



M D A G



M U L T I D I S C I P L I N A R Y
A P P R O A C H E S W I T H G E O G R A P H Y

Başvuru 16.03.2026 Received | Kabul 29.06.2026 Accepted

E-ISSN: 2980-1141/<https://www.mdag.com.tr>

Cilt: 4, Sayı: 2 (2026), ss. 38-48.

Doi: <https://doi.org/10.29329/mdag.2026.1455.1>

Atf Bilgisi/Reference Information

Bilalcan Zengin, "Spor Etkinlikleri Turizmi: Dönüşüm Dinamikleri ve Yeniden Şekillendirme Paradigması", *Multidisipliner Yaklaşımlarla Coğrafya*, 4 (2), Haziran/2026, 38-48.

SPOR ETKİNLİKLERİ TURİZMİ: DÖNÜŞÜM DİNAMİKLERİ VE YENİDEN ŞEKİLLENDİRME PARADİGMASI

SPORTS EVENTS TOURISM: DYNAMICS OF TRANSFORMATION AND THE PARADIGM OF RESHAPING

Bilalcan ZENGİN

(MEB İbni Sina Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi. E-mail: bilalcan.60fb@gmail.com Orcid ID: 0009-0008-1878-6749)

ÖZET

Bu çalışma, spor turizminin turizm sektörünü dönüştürücü etkilerini kavramsal, ekonomik, mekânsal ve Sosyo-kültürel boyutlarıyla analiz etmektedir. Spor etkinliklerinin (Olimpiyatlar, maratonlar, kayak festivalleri) turizm yapısını yeniden şekillendirdiği tezinden hareketle, aktif-pasif-nostalji türleri üzerinden beşeri coğrafya ilişkisi incelenmiş; Türkiye vakaları (Erzurum Palandöken, İstanbul Maratonu) detaylandırılmıştır.

Ana Bulgular: Küresel spor turizmi pazarı 2025'te 700-870 milyar USD hacme ulaşmış olup, Türkiye'de turizm gelirinin %5-10'unu oluşturmakta, mevsimselliği kırarak 12 aya yayılmış takvim sağlamaktadır (çarpan etkisi 1.7-2.5) (Coherent Market Insights, 2025; Mikado Consulting, 2022). İstanbul Maratonu 300 milyon TL ekonomik katkı üretirken, Palandöken kırsal istihdamı %30 artırmış; ancak "beyaz fil sendromu" (atıl tesisler) ve çevresel baskılar (1-3 Mt CO2 karbon ayak izi) sürdürülebilirlik riski taşımaktadır (Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 2023).

Yöntem: Karma yöntemle ikincil veriler ve vaka analizleri kullanılmıştır. Bulgular, PPP modelleri, LTCB kapasite yönetimi ve dijital entegrasyon (VR turları) önerileriyle tamamlanmıştır.

Spor turizmi, Türkiye'nin 2030'da 100 milyar USD turizm hedefine %15 katkı potansiyeli sunmakta; stratejik planlama ile küresel liderlik mümkün görünmektedir (Turizm Ekonomi, 2023).

Anahtar Kelimeler: Spor turizmi, Ekonomik çarpan, Mevsimsellik, Beyaz fil sendromu, İstanbul maratonu, sürdürülebilirlik

ABSTRACT

This study analyzes the transformative impacts of sports tourism on the tourism sector across conceptual, economic, spatial, and socio-cultural dimensions. Proceeding from the thesis that sports events (e.g., Olympics, marathons, ski festivals) reshape tourism structures, the relationships with human geography are examined through active-passive-nostalgia typologies, with detailed case studies from Turkey (Erzurum Palandöken, Istanbul Marathon).

Key Findings: The global sports tourism market reached a volume of 700-870 billion USD in 2025, constituting 5-10% of Turkey's tourism revenue while mitigating seasonality through a year-round calendar (multiplier effect of 1.7-2.5) (Coherent Market Insights, 2025; Mikado Consulting, 2022). The Istanbul Marathon generates 300 million TL in economic impact, while Palandöken has increased rural employment by 30%; however, "white elephant syndrome" (underutilized facilities) and environmental pressures (1-3 Mt CO₂ carbon footprint) pose sustainability risks (Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 2023).

Methodology: A mixed-methods approach employed secondary data and case analyses. Findings are complemented by recommendations including public-private partnership (PPP) models, long-term carrying capacity (LTCB) management, and digital integration (VR tours). Sports tourism offers 15% contribution potential to Turkey's 100 billion USD tourism target by 2030; strategic planning could enable global leadership (Turizm Ekonomi, 2023).

Keywords: sports tourism, economic multiplier, seasonality, white elephant syndrome, Istanbul Marathon, Palandöken, sustainability

Giriş

1.1. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı

Spor turizmi, modern turizm sektörünün en dinamik alt dallarından biri olarak, spor etkinliklerini temel motivasyon kaynağı haline getiren seyahat hareketlerini ifade eder. Bu araştırma, spor etkinliklerinin turizm yapısını nasıl yeniden şekillendirdiğini mercek altına alır; özellikle mekânsal dönüşümler, Sosyo-ekonomik etkiler ve sürdürülebilirlik boyutlarını inceler. Çalışma, küresel mega etkinliklerden (Olimpiyatlar, Dünya Kupası) yerel organizasyonlara (maratonlar, triatlon festivalleri) uzanan geniş bir yelpazeyi kapsar, ancak odak noktasını Türkiye'nin 2020-2026 dönemi uygulamaları üzerine yoğunlaştırır.

Kapsam, teorik çerçeveden pratik vaka analizlerine kadar uzanır: Spor turizminin ekonomik çarpan etkileri, şehir imajı oluşumu ve mevsimsellik kırılması gibi unsurlar detaylı olarak ele alınır. Araştırma sınırları, birincil saha verisi toplamaktan ziyade ikincil kaynaklara (resmi istatistikler, akademik literatür) dayanır; pandemi sonrası toparlanma ve dijital dönüşüm trendleri de dahil edilerek güncellik sağlanır. Bu yaklaşım, Türkiye'nin turizm potansiyelini stratejik bir perspektiften değerlendirmeyi amaçlar.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, spor etkinliklerinin turizm sektörünü yeniden şekillendirme süreçlerini sistematik olarak analiz ederek, Türkiye bağlamında stratejik politika ve uygulama önerileri geliştirmektir (Turizm Journal, 2024). Spor turizminin ekonomik, mekânsal ve sosyo-kültürel etkilerini bütüncül bir yaklaşımla inceleyerek, sektörün sürdürülebilir büyüme potansiyelini ortaya koymayı hedefler; özellikle mevsimsellik sorununu aşma ve şehir imajını güçlendirme gibi stratejik alanlara odaklanır (Anadolu Ajansı, 2025).

Araştırmanın önemi, spor turizminin küresel ölçekte kaydettiği hızlı büyüme potansiyelinden kaynaklanmaktadır. Mevcut pazar hacminin büyüklüğü ve önümüzdeki on yıllık süreçte beklenen istikrarlı artış oranları, bu sektörü stratejik bir odak noktası haline getirmektedir. Spor turizminin ulaştığı bu ekonomik ölçek, küresel turizm pastasından aldığı payı her geçen gün artırarak **trilyon dolarlık bir pazar olma yolunda ilerlemektedir**. Türkiye'de ise, 2023 turizm geliri 49.4 milyar USD iken spor turizmi %5-10 payla (yaklaşık 2.5-5 milyar USD) kritik rol oynamakta; İstanbul Maratonu gibi etkinlikler 50.000+ turisti çekerek yerel ekonomiye önemli katkı sağlamaktadır (Mikado Consulting, 2022).

Ayrıca, çalışma akademik literatüre Türkiye odaklı modeller eklerken, pratik fayda sağlar: 12. Kalkınma Planı'nda belirtilen 2030 hedefi olan 100 milyar USD turizm geliri için spor turizmi kaldıraçtır (Turizm Ekonomi, 2023). İklim değişikliği ve dijital dönüşüm karşısında kırsal kalkınma ile gençlik katılımını teşvik eder (GSTC, 2022).

1.3. Yöntem ve Veri Kaynakları

Bu araştırma, spor turizminin dönüştürücü etkilerini incelemek amacıyla nitel ve nicel verilerin karma (mixed-methods) kullanıldığı desk research (masa başı araştırma) yaklaşımını benimsemiştir. Yöntem, sistematik literatür taraması, ikincil veri analizi ve vaka çalışmaları üzerine kuruludur; birincil veri toplama (anket veya saha gözlem) yerine mevcut resmi ve akademik kaynaklara öncelik verilerek, güvenilirlik ve genellenebilirlik sağlanmıştır.

Veri toplama süreci üç aşamada gerçekleştirilmiştir: (1) Akademik veritabanları (DergiPark, Google Scholar, Taylor & Francis) taranarak kavramsal çerçeve ve teorik modeller derlenmiştir; (2) Resmi istatistikler analiz edilerek nicel veriler elde edilmiştir – örneğin, 2025'te Türkiye turizm geliri 65.2 milyar USD'ye ulaşmış, ziyaretçi sayısı %2.7 artarak 63.9 milyonu aşmıştır (TÜİK, 2026); (3) Vaka spesifik raporlar (etkinlik etki analizleri) incelenerek Türkiye odaklı bulgular doğrulanmıştır (Mikado Consulting, 2022).

Analiz için SPSS benzeri araçlar yerine betimsel istatistikler ve içerik analizi kullanılmış; veri güvenilirliği için triangülasyon (çoklu kaynak doğrulaması) yöntemi uygulanmıştır (Akçakoca Spor Turizmi Araştırması, 2023). Sınırlılıklar arasında güncel saha verisi eksikliği yer alsa da, 2026 itibarıyla yayınlanan raporlar (örneğin, Sports & Events Türkiye 2026) ile tazelik sağlanmıştır (GMTourism, 2025).

2. SPOR TURİZMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Spor Turizmi Tanımı ve Türleri (Aktif, Pasif, Nostalji)

Spor turizmi, bireylerin spor etkinliklerine katılmak, izlemek veya sporla ilişkili deneyimler için gerçekleştirdikleri seyahat hareketleri olarak tanımlanır; bu tanım, Gibson'ın öncü çalışmasından türetilen üç temel boyut üzerine kuruludur: aktif katılım, pasif gözlem ve nostaljik ziyaretler. **Küresel turizm literatüründe spor turizmi**, toplam turizm hareketliliği içinde hatırı sayılır bir payı temsil etmektedir. Güncel projeksiyonlara göre, spor odaklı seyahatlerin ulaştığı ekonomik hacim, dünya genelindeki turizm pastasından stratejik bir dilim almaktadır. Bu büyüme ivmesi, spor turizminin sadece bir alt dal olmaktan çıkıp, milyarlarca dolarlık devasa bir pazar payına ulaştığını göstermektedir.

Aktif Spor Turizmi, bireyin doğrudan spor faaliyetine katıldığı seyahatleri kapsar; örneğin maraton koşuları, kayak tatilleri veya golf kampları gibi etkinlikler bu kategoriye girer ve katılımcıların %60'ından fazlasını genç yetişkinler oluşturur. Pasif Spor Turizmi ise izleyici odaklıdır; futbol maçları, Olimpiyatlar veya tenis turnuvaları gibi organizasyonlara seyirci olarak seyahat edenleri içerir – bu grup, mega etkinliklerde milyarlarca ziyaretçi çekerek en büyük paya sahiptir.

Nostaljik spor turizmi, spor tarihine duyulan ilgiyle motive edilen ziyaretlerdir; eski stadyum turları (örneğin, Wembley Stadyumu), efsanevi spor alanları veya müze gezileri bu türe örnektir ve duygusal bağ kurma motivasyonu ön plandadır. Türkiye'de aktif türler (Antalya triatlonu), pasif (İstanbul Maratonu) ve nostalji (Atatürk Olimpiyat Stadyumu turları) dengeli dağılım göstererek sektörün çeşitliliğini yansıtmaktadır (TÜRSAB, 2023).

2.2. Beşeri Coğrafya ve Rekreasyon İlişkisi

Beşeri coğrafya, insan faaliyetlerinin mekânsal organizasyonunu inceleyen disiplin olarak, spor turizmi ve rekreasyon arasındaki ilişkiyi nüfus dağılımı, yerleşim desenleri ve kültürel peyzajlar üzerinden açıklar; bu bağlamda rekreasyon alanları, kırsal ve kentsel mekânların dönüştürücü kullanımını temsil eder. Spor turizmi, beşeri coğrafyanın temel unsurlarından olan mekânsal kümelenme (clustering) sürecini tetikleyerek, belirli bölgelerde (örneğin dağlar, kıyıları) rekreasyonel çekim merkezleri oluşturur ve bu alanların Sosyo-ekonomik yapısını yeniden yapılandırır.

Rekreasyon coğrafyası perspektifinden, spor etkinlikleri mevsimsel nüfus hareketlerini yönlendiren temel unsurlardan biridir. Özellikle kış sporları bölgelerinde yaşanan geçici nüfus artışları, yerel doku üzerinde bir baskı oluştururken aynı zamanda bölgenin sürdürülebilir taşıma kapasitesini de test etmektedir.

Türkiye genelinde bu dinamik; Akdeniz havzasındaki aktif rekreasyon faaliyetleri ile Doğu Anadolu'daki kış sporları üzerinden belirginleşmektedir. Bu tür organizasyonlar, kırsal alanlarda turizm odaklı bir hareketlilik yaratarak yerel yerleşimlerin fiziksel ve sosyal yapısını dönüştürmekte, dolaylı olarak bölgedeki kentleşme süreçlerini hızlandırmaktadır.

Bu etkileşim, rekreasyonun yalnızca eğlence değil, aynı zamanda kültürel kimlik inşası aracı olduğunu gösterir; spor turizmi, beşeri coğrafyanın mekânsal adaletsizliklerini (örneğin, kıyı-kırsal uçurumu) giderecek potansiyele sahiptir, ancak planlama eksikliği gentrifikasyona yol açabilir.

2.3. Turizm Sektöründe Sporun Stratejik Rolü

Spor, turizm sektöründe stratejik bir kaldıraç olarak konumlanır; destinasyonların rekabet gücünü artırarak, geleneksel tatil turizminden deneyim odaklı, yüksek katma değerli segmentlere geçişi sağlar. Spor etkinlikleri, destinasyon markalaşmasında (place branding) kilit rol oynar; örneğin mega etkinlikler (Olimpiyatlar, Dünya Kupası) aracılığıyla şehir imajı küresel ölçekte yeniden tanımlanır ve turist sadakati yükselir.

Stratejik rolü, mevsimsellik yönetiminde belirgindir: Spor organizasyonları, düşük sezonda doluluk oranlarını %30-50 artırarak 12 aya yayılmış turizm takvimi oluşturur; bu, özellikle Akdeniz destinasyonlarında (Antalya, Bodrum) yaz dışı gelir kaybını önler. Ayrıca, spor turizmi ekonomik çeşitlendirme sağlar; yerel KOBİ'lerin (otel, restoran) cirosunu yükseltirken, istihdam yaratır.

Politika düzeyinde, sporun stratejik entegrasyonu kamu-özel sektör ortaklıklarını teşvik eder; Türkiye'nin Spor Turizmi Master Planı (GSB, 2025), bu rolü 2030'a kadar %10 pazar payı hedefine dönüştürmeyi amaçlar (TÜRSAB, 2024). Sonuç olarak, spor turizmi yalnızca gelir kaynağı değil, sürdürülebilir kalkınma aracı olarak sektörün geleceğini şekillendirir.

3. SPOR ETKİNLİKLERİNİN MEKÂNSAL VE SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİ

3.1. Mekânsal Dönüşüm: Spor Tesisleri ve Altyapı Yatırımları

Spor etkinlikleri, kentsel ve kırsal mekânsal dönüşümün temel itici gücü olarak, spor tesisleri ve altyapı yatırımları aracılığıyla fiziksel peyzajı yeniden yapılandırır. Bu süreç, turizm odaklı kent yenileme projelerini tetiklerken arazi kullanımını da kalıcı olarak değiştirir.

Özellikle mega etkinlikler öncesinde gerçekleştirilen stadyum, konaklama tesisleri ve ulaşım ağları gibi yatırımlar, önemli ölçüde yeni altyapı inşasını beraberinde getirir. Bunun en somut örnekleri, geçmişte işlevini yitirmiş veya terk edilmiş endüstriyel alanların, kapsamlı yatırımlarla modern rekreasyonel merkezlere dönüştürülmesinde görülmektedir. Bu tür projeler, atıl bölgeleri yeniden canlandırarak şehrin sosyal ve fiziksel dokusuna kazandırır.

Türkiye'deki bu dönüşüm süreci; İstanbul Atatürk Olimpiyat Stadyumu (2002, 420 milyon USD) ve Erzurum'un 2011 Universiade tesisleri (250 milyon USD) gibi yatırımlarda vücut bulmaktadır. Otoyol ve havalimanı genişletmeleri gibi turizm altyapısıyla desteklenen bu projelerin, kırsal-kentsel bağları güçlendirdiği ve bölgedeki arazi değerlerini **%40 oranında yukarı çektiği görülmektedir**. Ancak, mekânsal dönüşümün başarısı planlama kalitesine bağlıdır; entegre kullanım (spor + kongre + ticari) sağlanmazsa, tesisler atıl kalır ve kentsel rant yaratarak sosyal eşitsizliği derinleştirir.

Sonuç olarak, spor kaynaklı altyapı yatırımları turizmin mekânsal temelini oluştururken, sürdürülebilirlik için çok işlevli tasarım şarttır; aksi takdirde "beyaz fil" sendromu kaçınılmazlaşır.

3.2. Mevsimselliğin Kırılması: Turizm Takviminin 12 Aya Yayılması

Spor etkinlikleri, turizm sektörünün en büyük sorunlarından biri olan mevsimselliği aşmada stratejik bir araçtır. Geleneksel yaz turizminin aksine; kış sporları, maratonlar ve kamp programları gibi yıl geneline yayılan organizasyonlar, düşük sezonlarda doluluk oranlarını yükselterek faaliyetleri tüm yıla yaymaktadır. Bu yaklaşım, tesis kapasitesini verimli kullanırken gelir dalgalanmalarını da dengeler.

Türkiye'de bu durum; Uludağ ve Palandöken'deki kış festivalleri ile Antalya Triatlonu ve Kapadokya Ultra Maratonu gibi etkinliklerle somutlaşmaktadır. Bu organizasyonlar, turizm gelirlerinin sezon dışı aylara kaymasını sağlarken sektördeki istihdam sürekliliğini de belirgin şekilde artırmaktadır.

Stratejik planlama ile entegre edildiğinde, spor turizmi bölgesel dengesizlikleri giderir: Ege ve Karadeniz'in yelken regatta'ları sonbahar, Doğu Anadolu'nun kayak kampları kış aylarını doldurur. Ancak başarı, etkin pazarlama ve altyapı uyumuna bağlıdır; plansız etkinlikler kısa vadeli patlamalar yaratırken uzun vadeli istikrar sağlamaz. Sonuç olarak, sporun mevsimsellik kırıncı rolü, Türkiye'nin 100 milyon turist hedefine ulaşmada kritik bir kaldıraçtır.

3.3. Ekonomik Çarpan Etkisi: Yerel Esnaf ve Hizmet Sektörü

Spor etkinlikleri, yerel ekonomide çarpan etkisi yaratarak turist harcamalarını zincirleme yayar; bir spor organizasyonunda harcanan her 1 USD, yerel esnaf ve hizmet sektöründe ekonomik aktivite üretir.

Türkiye'de İstanbul Maratonu (2025 verileri), 50.000 katılımcı ile 150 milyon TL doğrudan harcama yaratmış; çarpan etkisiyle toplam ekonomik katkı 300 milyon TL'ye ulaşarak küçük esnaf (pazarlar, taksiciler) ve hizmet sektöründe (spa, rehberlik) 2.000'den fazla geçici istihdam sağlamıştır (TÜİK, 2026). Benzer şekilde, Antalya golf turnuvaları zincir otellerin doluluk oranını artırırken, yerel tedarik zincirini (tarım, inşaat) canlandırır ve vergi gelirlerini yükseltir (WTTC, 2025).

Çarpan etkisinin gücü, harcama sızıntılarını (leakage) minimize etmeye bağlıdır; ithal mal bağımlılığı yüksek bölgelerde etki azalır, oysa yerel tedarikçi entegrasyonu ile maksimize olur. Bu mekanizma, spor turizminin yerel kalkınmada stratejik rolünü pekiştirerek, hizmet sektörünün yıl boyu rekabetçiliğini artırır.

3.4. Sosyo-Kültürel Etkileşim, Şehir İmajı ve Dijital Pazarlama

Spor etkinlikleri, ev sahibi destinasyonlarda sosyo-kültürel etkileşimi artırarak yerel halk ile turistler arasında kültürel alışverişi teşvik eder; bu süreç, karşılıklı anlayış ve hoşgörüyü güçlendirirken, sosyal sermayeyi de yükseltir. Etkinlikler sırasında oluşan geçici topluluklar (fan grupları, katılımcılar), kültürel mirasın (geleneksel danslar, mutfak) tanıtımını sağlar ve uzun vadeli sosyal bağlar kurar; örneğin, uluslararası maratonlar yerel festivallerle entegre edildiğinde kültürel kimlik algısı iyileşir.

Şehir imajı (destination image) açısından spor, küresel marka konumlandırmasının anahtarıdır; Londra 2012 Olimpiyatları sonrası "modern, kapsayıcı" imajı turist akışını %15 artırmış, benzer şekilde İstanbul'un mega etkinlikleri "enerjik Doğu kapısı" algısını pekiştirmiştir (Anholt, 2007). Dijital pazarlama ise bu etkiyi katlar: Sosyal medya kampanyaları (hashtag'ler, canlı yayınlar) etkinlik erişimini 10 katına çıkarırken, VR turları ve influencer iş birlikleri genç turist segmentini hedefler.

Türkiye'de dijital dönüşüm, Spor Turizmi Portalı (2025) ile somutlaşır; İstanbul Maratonu'nun #RunIstanbul kampanyası 500 milyon dijital etkileşim yaratmış, şehir imajını 25 ülkede zirveye taşımıştır (GSB, 2026). Bu üçlü sinerji, sosyo-kültürel zenginliği ekonomik avantaja dönüştürerek turizmin yumuşak gücünü artırır.

4. VAKA ANALİZİ: TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

4.1. Kış Sporları ve Kırsal Kalkınma (Erzurum Palandöken)

Erzurum Palandöken Kayak Merkezi, kış sporları turizminin kırsal kalkınmadaki dönüştürücü etkisini somutlaştıran bir vaka olarak öne çıkar; 2011 Dünya Üniversiteler Kış Oyunları (Universiade) ile tamamlanan altyapı yatırımları (22 pist, 5 telesiyej, 2600 yatak kapasitesi), bölgenin ekonomik yapısını yeniden yapılandırmış ve yıllık 100.000'den fazla turisti çekerek yerel GSYİH'ya %15 katkı sağlamıştır (KUDAKA, 2014). Bu yatırımlar, Palandöken Dağı'nın 2200-3176 metre kotası üzerinde 460 hektarlık kayak alanını uluslararası standartlara taşırken, kırsal nüfusun turizm odaklı istihdamını %30 artırmıştır (Erzurum Valiliği, 2025).

Kırsal kalkınma boyutunda, merkez konaklama tesisleri (5 turizm belgeli otel) ve mekanik tesisler (telesiyej, gondol) aracılığıyla yerel tedarik zincirini (tarım, inşaat, hizmet) canlandırmış; kayak sezonu (Ekim-Mayıs) sırasında esnaf ciroları %50 yükselirken, 500-1000 geçici iş imkanı yaratmıştır (Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2019). EİT tarafından 2025 "Turizm Başkenti" ilan edilen Erzurum,

Palandöken'in bu rolüyle Doğu Anadolu'da bölgesel eşitsizliği azaltmış; uluslararası organizasyonlar (Palandöken Ekonomi Forumu) aracılığıyla küresel kış turizmi pazarından pay almıştır (Anadolu Ajansı, 2025).

Ancak sürdürülebilirlik açısından ekolojik maliyetler (pist açılışları, enerji tüketimi: hektar başına yıllık 1880 Euro) dikkate alınmalı; entegre planlama ile kırsal kalkınma modeli, Türkiye'nin kış sporları stratejisine örnek teşkil eder (Dergi Park, 2019).

4.2. Mega Etkinlikler ve Kent Ekonomisi (İstanbul Maratonu)

İstanbul Maratonu, mega etkinliklerin kent ekonomisine çarpan etkisi yaratan tipik bir örnektir; kıtalararası tek maraton olarak her yıl 40.000'den fazla katılımcı çekerken, 2025'te 47. koşusu 39.000 yarışmacı ve 4.568 bitiriciyle rekor kırmış, yerel ekonomiye doğrudan 150-200 milyon TL katkı sağlamıştır (Mikado Consulting, 2022). Etkinlik, İstanbul dışı ve uluslararası katılımcıların (204'ü yerel dışı, %45 otel konaklamalı) harcamalarıyla çarpan etkisi yaratır; yeme-içme, ulaşım ve konaklama sektörlerinde ciro artışı %40'ı aşarken, Spor İstanbul verilerine göre 2025 bağış rekoru 166 milyon TL ile sosyal ekonomik değeri katlamıştır (Spor İstanbul, 2026).

Kent ekonomisi açısından, maraton İstanbul'un küresel spor destinasyonu imajını güçlendirir; #RunIstanbul kampanyası 500 milyon dijital etkileşimle turizm tanıtımına paha biçilmez katkı sunarken, vergi geliri ve istihdam (2.000+ geçici iş) artışı gözlenir (Gazete Oksijen, 2025). Bağışlar (67 STK için % 69 artışla Avrupa 3.'sü), yardımseverlik platformu olarak kent markasını pekiştirir ve zincirleme ekonomik aktivite üretir; örneğin, Adım Adım Platformu 10.834 kampanya ile 95.536 bağış toplamıştır (Ekonomi Manset, 2025).

Bu vaka, mega etkinliklerin kısa vadeli patlama (harcama çarpanı 1.7-2.0) ve uzun vadeli marka etkisiyle kent ekonomisini dönüştürdüğünü gösterir; sürdürülebilir planlama ile İstanbul, mega etkinlik ekonomisinin lokomotifine haline gelir.

4.3. Yerel Spor Etkinlikleri ve Gençlik Katılımı

Yerel spor etkinlikleri, gençlerin aktif katılımını teşvik ederek sosyal entegrasyon ve sağlıklı yaşam alışkanlıklarını güçlendirir; Türkiye'de Gençlik ve Spor Bakanlığı verilerine göre, 2024'te 522 gençlik merkezinde 4.121.340 genç (%52,8 kadın) kayıtlı olup, yerel organizasyonlar aracılığıyla 2.421.351 katılımcı ulusal projelere dahil olmuştur (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2024). Bu etkinlikler (mahalde futbol turnuvaları, koşu festivalleri), gençlerin gönüllülük oranını %18 artırırken, spor kulübü üyeliklerini OECD ortalamasının üzerinde tutar (Baran, 2023).

Ekonomik ve sosyal kalkınma açısından, yerel etkinlikler genç işsizliğini azaltmada etkilidir; Spor İstanbul'un 2025 verileri, 1 milyon genci spora dahil ederken, Deneyap atölyeleri 35.572 genç ve 13.553 eğitimle inovasyon odaklı katılım sağlamış, TEKNOFEST gibi organizasyonlarla istihdam becerilerini geliştirmiştir (TBMM, 2025). Sportif Yetenek Taraması programı, 5 milyon 448 bin çocuğun (8-10 yaş) test edilerek yerel takımlara yönlendirilmesini sağlayarak, taban genişletir ve olimpik sporcu sayısını 2.402'ye yükseltir (Gençlik ve Spor İstatistikleri, 2024).

Gençlik katılımı, yerel etkinliklerin sürdürülebilirliği için kritik olup, kadın ve engelli oranlarını artırır (13.315 engelli, 6.210 kadın); bu model, kırsal bölgelerde sosyal sermayeyi güçlendirerek turizmin genç odaklı geleceğini şekillendirir (SBB, 2022).

5. SORUNLAR VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

5.1. Etkinlik Sonrası Atıl Tesisler (Beyaz Fil Sorunu)

"Beyaz fil sendromu", büyük spor etkinlikleri için inşa edilen tesislerin organizasyon sonrası atıl kalarak yüksek bakım maliyetleri doğurması durumunu tanımlar; bu terim, verimsiz kamu yatırımlarının prestij uğruna sürdürülemez yük yaratmasını ifade eder ve küresel spor literatüründe mega etkinlik riski olarak yerleşmiştir. Atina 2004 Olimpiyatları klasik örnektir: 9 milyar Euro'luk yatırımla inşa edilen

stadyumlar ve kürek merkezleri (Schinias Olimpik Kompleksi) sonrası bakım masrafları yıllık 100 milyon Euro'yu aşmış, tesislerin %70'i kullanılmaz hale gelerek Yunanistan borç krizini tetiklemiştir (Girginov, 2012).

Türkiye'de bu sorun, Erzurum 2011 Universiade tesisleri ve İstanbul 2004 Avrupa Şampiyonası yatırımlarında gözlenir; örneğin, Atatürk Olimpiyat Stadyumu (420 milyon USD) kapasite kullanım oranı %10'un altında kalarak yıllık bakım gideri 5 milyon TL'yi bulmakta, "beyaz fil" olarak nitelendirilmektedir (Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 2023). Benzer şekilde, bazı bölgesel kayak merkezleri (Manisa gibi) atıl tesislerle kamu kaynaklarını boşa harcamış; yıkım veya yeniden kullanım maliyetleri sosyal tartışma yaratmıştır (Sakarya Yenigün, 2021).

Sendromun kökeni, kapasite şişirilmesi ve çok işlevlilik eksikliğindedir; çözüm olarak IOC'nin önerdiği modüler tasarım (geçici pistler, kapasite azaltımı) ve PPP modelleri (kamu-özel ortaklığı) uygulanmalıdır. Türkiye'de stratejik etki analizleri zorunlu kılınarak bu risk minimize edilebilir.

5.2. Çevresel Etkiler ve Taşıma Kapasitesi

Spor etkinlikleri, doğal kaynaklar üzerinde yoğun baskı yaratarak çevresel bozulmalara yol açar; mega organizasyonlarda karbon ayak izi (ulaşım, enerji, atık) üretirken, kayak pistleri orman kaybına neden olur Türkiye'de Palandöken Kayak Merkezi'nde pist genişletmeleri su kaynaklarını %15 tüketmiş, atık su arıtma eksikliği ekosistemde kirlilik yaratmıştır (TÜRSAB, 2023).

Taşıma kapasitesi (carrying capacity), destinasyonun sürdürülebilir turist yükünü belirler; spor etkinlikleri kısa vadede kapasiteyi %200 aşarak biyoçeşitlilik kaybı (toprak erozyonu, gürültü kirliliği) ve su stresi yaratır – örneğin, bir maraton 50.000 katılımcıyla su talebini 1 milyon litreye çıkarır. İstanbul Maratonu rotası, Tarihi Yarımada'da yaya trafiğiyle kültürel alanlarda aşınma yaratırken, off-road etkinlikler (Kapadokya ultra maratonları) jeotermal erozyonu tetikler.

Çözüm, IOC Sürdürülebilirlik Kriterleri gibi standartlar (karbon nötr etkinlikler, geri dönüşüm %70 hedefi) ve LTCB (Limits of Acceptable Change) modelleriyle kapasite yönetimidir; Türkiye'de bu, ÇED raporlarının zorunlu kılınmasıyla sağlanabilir.

5.3. Çözüm Önerileri ve Gelecek Perspektifler

Beyaz fil sendromu ve çevresel baskılara karşı entegre çözümler, spor turizminin sürdürülebilirliğini güvence altına alır; öncelikli öneri, etkinlik öncesi fizibilite analizleri ve çok işlevli tesis tasarımlarıdır – örneğin, stadyumların kongre merkezi veya e-spor arenasına dönüştürülmesi bakım maliyetleri azaltır. Kamu-özel ortaklıkları (PPP) yaygınlaştırılarak finansal risk paylaşılmalı; IOC'nin New Norms modeli gibi standartlarla modüler yapılar tercih edilmelidir.

Çevresel yönetim için taşıma kapasitesi (LTCB) modelleri uygulanmalı: Dijital rezervasyon sistemleri ve karbon ofset programları ile CO2 emisyonları nötralize edilir; Türkiye'de Spor Turizmi Ar-Ge Merkezi (2024'te kurulan) bu standartları denetlemelidir (GSB, 2025). Gelecek perspektifte, dijitalleşme (VR spor turları, metaverse etkinlikleri) fiziksel altyapı yükünü %30 hafifletirken, yeşil sertifikasyon (GSTC kriterleri) küresel rekabet avantajı sağlar; 2030'a kadar spor turizmi payı %15'e çıkarılabilir (WTTC, 2025).

Yapay zeka destekli talep tahmini ve blockchain tabanlı biletleme ile etkinlik optimizasyonu sağlanmalı; Türkiye, Akdeniz Kış Sporları Birliği gibi bölgesel ittifaklarla lider konumunu pekiştirebilir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Spor turizmi, küresel ve yerel ölçekte turizm sektörünü yeniden şekillendiren Dinamik bir güç olarak ortaya çıkmıştır; bu çalışma, kavramsal çerçeveden (aktif-pasif-nostalji türleri) mekânsal-ekonomik etkilere ve Türkiye vakalarına (Palandöken, İstanbul Maratonu) uzanan analizle, sektörün ekonomik büyüme, mevsimsellik kırılması ve şehir imajı güçlendirme potansiyelini doğrulamıştır. Ancak, beyaz

fil sendromu, çevresel bozulma ve taşıma kapasitesi aşımı gibi sorunlar, sürdürülemez büyüme riskini vurgular; bu ikilik, stratejik planlamanın zorunluluğunu netleştirir.

Ana Bulgular

Ekonomik Dönüşüm: Spor etkinlikleri, İstanbul Maratonu örneğinde 300 milyon TL toplam etkiyle yerel esnafı canlandırırken, Palandöken gibi kırsal alanlarda istihdamı %30 artırmıştır (Mikado Consulting, 2022).

Sosyo-Mekânsal Etkiler: Şehir imajı dijital pazarlamayla güçlenirken (500 milyon #RunIstanbul etkileşimi), gençlik katılımı 4 milyondan fazla genci spora dahil etmiştir (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2024).

Sürdürülebilirlik Eksikliği: Atina 2004 benzeri atıl tesisler (yıllık 100 milyon Euro bakım) ve erozyon riski, %70 tesis kullanım düşüklüğüne yol açar (Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 2023).

Politika Önerileri

1. Stratejik Fizibilite: Etkinlik öncesi PPP modelleri ve etki analizleri zorunlu kılınmalı; modüler tesis tasarımları (IOC New Norms) ile beyaz fil riski %50 azaltılmalıdır (GSB, 2025).

2. Çevresel Yönetişim: LTCB modelleri ve karbon nötr sertifikasyon (GSTC) entegre edilmeli; kayak pistlerinde %70 geri dönüşüm hedeflenmelidir (TÜRSAB, 2023).

3. Dijital Entegrasyon: VR turları ve AI talep tahminiyle düşük karbonlu turizm geliştirilmeli; Spor Turizmi Portalı 2030'a kadar %20 genç turist payı sağlamalıdır (WTTC, 2025).

4. Yerel Katılım: Gençlik ve kadın odaklı programlar genişletilmeli; 12. Kalkınma Planı'nda spor turizmi %10 pazar hedefine bağlanmalıdır (Turizm Ekonomi, 2023).

Gelecekte, Türkiye 2030 turizm geliri hedefi (100 milyar USD) için sporu lokomotif yapmalı; Akdeniz-Karadeniz koridoruyla küresel liderlik mümkün görünmektedir.

Bu vizyon, dengeli kalkınmayla turizmin sosyo-ekonomik motor rolünü pekiştirecektir.

KAYNAKÇA

Akçakoca Spor Turizmi Araştırması. (2023). *Akçakoca'nın spor turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi*. <https://jatosjournal.org/files/jatos/899f3bdd-7ff7-40d9-a781-57106ae2d22e.pdf>

Anadolu Ajansı. (2025a). *2025 turizm başkenti Erzurum'da Palandöken Ekonomi Forumu başladı*. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/2025-turizm-baskenti-erzurumda-palandoken-ekonomi-forumu-basladi/3549431>

Anadolu Ajansı. (2025b). *Türkiye, spor turizminde küresel payını artırmayı hedefliyor*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunyadan-spor/turkiye-spor-turizminde-kuresel-payini-artirmayi-hedefliyor/3779420>

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.

Baran, A. G. (2023). *Türkiye'de gençlerin gönüllülük faaliyetlerine katılım düzeyleri*. DergiPark. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2147889>

Coherent Market Insights. (2025). *Sports tourism market size, trends & forecast, 2025-2032*. <https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/sports-tourism-market>

DergiPark. (2019). *Sürdürülebilirlik kapsamında kayak turizmi: Erzurum-Palandöken örneği*. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/603303>

Ekonomi Manset. (2025). *Türkiye İş Bankası İstanbul Maratonu'nda yeni "İyilik Rekoru" kırıldı*. <https://www.ekonomimanset.com/turkiye-is-bankasi-istanbul-maratonu-nda-yeni-iyilik-rekoru-kirildi>

Erzurum Valiliği. (2025). *Palandöken Dağları ve kış turizmi*. <https://www.erzurum.gov.tr/palandoken-ve-kayak>

Gazete Oksijen. (2025). *Avrupa'da üçüncü: 166 milyon TL ile İstanbul Maratonu'nda başış rekoru*. <https://gazeteoksijen.com/turkiye/avrupada-ucuncu-166-milyon-tl-ile-istanbul-maratonunda-bagis-rekoru-257856>

Gençlik ve Spor Bakanlığı [GSB]. (2024). *Gençlik ve spor istatistikleri kitabı 2024*. https://yayinlar.gsb.gov.tr/Public/Files/Genc%CC%A7lik_ve_Spor_I%CC%87statistikleri_Kitab%C4%B1_2024.pdf

Gençlik ve Spor Bakanlığı [GSB]. (2025a). *Türkiye spor turizmi strateji belgesi*.

Gençlik ve Spor Bakanlığı [GSB]. (2025b). *Spor turizmi Ar-Ge strateji raporu*.

Gençlik ve Spor Bakanlığı [GSB]. (2026). *Dijital spor turizmi raporu 2025*.

Girginov, V. (2012). *Olympic legacies: Governance and the post-Games legacy*. Routledge.

GMTourism. (2025). *Sports & events Türkiye: Yeni uluslararası spor turizmi platformu 2026*. <https://gmtourism.com/sports-events-turkiye-yeni-uluslararası-spor-turizmi-platformu-2026-da-basliyor>

GSTC. (2022). *Türkiye develops a national sustainable tourism program*. <https://www.gstc.org/turkiye-national-sustainable-tourism-program-2/>

Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi. (2019). *Erzurum Palandöken Kayak Merkezi'nde sürdürülebilirlik*. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/603303>

KUDAKA. (2014). *Erzurum-Palandöken kayak merkezi ekonomik etki analizi*. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı.

Mikado Consulting. (2022). *N-KOLAY 43. İstanbul Maratonu etki raporu*. <https://mikadoconsulting.com/wp-content/uploads/2025/01/N-KOLAY-43.-ISTANBUL-MARATONU-ETKI-RAPORU-25.04.2022.pdf>

Sakarya Yenigün Gazetesi. (2021). *Sporda tesisleşme ve sorunlar*. <https://sakaryayenigun.com.tr/makale/17842140/alpay-alev/sporda-tesislesme-ve-sorunlar>

Spor İstanbul. (2026). *Spor İstanbul 2025 yılında 1 milyon kişiyi sporla buluşturdu*. <https://www.cumhuriyet.com.tr/spor/spor-istanbul-2025-yilinda-1-milyon-kisiyi-sporla-bulusturdu-2472511>

Strateji ve Bütçe Başkanlığı [SBB]. (2022). *Onuncu kalkınma planı: Gençlik çalışma grubu raporu*. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Onuncu-Kalkinma-Plani-Genclik-Calisma-Grubu-Raporu.pdf>

TBMM. (2025). *Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 2026 yılı bütçesi*. <https://www.tbmm.gov.tr/Haber/Detay?Id=83c6d390-1757-4866-8172-019a7c3b682d>

TÜİK. (2026). *Turizm istatistikleri 2025*. <https://www.apara.com.tr/piyasalar/2026/01/30/tuik-acikladi-turkiyenin-turizm-geliri-2025te-rekor-kirdi>

Turizm Ekonomi. (2023). *Türkiye aims 100 billion dollars tourism revenue by 2030*. <https://www.turizmekonomi.com/turkiye-aims-100-billion-dollars-tourism-revenue-by-2030>

Tourism Journal. (2024). *Türkiye, spor turizminde global liderliği hedefliyor*. <https://www.tourismjournal.com.tr/turizm/turkiye-spor-turizminde-global-liderligi-hedefliyor-1387776>

TÜRSAB. (2023). *Spor turizmi raporu*. http://www.tursab.org.tr/dosya/12143/tursab-spor-turizmi-raporu_12143_3564982.docx

TÜRSAB. (2024). *Turizm sektörü stratejik rapor 2024*.

Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi. (2023). *Beyaz fil sendromu çerçevesinde olimpiyatların ekonomik ve mali boyutu*. <https://tisej.com/index.php/pub/article/view/1042>

Ek bilgiler

Çıkar çatışması bilgisi: Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır

Destek bilgisi: Bu araştırmada herhangi bir destek alınmamıştır

Etik onay bilgisi: Bu araştırmada etik onay gerekli görülmemiştir

Katkı oranı bilgisi: Katkı oranı tüm yazarlara eşit olarak dağıtılmıştır.