306239>
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel ilgi turizmi*. Ekin Yayınevi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2006). *Türkiye turizm stratejisi*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025a). *Coğrafya*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-355506/cografya.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025b). *Hava sporları*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10164/hava-sporlari.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025c). *Kamp ve karavan turizmi – Kırklareli*. Erişim tarihi 29 Ekim 2025, <https://www.kulturoportali.gov.tr/turkiye/kirklareli/turizmakтивiteleri/kamp-ve-karavan-turizmi159410>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025d). *Yatırım ve işletmeler genel müdürlüğü: Bakanlık belgeli tesis istatistikleri*. Erişim tarihi 10 Kasım 2025, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istatistikleri.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2024). *Anasayfa*. Erişim tarihi 9 Ekim 2024, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11688/anasayfa-orta>

- Lagaert, S., & Roose, H. (2016). Exploring the adequacy and validity of 'sport': Reflections on a contested and open concept. *International Review for the Sociology of Sport*, 51(4), 485–498. <https://doi.org/10.1177/1012690214529295>
- Lamont, M. (2009). Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5–23.
- Malchrowicz-Moško, E. (2021). "Can she run or scream while travelling?" Is sports tourism halal or haram? Management of sports travel of Muslim women in the era of West-East dichotomy. *European Research Studies Journal*, 24(1), 421–443. <https://doi.org/10.35808/ersj/1971>
- Manusia, K. S. (2012). *Occupational analysis sports tourism*. Department of Skills Development, Ministry of Human Resources; Marzuq Print and Trading.
- Marinalar.com. (2024). *Türkiyenin en iyi marinaları*. Erişim tarihi 08 Kasım 2024, <https://marinalar.com/tum-marinalar/>
- Markovic, M., Satta, A., Skaricic, Z., & Trumbic, I. (2009). *Sustainable coastal tourism: An integrated planning and management approach*. Priority Actions Programme Regional Activity Centre (PAP/RAC), United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics (UNEP-DTIE).
- Marsudi, I., Fajar, M., Rusdiawan, A., Kurniawan, R., Rasyid, M., Susanto, N., García-Jiménez, J., & Pavlovic, R. (2024). Managing East Java's sports facilities and infrastructure for achievement. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*. <https://doi.org/10.13189/saj.2024.120211>
- Matsen, B., & Cousteau, J. (2009). *The sea king*. Pantheon Books.
- McKay, T. (2013). Adventure tourism: Opportunities and management challenges for SADC destinations. *Acta Academica*, 45(3), 30–62.
- McKercher, B., & Chan, A. (2005). How special is special interest tourism. *Journal of Tourism Research*, 44(1), 21–31.
- Medium. (2019). *Tüplü dalış*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://medium.com/scubanomics/the-size-of-the-scuba-diving-industry-573b8ac44c7c>
- Meier, K. (1981). On the inadequacies of sociological definitions of sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 16(2), 79–102. <https://doi.org/10.1177/101269028101600206>
- Mevzuat.gov.tr. (2003). *Mevzuat bilgi sistemi*. Erişim tarihi 27 Nisan 2025, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=4915&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mollah, M., Cuskelly, G., & Hill, B. (2021). Sport tourism collaboration: a systematic quantitative literature review. *Journal of Sport & Tourism*, 25, 3–25. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1877563>
- Moreno-Gil, S. ve Martín-Santana, J. D. (2013). Motivasyonların otel dışı turist konaklama imkânlarının imajı üzerindeki etkisi. *International Journal of Tourism Policy*, 5(1-2), 59–81.

- Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K. M., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2023). Sport tourism as driving force for destinations' sustainability. *Sustainability*, 15(3), 2445.
- Morgül, Ş. (2014). Kırklareli ilinde eko turizm olanakları. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(4), 27–38. <https://doi.org/10.17339/ejovoc.75153>
- Moynier, J. (2004). *Herkes için: Dağcılık*. Bilge Sanat Yapım Yayıncılık.
- Narin, M. (2006). Ayvalık ve Burhaniye ilçelerinin yat turizmi arzı ve sorunları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(16), 127–145.
- Neirotti, L. D. (2003). An introduction to sport and adventure tourism. *Sport and Adventure Tourism* içinde (Bölüm 1). The Haworth Hospitality Press.
- Neirotti, L. D. (2005). Sport tourism markets. *Sport tourism destinations* içinde (Bölüm 4). Elsevier Ltd.
- Nevo, B. (1985). Face validity revisited. *Journal of Educational Measurement*, 22, 287–293. <https://doi.org/10.1111/j.1745-3984.1985.tb01065.x>
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events. *Journal of Travel Research*, 35(2), 46–54. <https://doi.org/10.1177/004728759603500208>
- Northup, D. E., & Lavoie, K. H. (2001). Geomicrobiology of caves: A review. *Geomicrobiology Journal*, 18. <https://doi.org/10.1080/01490450152467750>
- Novotna, M., Frantal, B., Kunc, J., & Kubickova, H. (2019). Special interest tourism in the Czech Republic: Introduction and overview. *Czech Journal of Tourism*, 8(1), 49–63. <https://doi.org/10.2478/cjot-2019-0004>
- Novotna, M., Kubickova, H., & Kunc, J. (2021). Outdoor excitement in homeland? Opportunities and threats to balloon tourism in the Czech Republic during the coronavirus outbreak. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism-Research Planning and Management*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100424>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik sampling snowball dalam penelitian lapangan. *ComTech*, 5, 1110–1118. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Olivová, V. (1984). *Sports and games in the ancient world*. St. Martin's Press.
- Orams, M. (2002). *Marine tourism: Development impacts and management*. Taylor and Francis e-Library.
- Outdoorhaber. (2018). *Türkiye'deki dağlar*. Erişim tarihi 17 Şubat 2025, <https://www.outdoorhaber.com/dagcilik-tirmanis/turkiyedeki-daglar>
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısına etkileri*.
- Özdilek, Ç., Entürk, A. ve Döşyılmaz, E. (2015). Modern olimpiyat oyunlarının tarihsel gelişimi ve olimpiyatların gezici olma ilkesinin günümüze kadar düzenlenen oyunlar açısından değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (9).
- Özdönmez, M., İstanbullu, T., Akesen, A. ve Ekizoğlu, A. (1996). *Ormancılık politikası* (Yayın No: 435). İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm coğrafyası: Özellikler ve bölgeler*. Çantay Kitabevi.

- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 183–195.
- Paker, S. (2013). Denizde sportif faaliyetler. *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi*.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğ, S., & Sandıkçı, M. (2021). The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 6692.
- Paris je t'aime. (2025). *Paris 2024 Olympic Games preliminary tourism report*. Erişim tarihi 17 Şubat 2025, <https://parisjetaime.com/eng/media/article/preliminary-report-olympic-games-a1755>
- Parkkila, K., Arlinghaus, R., Artell, J., Gentner, B., Haider, W., Aas, Q., Barton, D., Roth, E., & Sipponen, M. (2010). *Methodologies for assessing socioeconomic benefits of European inland recreational fisheries* (FAO European Inland Fisheries Advisory Commission Occasional Paper No: 46). FAO.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: The Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00056-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00056-0)
- Pawson, M. G., Glenn, H., & Padda, G. (2008). The definition of marine recreational fishing in Europe. *Marine Policy*, 32(3), 339–350. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2007.07.001>
- Perić, M., Đurkin, J., & Vitezić, V. (2018). Active event sport tourism experience: The role of the natural environment, safety and security in event business models. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 13(5), 758–772. <https://doi.org/10.2495/sdp-v13-n5-758-772>
- Pons-Morera, C., Canós-Darós, L., & Gil-Pechuan, I. (2018). A model of collaborative innovation between local government and tourism operators. *Service Business*, 12, 143–168. <https://doi.org/10.1007/s11628-017-0341-x>
- Radicchi, E. (2013). Tourism and sport: Strategic synergies to enhance the sustainable development of a local context. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 57, 44–57. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2013-0007>
- Readman, M. (2003). Golf tourism. S. Hudson (Ed.), *Sport and adventure tourism* içinde (ss. 165–201). The Haworth Hospitality Press.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. CABI Publishing.
- Ritchie, J. R. (1984). Assessing the impact of hallmark events. *Journal of Travel Research*, 23(2), 2–11. <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Ritchie, J. R. (1988, Temmuz). Alternative approaches to teaching tourism. *Tourism Teaching Into The 1990's Conference*.
- Robinson, M., & Novelli, M. (2005). Niche tourism: An introduction. M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* içinde (ss. 1–11). Routledge.
- Robinson, T., & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: Revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 221–233. <https://doi.org/10.1080/1477508042000320223>

- Ross, S. D. (2001). *Developing sport tourism: An e-guide for destination marketers and sports events planners*. National Laboratory for Tourism and e-Commerce.
- Saldamlı, A. (2021). Sunuş. A. Saldamlı, A. Kurnaz, A. Akın ve İ. Bayhan (Ed.), *Turizm Penceresinden Bolu* (s. VII-XI). Detay Yayıncılık.
- Saldamlı, A., Kurnaz, A., Akın, A. & Bayhan, İ. (Ed.). (2021). *Turizm penceresinden Bolu*. Detay Yayıncılık.
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2025). *Bölgesel kalkınma faaliyetleri*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.sanayi.gov.tr/bolgesel-kalkinma-faaliyetleri/strateji-belgeleri>
- Sanusi, R. (2020). Analisis potensi pariwisata olahraga berbasis sumber daya alam di Kab. Karimun Provinsi Kep. Riau. *Jurnal Ilmiah Lahan*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.26418/jilo.v3i1.34999>
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1–18.
- Sato, S., Kim, H., Buning, R. J., & Harada, M. (2018). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 74–81. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.003>
- Senachai, P., Leruksa, C., & Sathatip, P. (2025). Exploring research streams in sport tourism management: A descriptive meta-analysis of destination image, event quality, tourist satisfaction, and future intentions. *ABAC Journal*. <https://doi.org/10.59865/abacj.2024.69>
- Seyatra. (2025). *Futbol turizmi*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.seyatra.com/futbol-turizmi-dunyanin-onemli-ulkeleri-ve-stadyumlari/>
- Sezgin, M. (1995). *Genel turizm: Turistik kavramlar, ekonomi, pazarlama, turizm mevzuatı*.
- Southworth, M., & Ben-Joseph, E. (1997). *Streets and the shaping of towns and cities*. McGraw-Hill.
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics.
- Stephen, D. R. (2001). *Developing sports tourism*. National Laboratory for Tourism and e-Commerce.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.
- Subaşı, B. (2004). *Yayla turizmi sektör profili*. İstanbul Ticaret Odası Etüt ve Araştırma Şubesi.
- Sutula, V. (2018). General definition of the concept sports. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*, 4, Article 555644. <https://doi.org/10.19080/jpfmts.2018.04.555644>
- Şahin, B., Çaylı, B. ve Erol, G. (2011). Kruvaziyer turizminin destinasyon üzerindeki etkilerinin incelenmesi: Samsun örneği. *Samsun Sempozyumu* içinde (ss. 1–9). Samsun.
- Şekercioğlu, Ç. H. (2002). Impacts of birdwatching on human and avian communities. *Environmental Conservation*, 29(3), 282–289.
- Şimşek, H. (2022). Türkiye’de spor turizmi politikalarının sürdürülebilir turizm hedefleri açısından değerlendirilmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 20(1), 34–48. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/spormetre/issue/85251/1404163>

- Tarınç, A. (2019). *Alternatif turizm çeşitliliği kazandırmak amacı ile gönüllü turizm: Türkiye uygulaması* [Yayımlanmamış tez?]. Selçuk Üniversitesi.
- T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2016). *Bolu tabiat turizmi ve gelişme planı 2016-2019*.
- Thomas, F. (2003). 100 years of sailplane design and beyond. *Technical Soaring*, 27(3-4), 61–74.
- Tinsley, H., & Tinsley, D. (1986). A theory of the attributes, benefits, and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, 8, 1–45. <https://doi.org/10.1080/01490408609513056>
- Topay, M. ve Koçan, N. (2009). Kamping / çadırılı kamp için alan seçim kriterlerinin belirlenmesi ve Bartın Uluyayla'da örnek bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 116–128.
- Toskay, T. (1989). *Turizm olayına genel yaklaşım*. Der Yayınları.
- Tuna, H. (2019). Bolu ilinin termal turizm açısından potansiyelinin değerlendirilmesi. *International Journal of Economic & Social Research*, 15(1).
- Tunç, A. ve Saç, F. (1998). *Genel turizm gelişimi ve geleceği*. Detay Yayıncılık.
- Tunç, A. ve Saç, F. (2008). *Genel turizm gelişimi - Geleceği*. Siyasal Yayınevi.
- Turco, D. M., Riley, R. S., & Swart, K. (2002). *Sport tourism*. Fitness Information Tecnology Inc.
- Turizm Ajansı. (2025). *Sıcak hava balonları yolcu rekoru kırdı*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://www.turizmajansi.com/haber/sicak-hava-balonlari-yolcu-rekoru-kirdi-h67966>
- Turkeyoutdoor. (2025). *Yelken sporu hakkında merak edilenler*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://turkeyoutdoor.org/yelken-sporu-hakkinda-merak-edilenler/>
- Türk Dil Kurumu. (2025). *Golf*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://sozluk.gov.tr/>
- Türk Hava Kurumu. (1996). *Yamaç paraşütü pilot eğitim el kitabı*. Türkkuşu Genel Müdürlüğü: Çok Hafif Hava Araçları Uçuş Eğitim Okulu.
- Türk Spor Ajansı. (2024). *Türkiye’de ve dünyada spor turizmi*. Erişim tarihi 17 Şubat 2025, <https://turksporajansi.com/2024/04/28/turkiyede-ve-dunyada-spor-turizmi/>
- Türkiye Futbol Federasyonu. (2025). *Türkiye, iki büyük finale ev sahipliği yapacak*. Erişim tarihi 17 Haziran 2025, <https://www.tff.org/default.aspx?pageID=285&ftxtID=44334>
- Türkiye Golf Federasyonu. (2025). *Ulusal golf sahaları*. Erişim tarihi 2 Kasım 2025, <https://www.tgf.org.tr/tr/golf-sahalari>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2025). *Bolu nüfusu*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://nip.tuik.gov.tr/>
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB). (2002). *Ar-Ge çalışmaları*. Erişim tarihi 22 Ocak 2025, http://tursab.org.tr/dosya/1025/02ocspor_1025_1941484.pdf
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB). (2015). *2015 spor turizmi raporu*. Erişim tarihi 25 Şubat 2025, https://www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi-raporu_12195_5670173.pdf
- Türkiye Turizm Ansiklopedisi. (2025a). *Kano turizmi*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/kano-turizmi>

- Türkiye Turizm Ansiklopedisi. (2025b). *Su kayağı*. Erişim tarihi 28 Ekim 2025, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/su-kayagi>
- Türkiye Turizm Ansiklopedisi. (2025c). *Turizm amaçlı sportif faaliyet yönetmeliği*. Erişim tarihi 17 Haziran 2025, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/turizm-amacli-sportif-faaliyet-yonetmeliği>
- Uluslan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif turizm çeşitlerinin Konya turizmine etkisi üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 243–260.
- UNWTO. (2020). *Sport Tourism and The Sustainable development Goals*. Erişim tarihi 17 Kasım 2025, <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419661>
- UNWTO. (2023). *World sports tourism congress: Tourism & sports united for sustainability*. Erişim tarihi 17 Kasım 2025, <https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-04/wstc-concept-note-en.pdf>
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık.
- Ülker, İ. (2006). *Dağlarımız: Dağ sporları ve dağ turizmi, yüksek dağlarımız ve kayak merkezleri*. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Ürger, S. (1992). *Genel turizm bilgisi*. Akdeniz Üniversitesi.
- Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study. *Nursing & Health Sciences*, 15(3), 398–405. <https://doi.org/10.1111/nhs.12048>
- Vegara-Ferri, J. M., Ibáñez-Ortega, D., Carboneros, M., López-Gullón, J. M., & Angosto, S. (2020). Evaluation of the tourist perception of the spectator in an eSport event. *Publicaciones*, 50(1), 371–384. <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v50i1.15992>
- Wahpiyudin, C., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2025). High-speed rail's impact on athlete mobility, event management, and tourism: Enhancing recovery, accessibility, and experience. *City Diversity*. <https://doi.org/10.54517/cd3160>
- Wang, J., & Butkouskaya, V. (2023). Sustainable marketing activities, event image, perceived value and tourists' behavioral intentions in the sports tourism. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. <https://doi.org/10.1108/jefas-09-2022-0219>
- Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sport tourism: Participants, policy and providers*. Elsevier Publishing.
- Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports tourism: Participants, policy and providers* (2nd ed.). Elsevier.
- Witt, P., & Bishop, D. (1970). Situational antecedents to leisure behavior. *Journal of Leisure Research*, 41, 337–350. <https://doi.org/10.1080/00222216.1970.11969984>
- Wikiloc. (2025). *Otomobil Sporları ve Dağ Bisikleti*. Erişim tarihi 2 Kasım 2025, <https://tr.wikiloc.com/wikiloc/map.do?sw=89.999%2C179.999&ne=89.999%2C179.99&q=bolu%20alada%C4%9F&fitMapToTrails=1&page=1>
- Wu, C. H. J., & Liang, R. D. (2011). The relationship between white-water rafting experience formation and customer reaction: A flow theory perspective. *Tourism Management*, 32(2), 317–325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.001>
- Yardımcı Sarıçay, N. (2009). *Turizmde iyi bir alternatif: Spor turizmi* (Ar-Ge Bülten Ekonomi). İzmir Ticaret Odası.

- Yeşil, M. (2015). *Antalya'da spor turizmi: Mevcut durumun tespiti* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Yeşilyurt, B. ve Kurnaz, A. (2021). Bolu'da turizm bileşenleri ve turizm arzı. A. Saldamlı, A. Kurnaz, A. Akın ve İ. Bayhan (Ed.), *Turizm Penceresinden Bolu* (s. 57-70). Detay Yayıncılık.
- Yetim, A. Ç. (2015). Kongre etkinliklerinin deneyimsel değeri üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2).
- Yılmaz, H. (2011). *Destinasyon sadakatini etkileyen faktörler: Belek golf turizmi uygulaması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zenginler, H. O. (2017). *Spor ekonomisinde kamusal regülasyonlar ve Türkiye değerlendirmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Zeybek, H. İ. (2001). Bahçebaşı Mağarası (Turhal-Tokat). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 6. Çizgi Kitabevi.
- Zhang, N. (2022). Doğal kaynaklar ve çevre koruma yoluyla açık hava spor turizmini teşvik etmek. *Doğa Çevre Koruma*, 3(1), 44–51. <https://doi.org/10.38007/NEP.2022.030106>
- Zorba, E., İkizler, H. C., Tekin, A. ve Miçooğulları, O. (2005). *Herkes için spor*. Morpa Yayınları.