

XVII. Akdeniz Oyunları Seyircilerinin GÜdüleri ve Algıladıkları Faydalar Üzerine Bir Çalışma

A Study on the Spectator Motivations and Perceived Benefits in the XVII Mediterranean Games

Doç. Dr. Medet YOLAL
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: myolal@anadolu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR
Mersin Üniversitesi, Erdemli Uygulamalı
Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu
E-posta: birdirs@mersin.edu.tr

Arş. Gör. Sıla KARACAOĞLU
Çukurova Üniversitesi
Karataş Turizm İşlet. ve Otel. Y.O.
E-posta: skaracaoglu@cu.edu.tr

Doç. Dr. Kemal BİRDİR
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: kemalbirdir@mersin.edu.tr

Öz

Spor turizmi tüm dünyada oldukça büyük bir pazar oluşturmaktadır ve önemli bir kaynak olarak ele alınmaktadır. Bu anlamda spor seyircilerinin güdülerinin bilinmesi hem spor yöneticileri hem de o spora ilişkin ürün ve hizmet pazarlayan kurum ve kuruluşlar açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmada 20-30 Haziran 2013 tarihlerinde Mersin'de gerçekleştirilen XVII. Akdeniz Oyunları seyircilerinin güdüleri ve Oyunların sosyo-ekonomik etkilerine ilişkin algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma bulgularına göre seyircilerin güdüleri *etkinlik atmosferi, yenilik, sosyalleşme* ve *kaçış* olarak belirlenmiştir. Katılımcılar aynı zamanda bu tür etkinliklerin toplumsal bağlılık ve toplumsal faydalar yarattığını, ekonomik faydalar sağladığını, ancak toplumsal maliyetlerinin de bulunduğunu düşünmektedirler. Çalışma sonuçlarına göre güdülenme boyutları ve sosyo-ekonomik etkilerin katılımcıların demografik özelliklerine göre küçük farklılıklar sergilediği saptanmıştır. Çalışmanın son bölümünde bulgular tartışılarak bu tür spor etkinliklerinin düzenlenmesi ve toplumun bu türden etkinliklere katılımının artırılması için öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Güdülenme, Algılanan Etkinlik Etkileri, Akdeniz Oyunları, Mersin.

Abstract

Sport tourism considered to be one of the emerging markets and a valuable resource for destinations. As such, it is vital to understand the motivations of the spectators and their perceptions towards the socio-economic benefits of sporting events. This study aims to analyze the motivations and perceived benefits of the spectators attending to XVII. Mediterranean Games organized in Mersin on 20-30 June 2013. The basic motivation of the spectators was found to be event atmosphere, novelty, socialization and escape. Further, it was found that the spectators are aware of the socio-economic benefits and costs of such sporting events. Finally, both the motivations and the perceptions of the benefits vary among the spectators according to their demographics. The study ends with a discussion of the results and suggestions on the organization of sporting events and increasing the community participation.

Keywords: Motivation, Perceived Impacts of Sporting Events, Mediterranean Games, Mersin.

1. Giriş

Tarihin en eski dönemlerinden beri hem kültürel hem de sosyal yaşamın önemli bir parçası olan spor oyunları, çoğunlukla bir şölen havası içerisinde gerçekleştirilmiş ve rekabete dayalı bu oyunlar eğlence amacıyla seyredilmiştir. Günümüz toplumlarında da spor müsabakaları bu işlevini korumaya devam etmiş, milyonlarca insanın yaşamında büyük ölçüde yer alan bir olgu, turizm sektörünün önemli bir pazar dilimi ve küresel ekonomiye büyük katkı sağlayan milyar dolarlık bir endüstri haline gelmiştir (Huggins, 2013: 107).

Son yıllarda turizmle ilişkisi gittikçe artan sportif aktivitelerin, dünya turizminde gelişme potansiyeli sağlayan önemli alanlardan biri haline geldiği görülmektedir (TÜRSAB, 2002). Dünya Kupası, Olimpiyatlar, Akdeniz Oyunları, Üniversite Spor Oyunları gibi kapsamlı ve uluslararası katılımlı organizasyonların düzenlenmesi, özellikle gelişmekte olan ülkelerin tanıtımı, o ülkelerde spor kültürünün gelişerek herkesin spora katılımı ve ülkelerin spor potansiyellerinin değerlendirilerek turizme sunulması açısından büyük önem taşımaktadır (Tamer, 2009: 13). Bütün bu saptamalar ışığında, sporun ve spor etkinliklerinin insanları turizme yönlendirme, turistik ürün çeşitliliği sağlama, turizm olayı içerisinde turistlerin doyuma ulaşmasına katkıda bulunma, turizm gelirlerini doğrudan ve dolaylı şekilde artırma gibi çok olumlu katkılarının bulunduğu görülmektedir (Hazar, 2007: 1). Öte yandan spor turizmi, turizm destinasyonları tarafından rekabet avantajı oluşturmak amacıyla bir pazarlama stratejisi olarak kullanılmaktadır (Francis ve Murphy, 2005: 73). Bu açıdan destinasyonlar, otel işletmeleri, seyahat acentaları ve organizasyon şirketleri ekonomik önemi gittikçe artan bu pazar diliminin istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde analiz etmeli ve talebe uygun ürünler sunmalıdır.

Bununla birlikte etkinliklerin de diğer turizm türlerinde olduğu gibi mal ve hizmetlerin fiyatlarının artması, alışveriş merkezleri ve sokaklarda kalabalıkların artması, trafik yoğunluğu, araç park yeri sıkıntısı gibi olumsuz etkilerinin olduğu da bir gerçektir. Benzer şekilde talebin artmasıyla birlikte spor etkinliklerinin yapıldığı bölgede kültürel, doğal, toplumsal ve fiziksel çevreye zarar verebileceği göz ardı edilmemelidir (Gürsoy ve Kendall, 2006; İçöz, Var ve İlhan, 2002). Bu tür etkiler hem yerel halk hem de ziyaretçiler açısından memnuniyetsizlikle sonuçlanabilir.

Spor turistleri ve spor seyircilerinin güdülleri ve büyük spor organizasyonlarının etkileri konusunda pek çok çalışma yapılmış olmasına karşın bu konuya ilişkin bilgi henüz istenilen düzeyde değildir. Seyirciler üzerine yapılacak çalışmaların sonuçları daha iyi etkinlik tasarımı, etkinliklerin başarısı ve istedik çıktılarının elde edilmesi açısından önemlidir. Bu nedenle bu çalışmada, Mersin'de 20-30 Haziran 2013 tarihlerinde gerçekleştirilen XVII. Akdeniz Oyunları'na katılan seyircilerin etkinliklere katılma nedenlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, söz konusu seyircilerin Akdeniz Oyunları programına yönelik değerlendirmeleri ve Akdeniz Oyunları'nın Mersin ve halkına yapabileceği sosyo-ekonomik etkilere yönelik düşünceleri de değerlendirmeye alınmıştır.

2. Literatür

Spor müsabakalarının yeryüzünün çeşitli coğrafyalarına dağılmış olması ve katılımcı ve seyircilerin spor müsabakalarına katılmak veya izlemek için gerçekleştirdikleri seyahatler, spor turizmi olgusunu yaratmıştır. Spor turizmi, küresel seyahat ve turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline gelmiş durumdadır (Ehsani,

2009: 11). Gibson'a göre (1998: 49) spor turizmi, "bireyleri geçici bir süre için fiziksel etkinliklere katılmak, fiziksel etkinlikleri seyretmek veya fiziksel etkinliklerle bağlantılı çekicilikleri ziyaret etmek için yaşadıkları yerlerden uzaklaştıran serbest zaman temelli seyahatlerdir". Ritchie ve Adair'e (2002: 2) göre spor turizmi, pasif (spor etkinlikleri, spor müzeleri vb.) veya etkin spor tatillerine (dalış, bisiklet, golf vb.) katılmak için seyahat etmeyi ve spor veya tatilin baskın seyahat nedeni olabileceği durumları içermektedir. Kurtzman ve Zauhar (2003) ise beş temel spor turizmi kategorisi olduğunu iddia etmektedir. Bu kategoriler; spor turizmi çekicilikleri, spor turizmi bölgeleri, spor turizmi kruvaziyerleri, spor turizmi turları ve spor turizmi etkinlikleri olarak sıralanmaktadır.

Gammon ve Robinson (1997: 14-15) turistleri seyahate teşvik eden güdüler itibariyle "spor turizmi" ve "turizm sporu" olarak iki ayrı kavram geliştirmiştir. "Spor turizmi" aktif veya pasif olarak profesyonel veya rekreasyonel amaçlı spor etkinliklerine katılan birey veya grupların kendi yaşadıkları çevreden başka destinasyonlara seyahat etmeleri ve/veya bu destinasyonlarda konaklamaları olayıdır. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi turist için temel seyahat güdüsü spor olmakla birlikte turistik unsurlar ikincil olarak seyahati teşvik edici bir rol üstlenebilmektedir. "Turizm sporu"nda ise turistlerin temel güdüsü ikamet ettiği yerden bir başka destinasyona seyahat etmek ve/veya bu destinasyonlarda konaklamaktır. Bu turizm türünde turist, ikincil bir faaliyet olarak aktif veya pasif spor etkinliklerine katılmaktadır. Özetle, spor turistler için birincil, ikincil ve hatta tali bir güdü unsuru olabilmektedir (Hinch ve Barre, 2005: 261).

Literatür incelendiğinde, 1980'lere kadar akademisyenlerin ağırlıklı olarak özel spor etkinliklerinin ekonomik yararı üzerinde durduğu görülmektedir. Son yıllarda bu alanda yapılan araştırmalarda ise özel spor etkinliklerinin ekonomik etkilerin yanı sıra ülke imajı, vatanserverlik ve vatandaşların ülkesiyle ve/veya şehriyle gurur duyması gibi sosyo-kültürel avantajlarının olduğu sonucuna da varılmıştır (Fourie ve Gallego, 2010: 2). Bununla birlikte, 1990'lı yılların ortalarından günümüze kadar başta Japonya, Kuzey Amerika, Avustralya ve Yeni Zelanda'da yapılan araştırmalar olmak üzere spor turizmi alanındaki araştırmalarda artış yaşandığı görülmektedir (Argan, 2004: 159).

2.1. Spor Turizmi Güdüleri

Son yıllarda, etkinlikler destinasyon pazarlamasında giderek artan bir olgu haline gelmiş (Getz, 1997; Hall, 1992) ve turistlerin bu etkinliklere katılma nedenleri bir çok araştırmaya konu olmuştur (Uysal, Gahan, ve Martin, 1993; Crompton ve McKay, 1997). Bu durumun en önemli sebebi Crompton ve McKay'in (1997: 426) alışmalarında işaret ettiği gibi turistleri güdüleyen unsurları bilmenin, işletmeler açısından daha iyi ürün ve hizmet üreterek müşteri memnuniyetini sağlamak ve turistlerin karar verme sürecini anlamak adına önemli olmasıdır.

Bütün endüstrilerdeki tüketicilerin davranışlarının ve tutumlarının nedenlerinin anlaşılmasında güdü olgusu en büyük yardımcıdır (Salman ve Giray, 2010: 89). Bu bağlamda, turist davranışlarının anlaşılması için güdüleme konusunun derinlemesine analizi gerekmektedir (Uysal ve Hagan, 1993: 798). Turizm araştırmalarında güdülenme çalışmalarının temel kaynağı Crompton'un (1979) alışmasıdır. Crompton yedi adet sosyo-psikolojik güdü ve iki adet kültürel güdü tanımlamıştır. Buna göre yedi adet sosyo-psikolojik güdü řu şekilde sıralanmaktadır: (1) Günlük rutin çevreden uzaklaşma (kaçış), (2) kendini keşfetme, (3) rahatlama, (4) itibar ve saygınlık

kazanma, (5) yeni ilişkiler kurma, (6) akraba/dostluk ilişkilerinin geliştirilmesi ve (7) toplumsal etkileşimdir. Yenilik arama ve eğitim ise kültürel güdülerini oluşturmaktadır. Bir diğer önemli güdülenme yaklaşımı ise Dann'ın (1981) çalışmasına dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre iki tür unsur vardır. Bunlar, (1) çekme ve (2) itme unsurlarıdır. Çekim unsurları dışsal unsurlardır ve kişide o çekiciliği görme, ziyaret etme arzusu yaratırlar. İtme unsurları ise içsel unsurlar olup kişinin psikolojisi ile ilgilidir ve kişide gezme, görme, seyahat etme gibi istekler yaratır. Bu iki yaklaşım, sonraki yıllarda pek çok çalışmaya zemin oluşturmuştur ve bu bağlamda farklı tüketici ve turist grupları üzerine birçok güdülenme çalışması yapılmıştır (Uysal, Gahan ve Martin, 1993; Scott, 1996; Lee, 2000; Uysal, Li ve Sırakaya, 2008).

Benzer şekilde spor turistlerinin ve/veya spor seyircilerinin güdülerini de önemli bir araştırma konusudur (Gammon ve Robinson, 1997; Gibson 1998; Hinch ve Higham, 2001; Florek, Breitbarth ve Conejo, 2008). Literatür incelendiğinde spor turistlerini güdüleyen iki unsurun bulunduğu görülmektedir. Birinci unsur spor müsabakalarını izlemek, ikinci unsur ise müsabakalara ev sahipliği yapan destinasyonu gezmektir. Kişi, bu güdü unsurlarından biri sebebiyle seyahat edebileceği gibi her iki unsurdan etkilenecek de seyahatini gerçekleştirebilir (Kurtzman ve Zauhar 1995; Gammon ve Robinson, 1997). Örnek vermek gerekirse; 2005 UEFA Şampiyonlar Ligi Finali'ni izlemek için İstanbul'a gelen turistler hem final maçını izlemek hem de İstanbul'a gelmişken şehri gezmek fırsatını değerlendirmek istemiş olabilirler. Florida Üniversitesi futbol takımı fanatikleri üzerinde yaptıkları çalışmada spor turistlerini güdüleyen temel unsurun müsabakalar olduğu saptanmıştır (Gibson, Willming, ve Holdnak 2003). 2006 yılında Dünya Kupası'nı seyretmek üzere Almanya'ya giden Yeni Zelandalı turistlerin güdülerini araştıran Florek ve diğ. (2008: 201), kupanın en önemli çekim nedenlerinden biri olduğunu belirlemiştir.

2.2. Spor Turizminin Etkileri

Bazı spor oyunları iki yıl arayla ve/veya dört yıl arayla ve dünyanın farklı yerlerinde düzenlendiklerinden, istenildiği her zaman izlenebilir olmaktan uzaktır. Neirotti, Bosetti ve Teed'in (2001) çalışmaları da bu görüşü destekler niteliktedir. 1996 Yaz Olimpiyatları'na katılan seyirciler üzerine yaptıkları çalışmada pek çok seyircinin etkinliklere sadece "seyrettim" diyebilmek ve yaşamlarında bir kez ele geçebilecek bir fırsattan yararlanmak için gittiklerini bulgulamışlardır. Bununla birlikte, araştırmaya katılanların %22,5'i yakın destinasyonlardaki geziler için de turlara katıldıklarını ifade etmiştir.

Türü ve nedeni ne olursa olsun, spor müsabakaları düzenlendiği ülke, kent veya bölgeye sosyo-ekonomik açıdan önemli katkılar sağlayan etkinliklerdir. Bu nedenledir ki kentler veya ülkeler mega-etkinlikler olarak isimlendirilebilecek Olimpiyat Oyunları veya FIFA Dünya Kupası gibi etkinliklere ev sahipliği yapabilmek için kıyasıya rekabet içerisinde (Barclay, 2009). Gold ve Gold'a (2008) göre, büyük organizasyonlar yüksek miktarda turizm geliri yaratmakla birlikte uluslararası medyanın odak noktasında yer alarak ev sahibi ülke veya kent adına önemli bir tanıtım işlevi görmektedir. Ayrıca, büyük spor organizasyonları çağdaş siyasal ekonomi açısından da önemli bir araç olarak kabul edilmektedirler (Cornelissen, 2008). Spor müsabakaları ve organizasyonları ülkelerin kendilerini yabancı yatırımcılara ve potansiyel turistlere tanıtmaları için de büyük olanaklar sunmaktadır. Öte yandan ülkenin gücünü, becerisini ve yetkinliğini göstermede spor müsabakalarının kazanılması da önemli sosyal ve psikolojik etkilere sahiptir. Örneğin, Cornelissen ve Maennig'e (2010) göre, 2006 yılında Almanya'da düzenlenen Dünya

Kupası'nın en önemli etkisi toplumun kendini iyi hissetmesidir. Birçok lke Dünya Kupası'nı kazanma veya Olimpiyatlar'da en çok altın madalya kazanmış olma başarıyla gururlanmaktadır. Bu türden büyük spor müsabakalarına ev sahipliği yapılmasının o toplum için önemli katkılarından biri de organizasyon için yapılan yatırımlarla ülkenin veya kentin yeni veya yenilenmiş tesislere kavuşmasıdır (Silvestre, 2009).

Futbol sezonunun Glasgow ekonomisine etkisini araştıran Alan, Dunlop ve Swales (2007) bu tür spor turizminin Glasgow için önemli bir katkı sağladığını bulgulamıştır. Bir diğer çalışmada ise Dünya Kupası sonrasında Kore'nin daha olumlu bir imaja sahip olduğu saptanmıştır (Kim ve Morrison, 2005). Güney Afrika Turizmi Aralık 2010 raporuna göre, bu ülkede 2010 yılında düzenlenen Dünya Kupası döneminde 309.554 yabancı turist maçlar için ülkeye giriş yaparak 3,6 milyar Güney Afrika Randı harcama yapmıştır (South African Tourism, 2013). Bununla beraber, Güney Afrika'nın turistik destinasyon olmasına ilişkin farkındalık düzeyi kupadan sonra %9 artmış, ülkeyi kısa bir süre sonra ziyaret etme niyeti de %35 olarak belirlenmiştir.

Öte yandan, büyük spor etkinliklerinin ev sahibi ülke ve/veya şehre sağladığı nitel ve nicel faydalarının yanı sıra yarattığı maliyetler açısından da eleştirildiği görülmektedir (Jones, 2001; Baade ve Matheson, 2004). rnek vermek gerekirse Japonya ve Güney Kore'nin birlikte ev sahipliği yaptığı 2002 FIFA Dünya Kupası için Güney Kore'de on yeni stadyum inşa edilmiş ve bu yapıların toplam maliyeti, yaklaşık olarak 2 milyar doları bulmuştur (Coates ve Matheson, 2011: 120). Benzer şekilde Japonya yedi yeni stadyum inşa etmiş ve ayrıca üç stadyumunu da onarmıştır. Japon hkmetinin bu etkinlikler için harcadığı toplam maliyetin en az 4 milyar dolar olduğu, hatta bu rakamın 5,6 milyar doları bulduğu bazı araştırmacılar tarafından iddia edilmiştir (Baade ve Matheson, 2004: 345). 2002 FIFA Dünya Kupası etkinliğinin turist sayısı ve harcaması açısından beklenen ekonomik faydayı sağlamadığı görülmüştür. Yapılan yatırımların spor etkinliğinden elde edilen turizm gelirinden çok daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Horne ve Manzenreiter, 2004: 197). Büyük spor etkinliklerindeki maliyet kalemlerinden bir başkası da güvenlik harcamalarıdır. 2004 Yaz Olimpiyatları'nda Yunanistan'ın sadece güvenlik tedbiri için (yüksek çözünürlüklü kameralar, güvenlik sistemleri, güvenlik görevlileri vb.) yaptığı harcamanın 1,5 milyar dolar olduğu rapor edilmiştir (www.nbcnews.com). Maliyet açısından bakıldığında büyük spor etkinliklerinin yapılan yatırım ve operasyon harcamalarını ne kadar karşılayabildiği konusu tartışmalıdır (Baade ve Matheson, 2004: 345).

Gerek olumlu ve/veya olumsuz ekonomik ve toplumsal etkilerinden gerekse toplum psikolojisi üzerindeki etkilerinden dolayı spor turizmi ve spor turistleri üzerine yapılan pek çok araştırma bulunmaktadır. Bu çalışmaların kimi bireysel olarak sporcular üzerine iken spor seyircileri üzerine de pek çok çalışma yapılmıştır (Gibson, 1998: 52). Jones (1997), insanların sporu farklı nedenlerle tükettiklerini ve spor fanatiği olmanın bir spor etkinliğine katılmak ve seyretmekten daha fazlası olduğunu ifade etmektedir. Ancak, bir sporun ve spora ilişkin ürün ve hizmetlerin başarı doğrudan ve dolaylı olarak o sporun fanatiklerine bağlıdır (Florek ve diğ., 2008). Bu bağlamda, spor seyircilerinin güdülerinin bilinmesi hem spor yöneticileri hem de o spora ilişkin ürün ve hizmet pazarlayan kurum ve kuruluşlar açısından önem taşımaktadır.

3. Yöntem

3.1. Çalışma Alanı ve Akdeniz Oyunları

Akdeniz Oyunları, Akdeniz'e kıyısı olan ülkeler arasında dört yılda bir düzenlenen ve ilk olarak 1951 yılında Mısır'ın İskenderiye kentinde yapılan spor müsabakalarıdır. Bu müsabakalar, Akdeniz ülkeleri arasında toplumsal ve kültürel yakınlaşmayı sağlamak amacıyla düzenlenmektedir. Birçok spor dalını kapsayan Akdeniz Oyunları, Olimpiyat Oyunları'ndan sonra en önemli spor organizasyonudur. Bu bölgesel oyunlar, aynı zamanda farklı kıtalardan gelen sporcuları farklı din, dil, ırk ve kültürlerine rağmen olimpiyat idealinde bir araya getirmeyi mümkün kılmaktadır. Akdeniz Oyunları'nda Olimpiyat kuralları geçerli olup müsabakalar 13 günde tamamlanmaktadır. Geçmişten bugüne Akdeniz Oyunları'nın hepsine katılan Türkiye, 1971 yılında düzenlenen VI. Akdeniz Oyunları'na İzmir'de ev sahipliği yapmıştır.

İtalya'nın Pescara kentinde 2007 yılında yapılan Genel Kurul ve aday seçimlerinde Yunanistan'ın Volos kentinde yapılması kararlaştırılan XVII. Akdeniz Oyunları için, ICMG'nin 28 Ocak 2011 tarihinde aldığı karar sonucunda yeni yer seçimi gündeme gelmiş; Mersin, Tarragona ve Tripoli aday olmuşlardır. Adaylar arasında 23 Şubat 2011 tarihinde yapılan oylama sonucunda Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'na ev sahipliği yapma hakkı kazandığı açıklanmıştır. Böylece, 2013 XVII. Akdeniz Oyunları, 20-30 Haziran 2013 tarihlerinde Mersin'de yapılmıştır (www.mersin2013.gov.tr).

3.2. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada, seyircilerin XVII. Akdeniz Oyunları etkinliklerine katılma nedenleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışma, söz konusu seyircilerin Akdeniz Oyunları Programı ve Akdeniz Oyunları'nın Mersin ve halkına yapabileceği sosyo-ekonomik etkilerine yönelik düşüncelerini belirleme amacını taşımaktadır.

3.3. Ölçeklerin Güvenirliği

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aracı dört kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda Akdeniz Oyunları'na katılıma ilişkin 30 maddeden oluşan güdülenme ölçeği (5: çok önemli 1: hiç önemli değil) yer almaktadır. Ölçek, Uysal, Gahan ve Martin (1993), Funk, Toohey ve Bruun (2007) ve Neirotti ve diğ.'den (2001) yararlanılarak oluşturulmuştur. Anketin ikinci kısmı, katılım ölçeği olup (5: kesinlikle katılıyorum.....1: kesinlikle katılmıyorum) toplam 3 sorudan oluşan Akdeniz Oyunları Programı'na yöneliktir. Toplam 17 maddeden oluşan üçüncü kısımdaki sosyo-ekonomik etkiler ölçeği (5: kesinlikle katılıyorum.....1: kesinlikle katılmıyorum), Kim ve Uysal'dan (2003) alınmıştır. Orijinalleri İngilizce olan ölçekler İngiliz Dili eğitimi almış iki kişi tarafından Türkçeye çevrilmiş, çeviri tutarlılığının sağlanabilmesi için tersine çeviri yapılarak eşleme gerçekleştirilmiş ve ölçeklere son hali verilmiştir. Anketin son kısmında ise, yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, gelir düzeyi ve yaşanan yer gibi demografik bilgiler sorgulanmıştır.

Araştırmada bir ölçme aracının güvenilirliğinin hesaplamasında Cronbach α güvenilirlik ölçütü kullanılmıştır (Cronbach, 1990). Cronbach α değeri, -1 ile +1 arasında değişen bir değerdir. Cronbach'a (1990) göre, bulunan sayı 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu kabul edilmektedir. "XVII. Akdeniz Oyunları'na katılma nedenlerine" ilişkin ölçeğin Cronbach α değeri 0,943 olarak belirlenmiştir.

Ayrıca, ölçeğin madde test korelasyonlarının 0,410 ile 0,696 arasında değişim gösterdiği belirlenmiştir. Büyüköztürk'e (2003: 165) göre madde toplam korelasyonu 0,30 ve üzerindeki maddeler bireyleri iyi derecede ayırt etmektedir.

Araştırmada kullanılan ikinci lek, "Akdeniz Oyunları Programı"na dönüktür. Söz konusu ölçeğin Cronbach α değeri 0,850 olarak bulunmuştur. Bununla beraber, ölçeğin madde test korelasyonlarının 0,709 ile 0,776 arasında değişim gösterdiği bulunmuştur. "Akdeniz Oyunları'nın Mersin ve halkına yapabileceği sosyo-ekonomik etkiler"e ilişkin ele alınan ölçeğin Cronbach α değeri 0,929 olarak bulunmuş olup ölçeğin madde test korelasyonlarının 0,563 ile 0,768 arasında değişim gösterdiği belirlenmiştir.

3.4. Veri Toplama

Anket, 20-30 Haziran 2013 tarihlerinde XVII. Akdeniz Oyunları etkinliklerinin düzenlendiği Mersin ve Adana illerinde yüz yüze uygulanmıştır. Anketlerin uygulanmasında, yüz yüze uygulama yöntemi olarak da bilinen bırak ve topla yöntemi kullanılmıştır (İbeh, Brock, Zhou, 2004: 157-163). Akdeniz Oyunları kapsamında yer alan müsabakaların tribün girişlerinde seyircilere anketler elden verilmiş ve sonrasında toplanmıştır. Uygulamada 700 anket dağıtılmış ve 550 anket geri toplanmıştır. Ancak, toplanan anketlerde veri eksikliği nedeniyle 41 anket elenmiş ve toplam 509 anket ile istatistik analizler gerçekleştirilmiştir.

3.5. Analiz

Çalışmanın analizleri üç adımda gerçekleştirilmiştir. Öncelikle alışma değişkenlerinin normal dağılıp dağılmadığının görülmesi için tanımlayıcı analizler gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada oyunlara ilişkin güdüler ve algılanan etkilere ait boyutların ortaya konulması amacıyla faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Son adımda ise ortaya çıkan boyutların katılımcıların demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini görme amacıyla iki değişkenli özellikler için t-testi, ikiden fazla değişkenli özellikler için ANOVA testi yapılmıştır.

4. Bulgular

Araştırmada yer alan katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1'de özetlenmiştir. Buna göre, katılımcıların %33,6'sı kadın olup, bu oran beklenenden yüksektir. Katılımcıların %41,8'i evli olup, Akdeniz Oyunları'na ilgi göstererek oyunları izlemeye gelenlerin büyük çoğunluğu (%43,0) niversite eğitimine sahiptir. Katılımcıların yarıdan fazlası (%56,5) 30 ve altı yaş grubuna ait olduğundan gençlerin oyunlara ilgisinin yoğun olduğu görülmektedir. Yaş arttıkça oyunlara katılım oranlarında da nispeten bir azalma görülmektedir. Katılımcılar arasında ğrenci (%35,8) olanların oranı diğer meslek gruplarına göre daha yüksektir. Bunda Oyunların büyük çoğunluğunun Mersin niversitesi yerleşkesi içerisindeki tesislerde gerçekleştirilmiş olmasının etkisi büyüktür. Öğrencileri %20,6 ile memurlar ve %15,3 ile serbest meslek sahipleri izlemektedir. Katılımcılara gelir durumlarına ilişkin soru rakamsal bir gelir düzeyi olarak sorulmaktan öte kendilerini hangi gelir grubu içerisinde değerlendirdikleri şeklinde sorulmuştur. Bu soruya yanıt verenlerin %21,8'i kendilerinin düşük gelir grubunda olduklarını ifade etmişlerdir. Aynı soruya orta gelir grubuna ait oldukları yanıtı verenlerin oranı ise %16 düzeyindedir. Katılımcıların önemli bir kısmı (181 kişi) bu soruyu yanıtız bırakmıştır. Öte yandan, katılımcıların %75,4' Mersin, %6,5'i Adana ve %13,2'si diğer kentlerde ikamet etmektedir.

Katılımcıların oldukça önemli bir bölümünün Mersin ve Adana illerinde ikamet ediyor olmaları, Oyunların bu iki ilde gerçekleştiriliyor olmalarından dolayı beklendik bir durumdur.

Tablo 1: Akdeniz Oyunları'na Katılan Seyircilerin Demografik Özellikleri

Akdeniz Oyunları'na Katılanların Demografik Özellikleri					
	F	%		F	%
Cinsiyet			Yaşınız		
Erkek	335	65,8	20 ve altı	132	25,9
Kadın	171	33,6	21-30	156	30,6
Belirtmeyen	3	0,6	31-40	90	17,7
Toplam	509	100	41-50	81	15,9
			51-59	23	4,5
Gelir Düzeyi			60 ve üstü	10	2,0
Düşük	111	21,8	Belirtmeyen	17	3,3
Ortanın altı	64	12,6	Toplam	509	100
Orta	82	16,1			
Ortanın üstü	36	7,1	Medeni Durum		
Yüksek	35	6,9	Bekar	288	56,6
Belirtmeyen	181	35,6	Evli	213	41,8
Toplam	509	100	Belirtmeyen	8	1,6
			Toplam	509	100
Meslek			Eğitim Durumu		
Akademisyen	17	3,3	İlkokul	7	1,4
Serbest Meslek	78	15,3	Ortaokul	14	2,8
Ev Hanımı	15	2,9	Lise	133	26,1
İşçi	22	4,3	Yüksekokul	79	15,5
Memur	105	20,6	Üniversite	219	43,0
Emekli	14	2,8	Lisansüstü	32	6,3
Öğrenci	182	35,8	Doktora	21	4,1
İşsiz	6	1,2	Belirtmeyen	4	0,8
Yönetici	10	2,0	Toplam	509	100
Diğer	27	5,3			
Belirtmeyen	33	6,5			
Toplam	509	100			

Katılımcıların Akdeniz Oyunları'na katılma güdülerini oluşturan boyutların belirlenmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Verilerin faktör analizi için değişkenler arasında yeterli korelasyona sahip olduğunu gösteren ve verilerden anlamlı faktörler çıkarılabileceğinin (Hair, Black, Babin ve Andersen, 2010: 105) göstergesi olan Barlett Küresellik testinin (3611,166) anlamlı sonuç verdiği görülmüştür ($p < 0,000$). Örneklem sayısının faktör analizi için yeterli seviyede olup olmadığını belirlemek için yapılan Kaiser-Meyer-Olkin testi sonuçlarına göre örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu saptanmıştır (0,864). Otuz madde üzerinden yapılan faktör analizi neticesinde faktör yükleri ,50'den küçük ve birden fazla faktöre yük bindiren maddelerin analizden çıkarılması sonucunda 17 maddenin dört faktör ürettiği görülmüştür. Bu faktörler *etkinlik atmosferi*, *yenilik*, *sosyalleşme* ve *kaçış* olarak isimlendirilmiştir (Tablo 2). Faktörlerin güvenilirlik katsayıları ,780 ile ,820 arasında değişmekte olup toplam varyansın %62'sini açıklamaktadır. Elde edilen bu sonuçlar diğer çalışmalarla tutarlılık göstermekle beraber (Uysal ve diğ., 1993; Backman, Backman, Uysal ve Sunshine, 1995; Yolal, Woo, Çetinel, ve Uysal, 2012) *aile/aile bireyleriyle birlikte olma* faktörü bu çalışmada yer almamaktadır.

Tablo 2: Akdeniz Oyunları'na Katılanların Gdlerine İlişkin Faktör Analizi

Güdülenme ifadeleri	Faktör yükleri	zdeğer	Açıklanan varyans	Güvenilirlik katsayısı
Etkinlik atmosferi		5,955	35,030	,820
- Akdeniz Oyunları'na katılmanın benim için çok önemli olduğunu düşünüyorum	,811			
- Akdeniz Oyunları'na katılma konusunda gerçekten ilgiliyim	,809			
- Akdeniz Oyunları'na katılmadığımda üzülürüm	,758			
- Akdeniz Oyunları'na katılmanın diğer etkinliklere katılmaktan daha önemli olduğunu düşünüyorum	,750			
- Ben esaslı bir spor hayranıyım	,573			
- Akdeniz Oyunları'na katılmak için durumum elverişli olmasa da katılmak için çabalarım	,564			
Yenilik		1,925	11,324	,791
- Değişik ve yeni şeyler yapmayı severim	,824			
- Özel etkinlikleri severim	,813			
- Akdeniz Oyunları zgn şeyleri görme fırsatı sunar	,657			
- Bu etkinlik ortamını bizzat yaşamak isterim	,573			
Sosyalleşme		1,413	8,313	,770
- Benim yaptığım şeylerden hoşlanan insanlarla bir arada olmak	,767			
- Eğlenen insanlarla bir arada olma fırsatlarını değerlendirmek	,756			
- Akdeniz Oyunları'na katılan diğer insanları görmek	,685			
- Arkadaşlarımla birlikte olmak	,675			
Kaçış		1,314	7,731	,780
- Günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak	,860			
- Yaşamın sıradanlığından kurtulmak	,833			
- Yaşamın zorluklarından uzaklaşmak	,724			
Toplam açıklanan varyans			62,397	

Benzer bir çalışmada, Kim ve Chalip (2004) seyircilerin 2002 FIFA Dünya Kupası'na gitme nedenleri üzerine yaptıkları araştırmada beş boyut tanımlamışlardır. Bunlar sırasıyla: (1) Estetik, (2) olumlu baskı, (3) zoru başarma, (4) ulusal takımı destekleme ve (5) oyunculara yönelik ilgidir. Aynı zamanda, araştırma sonuçlarında Kore'yi tanıma ve sosyalleşme de çekici nedenler arasında yer almıştır. 2002 FIFA Dünya Kupası'nı seyretme konusunda yaşlılara kıyasla gençlerin daha istekli olması ise bir diğer önemli bulgudur. Hoye ve Lillis (2008) Avustralya Futbol Ligi fanatikleri üzerine yaptıkları araştırmada seyircileri etkinlikleri izlemeye yönelten en önemli belirleyici unsurun diğer fanatiklerle aynı sosyal ortamda yer almak olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, fanatiklerin bir grup deneyiminin parçası olacaklarına yönelik algılarının onları futbol maçlarını izlemek için seyahat etme konusunda güdülediği de bir diğer bulgu olarak saptanmıştır.

Katılımcıların Akdeniz Oyunları'nın sosyo-ekonomik etkilerine ilişkin algılarını ölçmeyi amaçlayan ifadelerin alt boyutlarının belirlenmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 3). Barlett Küresellik testinin (3972,803) anlamlı

sonuç verdiği görülmüştür ($p < 0,000$). Örneklem sayısının faktör analizi için yeterli seviyede olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin testi sonuçlarına göre örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu saptanmıştır (0,915). Onyediyi madde üzerinden yapılan faktör analizi neticesinde üç faktör ortaya çıkmıştır: *Toplumsal bağlılık ve faydalar*, *ekonomik faydalar* ve *toplumsal maliyet* (Tablo 3). Faktörlerde yer alan maddelerin faktör yüklerinin her biri ,50'den yüksek olup faktörlerin güvenilirlik katsayıları ,625 ile ,892 arasında değişmektedir ve faktörler toplam varyansın %58'ini açıklamaktadır. Yapılmış önceki çalışmalardan (Kim ve Uysal, 2003; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004) farklı olarak sosyo-ekonomik etkiler ölçeği dört yerine üç faktör üretmiştir. Bu çalışmada, toplumsal bağlılık ve faydalara ilişkin ifadeler aynı faktör altında toplanmıştır. Buna göre seyirciler toplumsal bağlılığı da diğer faydalarla bir arada değerlendirmektedirler. Bununla beraber, bu çalışmanın bulguları başka türden etkinliklere ilişkin yapılmış çalışmalarda (Uysal, Gahan ve Martin 1993; Formica ve Uysal 1996; Schneider ve Backman 1996; Yolal, Çetinel ve Uysal 2009) rapor edilen bulgularla tutarlılık göstermektedir.

Tablo 3: Akdeniz Oyunları'nın Sosyo-Ekonomik Etkilerine İlişkin Faktör Analizi

Etki ifadeleri	Faktör yükleri	Özdeğer	Açıklanan varyans	Güvenilirlik katsayısı
Toplumsal Bağlılık ve Faydalar		7,122	41,894	,892
- Yaşam standardını geliştirir	,796			
- Toplumda bağlılık duygusu yaratılmasına yardımcı olur	,788			
- Kentin kültürünün korunmasına katkı sağlar	,752			
- İstihdam olanaklarını artırır	,663			
- Mersin'de kültürel hayatın gelişmesine katkı sağlar	,637			
- Mersin halkı ile ziyaretçiler arasındaki ilişkileri geliştirir	,630			
- Alışveriş olanaklarını artırır	,536			
- Ebeveynlere çocuklarıyla birlikte eğlenme fırsatı sunar	,535			
Ekonomik Faydalar		1,782	10,481	,852
- Mersin imajının gelişmesini sağlar	,838			
- İnsanları Mersin hakkında bilgilendirir	,709			
- Akdeniz Oyunları kent projeleri için kaynak/gelir yaratır	,684			
- Daha fazla eğlence olanağı sunar	,653			
- Mersin'de yeni tesisler geliştirilmesini teşvik eder	,619			
- Halkın Mersin ile gurur duymasını sağlar	,569			
Toplumsal Maliyetler		1,023	6,019	,625
- Trafik yoğunluğunu artırır	,826			
- Emniyet, itfaiye, temizlik gibi yerel hizmetler üzerinde yük oluşturur	,808			
- Suç oranını artırır	,602			
Toplam açıklanan varyans			58,394	

Faktör analizi sonucunda elde edilen faktörleri oluşturan maddelere verilen katılma düzeyleri toplanarak her bir alt faktör grubu için faktör puanları oluşturulmuştur. Elde edilen bu faktör puanlarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesinde t testi ve tek yönlü varyans analizi testlerinden yararlanılmıştır.

Faktörlere ilişkin toplam puanların demografik özelliklere göre karşılaştırılması amacıyla cinsiyet ve medeni durum için t testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yalnızca toplumsal bağlılık faktöründe bir farklılık saptanmış (t=2,261) olup kadınlara ait ortalama puan (34,76) erkeklerin puanından daha yüksektir (p=0,024). Yenilik faktörü, medeni duruma göre farklılık sergilemektedir (t=1,997). Buna göre, bekrların ortalama puanları (17,355) evli olanlarınkinden daha yüksektir (p=0,046).

Yaş grubu, eğitim durumu ve gelir grubu değişkenlerinin faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA analizi sonucunda gruplar arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Bu farklılığa hangi demografik değişkenlerin hangi alt düzeylerinin neden olduğunun belirlenmesinde ise POST Hoc- LSD testi uygulanmıştır. Post-hoc testi sonucunda ise elde edilen bulgular sırasıyla, yaş grubuna göre kaçış (p=0,005), sosyalleşme (p=0,016) ve etkinlik atmosferi (p=0,004) faktörlerinde farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Analizlere göre "20 ve altı" yaş grubunun etkinlik atmosferini yaşama arzusu "31-40" yaş grubuna göre daha yüksek olup (p=0,002) diğerleri arasında fark bulunmamaktadır. Benzer şekilde, "31-40" yaş arasındaki katılımcıların etkinlik atmosferini yaşama istekleri "51 ve üstü" yaş grubuna oranla daha yüksektir (p=0,004). Farklılığın saptandığı sosyalleşme faktöründe ise "20 ve altı" yaş grubunun sosyalleşme istekleri ile "31-40" yaş grubu arasında farklılık belirlenmiş olup (p=0,006) "20 ve altı" yaş grubundaki katılımcıların sosyalleşme isteğinin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Kaçış faktöründe ise "21-30" yaş ile "31-40" yaş arasındaki katılımcılar arasında anlamlı bir fark olduğu (p=0,020) ve "21-30" yaş arasındaki katılımcılarda kaçış güdüsünün daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, "31-40" yaş grubu ile "41-50" yaş grubu arasında bir farklılık bulunmamaktadır (p=0,044) ve "41-50" yaş grubunda kaçış isteği daha yüksektir.

Eğitim durumuna göre etkinlik atmosferi (p=0,026), sosyalleşme (p=0,002) ve toplumsal bağlılık (p=0,032) faktörlerinde farklılık olduğu saptanmıştır. İlkokul ve ortaokul mezunları ile niversite mezunları arasında anlamlı bir farklılık saptanmış olup (p=0,043) etkinlik atmosferini yaşama isteğinin ilkokul ve ortaokul mezunları arasında daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, ilkokul ve ortaokul mezunlarının yüksek lisans ve doktora mezunlarına göre etkinlik atmosferini yaşama isteği daha yüksektir (p=0,037). Lise mezunlarının sosyalleşme isteği niversite mezunlarına oranla daha yüksektir (p=0,006). Toplumsal bağlılık ve faydalar faktöründe ise ilkokul ve ortaokul mezunları ile hem niversite (p=0,021) hem de yüksek lisans ve doktora mezunları (p=0,038) arasında farklılık saptanmış olup, her iki durumda da ilkokul ve ortaokul mezunlarının toplumsal bağlılık ve fayda algıları daha yüksektir. Benzer şekilde, lise mezunları ile niversite mezunları arasında anlamlı bir farklılık saptanmış olup (p=0,017) lise mezunlarının toplumsal bağlılık ve fayda algıları daha yüksek saptanmıştır.

Gelir durumuna göre yalnızca sosyalleşme faktöründe anlamlı (p=0,015) bir farklılık saptanmıştır. Bu farklılığa neden olan gruplar incelendiğinde, gelir grubu düşük olanların sosyalleşme güdülerinin yüksek gelir grubuna göre daha yüksek olduğu görülmektedir (p=0,003). Ortanın altı gelir grubunun sosyalleşme güdülerinin yüksek gelir grubuna ait katılımcılara kıyasla yine yüksek olduğu saptanmıştır (p=0,030). Son olarak, orta gelir grubuna ait katılımcıların sosyalleşme güdülerinin yüksek gelir grubuna ait katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir (p=0,019).

5. Sonuç

Günümüzde gerek profesyonel gerekse rekreasyonel spor faaliyetleri ile turizmin ilişkisinin arttığı görülmektedir. Benzer şekilde artan sağlıklı yaşam arzusunun temel unsurlarından biri de spordur. Gelişen teknoloji ile birlikte ulaşım hizmetlerindeki konfor ve hızın artması ve dünya genelinde spor bilincinin yaygınlaşması, turizm endüstrisinde sporun pazarlanabilen bir ürün olarak hızlı bir gelişim göstermesine neden olmuştur (Mengütay, 2009: 15). Bu bağlamda spor faaliyetlerine aktif ve/veya pasif katılanların davranışlarında etkili olan güdülerin anlaşılması oldukça önemlidir. Bu çalışmada, XVII. Akdeniz Oyunları seyircilerinin etkinliklere katılım nedenleri ve bu katılımcıların Akdeniz Oyunları'nın sosyo-ekonomik etkilerine yönelik görüşleri araştırılarak sonuçları üzerinde durulmuştur.

XVII. Akdeniz Oyunları'na seyirci olarak gitmede eğitim düzeyi belirleyici bir unsur olarak saptanmıştır. Araştırmaya katılan seyircilerin %43'ü üniversite mezunudur. Bununla birlikte, katılımcılar arasında öğrenciler en büyük grubu oluşturmaktadırlar. Katılımcıların yaş dağılımlarına yönelik yapılan analiz sonucunda, XVII. Akdeniz Oyunları'nın hemen hemen her yaş grubundaki seyircilerin ilgi alanında olduğu söylenebilir. Öte yandan, tribünlerde yaşlılara özel alanlar ayrılması ve bu gruba özel giriş-çıkış kapılarının yapılması, yaşlı insanların bu tür aktivitelere daha çok çekilebilmesine katkı sağlayabilecektir.

XVII. Akdeniz Oyunları'na katılan seyircilerin Oyunlara ilişkin düşüncelerinin belirlenebilmesi için faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, dört faktör elde edilmiş olup, bu faktörler sırasıyla (1) "etkinlik atmosferi", (2) "yenilik", (3) "sosyalleşme" ve (4) "kaçış" olarak isimlendirilmiştir. Bu sonuçlar daha önceki çalışmalarla da tutarlılık göstermektedir. Bu bulgular ışığında etkinlik atmosferinin yaşanılması arzusu ve yenilik arayışı öne çıkmaktadır. Bu tür spor etkinliklerin daha sık düzenlenmesi ve popüler sporların dışındaki sporlara da önem verilmesi seyircilerin bu tür organizasyonlara katılımını arttıracak unsurlar olarak değerlendirilebilir. Benzer şekilde bu tür organizasyonlar günlük yaşamın rutininden kurtulmak, farklı bir şeyler deneyimlemek açısından da önemli fırsatlar olarak görülmektedir. Öte yandan bireylerin sosyalleşmesi, daha iyi ve daha sağlıklı bir toplum yaşamı oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

Katılımcıların Akdeniz Oyunları'nın sosyo-ekonomik etkilerine yönelik görüşlerinin belirlenebilmesi için sorulan ifadelere yapılan Faktör analizi sonucunda üç faktör elde edilmiştir. Bu faktörler sırasıyla (1) "toplumsal bağlılık ve faydalar", (2) "ekonomik faydalar" ve (3) "toplumsal maliyetler" olarak isimlendirilmiştir. Kim ve Petrick'in (2005) 2002 Dünya Kupası'nın etkileri üzerine yaptıkları çalışmada olumsuz ekonomik etkiler ön plana çıkmıştır. Bu durum Dünya Kupası için pek çok yeni yatırım yapılması gerekliliği ile açıklanabilir. Katılımcılar bu tür oyunların kentlerindeki yaşam standardını geliştireceği, toplumda bağlılık duygusu yaratılmasına katkı sağlayacağı gibi olumlu etkiler konusunda bilinçli durumdadır. Kentin imajının geliştirilmesi, kent projeleri için kaynak yaratılması, yeni tesislerin geliştirilmesi gibi ekonomik faydalar da üst düzeye çıkmaktadır. Ancak, büyük spor organizasyonlarının olumlu toplumsal etkilerinin yanında toplumsal maliyetlerinin de olduğu görülmektedir. Bu türden spor etkinliklerine ev sahipliği yapacak destinasyonlardaki yöneticilerin ve organizasyondan sorumlu birimlerin etkinliklerin olumlu etkilerini artıracak, öte yandan toplumsal maliyetleri azaltacak önlemleri alma konusunda özenli olması gerekmektedir. Bu doğrultuda, destinasyonların benzer etkinliklere ev sahipliği

yaptıkça deneyim kazanacakları ve ilerleyen dönemlerdeki etkinliklerin olumsuz etkilerini azaltmak konusunda daha somut adımlar atacağı unutulmamalıdır.

Oyunları seyreden katılımcıların güdüleri ve oyunların sosyo-ekonomik etkilerine ilişkin algıları ile demografik değişkenleri arasında farklılıklar gözlemlenmiştir. Kadınlar-toplumsal bağlılık konusunda daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Seyircilerin yaklaşık olarak üçte biri kadınlardan oluşmaktadır ve kadınların bu tür etkinliklere katılımının artırılması toplumsal bağlılığın yükseltilmesine de katkı sağlayacaktır. Kadın seyircilerin spor sahalarına çekilmesi, bu tür organizasyonlarda gözlemlenen şiddet ve kötü tezahüratın önlenmesi açısından da önem arz etmektedir. Orta'ya (2012) göre, futbolun geleceğine katkıda bulunmak, ilgiyi artırmak, şiddet ve düzensizliği önlemek, kötü tezahüratın önlenmesi ve ailelerin rahat bir şekilde müsabakaları izleyebilmesi açısından önemli katkılar sağlayacağı düşüncesiyle, "kadınların ve 16 yaş altı çocukların müsabakalara ücretsiz girme" projesinin 2011-2012 sezonundan geçerli olmak üzere başlatılması, bu görüşü destekler niteliktedir. Bu bağlamda gerek spordan sorumlu kurumların gerekse profesyonel spor yöneticilerinin kadınların spor etkinliklerine çekilebilmesi adına işbirliği yapmaları önem taşımaktadır.

Katılımcıların yaşları ile faktörler arasında da farklılıkların olduğu gözlemlenmektedir. Gençlerin etkinliklere katılımının daha yüksek olduğu, yaş ilerledikçe bu oranın düştüğü, gençlerin etkinlik atmosferini yaşama arzusu ve sosyalleşme beklentilerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Yirmili ve kırklı yaşlarda olanlar için kaçış güdüsünün daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum, gürültülü bir ortamda gerçekleştirilen spor etkinliklerine katılma konusunda artık daha sakin oldukları tercih etme eğiliminde olan ileri yaştakilerin spor etkinliklerine katılma konusunda isteksizliği ile açıklanabilir. Ancak daha sessiz, tezahüratın daha az yapıldığı spor dalları bu kitle için daha elverişli olabilir.

Akdeniz Oyunları'na seyirci olarak katılanların güdülerinin eğitim durumuna göre de farklılık gösterdiği saptanmıştır. Eğitim düzeyi düşük seyircilerin etkinlik ortamını yaşama beklentisi daha yüksektir. Benzer şekilde ilkokul ve ortaokul mezunlarının toplumsal bağlılık ve faydalara ilişkin algıları daha yüksektir. Gelir durumuna göre ise kişilerin gelirlerinin artmasıyla birlikte sosyalleşme ihtiyacının da azaldığı görülmektedir. Ancak bunun nedenlerinin anlaşılması için yeni çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alışma, XVII. Akdeniz Oyunları kapsamında düzenlenen müsabakaları seyretmeye gelen seyircilerle kısıtlı tutulmuştur. Yapılacak yeni çalışmalar, spor etkinliklerine ilişkin bilgi birikimini artırarak daha iyi organizasyonların yapılmasına ve bunun sonucunda seyirci olarak katılanların memnuniyetlerinin artırılmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

6. Kaynakça

- Allan, G., Dunlop, S. ve Swales, K. (2007). The Economic Impact of Regular Season Sporting competitions: the Glasgow Old Firm Football Spectators as Sports Tourists [elektronik versiyon]. *Journal of Sport Tourism*, 12 (2), 63-97.
- Argan, M. (2004). Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış [elektronik versiyon]. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 158-168.

- Baade, R. A ve V. A. Matheson (2004). The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup [elektronik versiyon]. *Regional Studies* 38 (4), 343-354.
- Backman, K.F., Backman, S.J., Uysal, M. ve Sunshine, K.M. (1995). Event Tourism: An Examination of Motivations and Activities [elektronik versiyon]. *Festival Management and Event Tourism*, 3(1), 15-24.
- Barclay, J. (2009). Predicting The Costs And Benefits Of Mega-Sporting Events: Misjudgement Of Olympic Poportions? [elektronik versiyon]. *Economic Affairs*, 29(2), 62-66.
- Büyüköztürk, Ş. (2003). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Coates, D. ve Matheson V. (2011). Mega-Events and Housing Costs: Raising the Rent while Raising the Roof? [elektronik versiyon]. [The Annals of Regional Science](#),. 46(1), 119-137.
- Cornelissen, S. (2008). Scripting the Nation: Sport, Mega-events, Foreign Policy and State-building in Post-apartheid South Africa 1 [elektronik versiyon]. *Sport in Society*, 11(4), 481-493.
- Cornelissen, S. ve Maennig, W. (2010). On the Political Economy of 'Feel-good' Effects at Sport Mega-events: Experiences from FIFA Germany 2006 and Prospects for South Africa 2010 [elektronik versiyon]. *Alternation*, 17(2), 96-120.
- Crompton, J.L. (1979). Motivations for Pleasure Travel [elektronik versiyon]. *Annals of Tourism Research*, 6 (4): 408-424.
- Crompton, L. J. ve McKay, S. L. (1997). Motives Of Visitors Attending Festival Events. *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 2, 425-439.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*, 5. Basım. New York: Harper Collins Publisher, Inc.
- Dann, G.M. S. (1981). Tourism Motivation: An Appraisal [elektronik versiyon]. *Annals of Tourism Research*, 8 (2), 187-219.
- Ehsani, M. (2009). Spor Turizmi Eğitimi, *Uluslararası Herkes İçin Spor ve Spor Turizmi Kongresi*, 05-08 Kasım 2009, Antalya/Kemer, 10-11.
- Florek, M., Breitbarth, T. ve Conejo, F. (2008). Mega Event= Mega Impact? Travelling Fans' Experience and Perceptions of the 2006 FIFA World Cup Host Nation [elektronik versiyon]. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 199-219.
- Formica, S. ve Uysal, M. (1996). A Market Segmentation of Festival Visitors: Umbria Jazz Festival in Italy [elektronik versiyon]. *Festival Management & Event Tourism*, 3 (4), 175-182.
- Fourie, J. ve Santana-Gallego, M. (2011). The Impact of Mega-sport Events on Tourist Arrivals [elektronik versiyon]. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370.
- Francis S. ve Murphy P. (2005). " Sport Tourism Destinations: The Active Sport Tourist Perspective", İçinde *Higham, J. E. (Editör). Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis*, Routledge. (73-92).
- Funk, D. C., Toohey, K ve Bruun, T. (2007). International Event Participation: Prior Sport Involvement, Destination Image and Travel Motives [elektronik versiyon]. *European Sport Management Quartely*, 7 (3), 227-248.
- Gammon, S. ve Robinson, T. (1997). Sport Tourism: A Conceptual Framework [elektronik versiyon]. *Journal of Sport Tourism*, 4 (3): 11-18.
- Getz, D. (1997) *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications Corporation.
- Gibson, H. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research [elektronik versiyon]. *Sport Management Review*, 1 (1), 45-76.

- Gibson, H., Willming, C. ve Holdnak, A. (2003). Small-scale Event Sport Tourism: College Sport as a Tourist Attraction [elektronik versiyon]. *Tourism Management*, 24, 181-190.
- Gold, J. R. ve Gold, M. M. (2008). Olympic Cities: Regeneration, City Rebranding and Changing Urban Agendas [elektronik versiyon]. *Geography Compass*, 2 (1), 300-318.
- Gursoy, D. ve Kendall, K.W. (2006). Hosting Mega Events-Modeling Locals' Support, *Annals of Tourism Research*, 33(3): 603-623.
- Gürsoy, D., Kim, F. ve Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation [elektronik versiyon]. *Tourism Management*, 25(2), 171-181.
- Hall, C. M.(1992). *Hallmark Tourist Events:Impacts, Management and Planning*. Londra: Belhaven Press.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*, 1. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hair, J.F., Black, W., Babin, B. ve Andersen, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7. Basım., New Jersey: Pearson Prentice-Hall.
- Hinch, T. D. ve Higham, J. E. (2001). Sport Tourism: A framework for Research [elektronik versiyon]. *International Journal of Tourism Research*, 3 (1), 45-58.
- Hinch T. ve Barre S. (2005). "Culture, Sport and Tourism: The Case of The Arctic Winter Games", İçinde *Higham, J. E. (Editr). Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis*, Routledge (260-273).
- Horne, J. ve W. Manzenreiter (2004). Accounting for Mega-events: Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on The Host Countries Japan/Korea. [elektronik versiyon]. *International Review for the Sociology of Sport*, 39 (2), 187-203.
- Hoye R. ve Lillis K. (2008). Travel Motivations of Australian Football League Fans: An Exploratory Study [elektronik versiyon]. *Managing Leisure*, 13 (1), 13-22.
- Huggins, M. (2013). Sport, Tourism and History: Current Historiography and Future Prospects [elektronik versiyon]. *Journal of Tourism History*, 5 (2): 107-130.
- İbeh, K., Brock J.K. ve Zhou Y.J. (2004). The Drop and Collect Survey Among Industrial Populations: Theory and Empirical Evidence [elektronik versiyon]. *Industrial Marketing Management*, 33 (2), 155-165.
- İz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2002). *Turizm Planlaması*. 1. Basım, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Jones, I. (1997). Mixing Qualitative and Quantitative Methods in Sports Fan Research [elektronik versiyon]. *The Qualitative Report*, 3 (4), 122-125.
- Jones, C. (2001). Mega-Events and Host-region Impacts: Determining The True Worth of The 1999 Rugby World Cup [elektronik versiyon]. *International Journal of Tourism Research* 3 (3): 241-251.
- Kao, Y. F., Huang, L. S. ve Yang, M. H. (2007). Effects of Experiential Elements on Experiential Satisfaction and Loyalty Intentions: A Case Study of The Super Basketball League in Taiwan. [elektronik versiyon]. *International Journal of Revenue Management*, 1 (1): 79-96.
- Kim, S.S. ve Petrick, J.F. (2005). Residents' Perceptions on Impacts of the FIFA 2002 World Cup: The Case of Seoul as a Host City. *Tourism Management*, 26, 25-38.
- Kim, K. ve Uysal, M. (2003). Perceived Socio-economic Impacts of Festivals and Events Among Organizers [elektronik versiyon]. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 10 (3-4), 159-171.

- Kim, N. S. ve Chalip, L. (2004). Why Travel to the FIFA World Cup? Effects of Motives, Background, Interest, and Constraints [elektronik versiyon]. *Tourism Management*, 25 (6), 695-707.
- Kim, S. S. ve Morrison, A. M. (2005). Change of Images of South Korea Among Foreign Tourists After the 2002 FIFA World Cup [elektronik versiyon]. *Tourism Management*, 26 (2), 233-247.
- Kurtzman J. ve Zauhar J. (1995). Tourism Sport Inter-national Council [elektronik versiyon]. *Annals of Tourism Research*, 22 (3): 707-708.
- Kurtzman, J. ve Zauhar J. (2003). A Wave in Time - The Sports Tourism Phenomena [elektronik versiyon]. *Journal of Sport & Tourism*, 8 (1): 35-47.
- Lee, C.K. (2000). A Comparative Study of Caucasian and Asian Visitors to a Cultural Expo in an Asian Setting [elektronik versiyon]. *Tourism Management*, 21 (2), 169-176.
- Mengütay, S., (2009). Turizm Sektöründe Sporun Önemi, *Uluslararası Herkes İçin Spor ve Spor Turizmi Kongresi*, 05-08 Kasım 2009 Antalya/Kemer, 14-15.
- Neirotti, L. D., Bosetti, H. A ve Teed, K. C. (2001). Motivation to Attend the 1996 Summer Olympic Games [elektronik versiyon]. *Journal of Travel Research*, 39 (3), 327-331.
- Orta, L. (18 Mart 2012). Kadın Taraftarlar. Erişim Adresi: <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/genel/265-lale-orta/2098-kadn-taraftarlar.html>. (Erişim tarihi: 20.06.2014).
- Ritchie B. ve Adair D. (2002). The Growing Recognition of Sport Tourism [elektronik versiyon]. *Current Issues in Tourism*, 5 (1), 1-6.
- Salman, G. G. ve Giray, C. (2010). Bireylerin Futbol Taraftarı Olmasını Etkileyen Güdüler İle Sadakat Arasındaki İlişki: Fenerbahçe Taraftarları Üzerine Bir Uygulama, *Öneri Dergisi*, C.9. S.33. ss. 89-97.
- Schneider, I.E. ve Backman, S.J. (1996). Cross-cultural Equivalence of Festival Motivations: A study in Jordan [elektronik versiyon]. *Festival Management & Event Tourism*, 4 (3-4), 139-144.
- Scott, D. (1996). A Comparison of Visitors' Motivations to Attend Three Urban Festivals [elektronik versiyon]. *Festival Management and Event Tourism*, 3 (3), 121-128.
- Silvestre, G. (2009). The Social Impacts of Mega-events: Towards a Framework. *Unpublished Master thesis in Tourism Management at the University of Westminster, London*.
- Tamer, K. (2009). Üniversite Oyunlarının Herkes İçin Turizme Katkısı, *Uluslararası Herkes İçin Spor ve Spor Turizmi Kongresi*, 05-08 Kasım 2009 Antalya/Kemer, 13 .
- Uysal, M., Gahan, L.W. ve Martin, B. (1993). An examination of Event Motivations: A Case Study [elektronik versiyon]. *Festival Management & Event Tourism*, 1 (1), 5-10.
- Uysal, M. ve Hagan, L.A.R. (1993). Motivation of Pleasure Travel and Tourism, *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 798-810.
- Uysal, M. Li, X. ve Sirakaya-Turk, E. (2008). Push-pull Dynamics in Travel Decisions, *Handbook of Hospitality Marketing Management*, 413-439.
- Yolal, M., Woo, E., Çetinel, F. ve Uysal, M. (2012). Comparative Research of Motivations Across Different Festival Products [elektronik versiyon]. *International Journal of Event and Festival Management* 3 (1), 66-80.
- Yolal, M., Çetinel, F. ve Uysal, M. (2009). An Examination of Festival Motivation and Perceived Benefits Relationship: Eskisehir International Festival [elektronik versiyon]. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10 (4), 276-291.

İnternet Kaynakçası

- http://www.tursab.org.tr/dosya/1025/02ocspor_1025_1941484.pdf (150 Milyar Dolarlık Bir Pazar: Spor Turizmi, TÜRSAB Ar-Ge / Ocak 2002) (Erişim tarihi: 02.02.2014)
- <http://www.mersin2013.gov.tr/detay/5025/Oyunlar-Tarihcesi.html> (Erişim tarihi: 03.08.2013).
- www.mersin2013.gov.tr (Erişim tarihi: 05.08.2013)
- <http://www.southafrica.net/research/en/page/research-reports-search/search> (Erişim tarihi: 08.08.2013).
- http://www.nbcnews.com/id/5490540/ns/business-business_of_the_olympics/t/record-expense-security-plans-set-olympics/#.U0zkP1V_ufE (Erişim tarihi: 10.08.2013).