

BÜYÜK SPOR ORGANİZASYONLARINA EV SAHİPLİĞİ YAPMAYA DEĞER Mİ? EKONOMİK BEKLENTİLER VE TURİZM AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI Arş. Gör. Ozan GÜLER
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi

Yayını kaynak göstermek için; Çakıcı, C. ve Güler, O. (2014). Büyük Spor Organizasyonlarına Ev Sahipliği Yapmaya Değer Mi? Ekonomik Beklentiler ve Turizm Açısından Bir Değerlendirme, ss:37-50, 18 Nisan 2014, 3.Doğu Akdeniz Sempozyumu,Mersin. ISBN:978-605-4940-06-6

Özet

Büyük etkinlikler yalnızca yerel ekonomiye gelir sağlayan değil ayrıca ülkeleri dünyaya tanıtan, onları birer turizm çekicilik noktası yapan, doğrudan ve dolaylı birçok etki yaratan etkinliklerdir. Bu bağlamda büyük spor etkinlikleri ev sahipliği yapan şehir ya da ülkeye tüm dünyada tanınmanın yanı sıra, ekonomik, politik ve sosyal gelişim olanakları sağlayan kalıcı bir miras bırakma potansiyeline sahip etkinliklerdir. Ev sahibi destinasyonlara birçok açıdan olumlu etki yarattığı konusunda hemfikir olunan büyük spor etkinliklerinin buna karşın yarattığı ekonomik etkiler konusunda farklı görüşlerin olduğu görülmektedir. Bu çalışma, daha önce alan yazında birçok kez anlatılan büyük spor etkinliklerinin olumlu yönlerini tekrarlamaktan ziyade ekonomik ve turizm gelişmesi bağlamında olumsuz ve yetersiz etkileri üzerinde durmuştur. Çalışma, ev sahibi olma potansiyeli ve talebi taşıyan destinasyonlar ve karar vericilere yönelik öneriler ile son bulmaktadır.

Giriş

Önemli bir etkinlik, bu etkinliğe ev sahipliği yapacak şehir ya da ülkeye tüm dünyada tanınmanın yanı sıra, ekonomik, politik ve sosyal gelişim olanakları sağlayan kalıcı bir miras bırakma potansiyeline sahiptir (Deloitte, 2013:2). Bu bağlamda bahsedilen olanakları sağlaması yüksek bir potansiyele sahip olan spor etkinlikleri, düzenlenmesi ve yönetilmesi açısından değişiklik gösteren, bazen hevesli girişimcilerin başını çektiği, spor ve dostluğun ön planda olduğu etkinlikler, bazen ise kamu ve özel sektörün işbirliği yapmasını zorunlu kılan, ülkelerin birbirleri ile rekabet ettiği ve kendi değerlerini tanıtmaya fırsatı buldukları etkinlikler olarak karşımıza çıkar (Mules, 1998:25; Dolles ve Söderman, 2008:148). Getz (2008:407) spor etkinliklerini büyük (mega event), özellikli (hallmark), bölgesel ve yerel etkinlikler olarak dört gruba ayırmasına karşın alan yazında büyük spor etkinlikleri ile özellikli etkinlikler kavramı arasında bir karmaşa olduğu görülmektedir. Getz (2008:407) aradaki temel farkın, özellikli etkinliklerde ev sahibi şehir ile etkinlik arasında çok kuvvetli bir bağ olduğunu ve bir süre sonra şehirlerin o etkinliklerle anılmaya başladığını ifade ederek, Mardi Gras Festivali ile New Orleans'ın birbiriyle anılmasını örnek göstermiştir. Türkiye'den bir örnek vermek gerekirse; Kırkpınar Yağlı Güreşleri bir özellikli spor etkinliği olarak kabul edilebilir ve yağlı güreş denince akla gelen ilk isim Edirne'dir.

Büyük spor etkinlikleri; katılan aktif izleyici ve televizyonlar aracılığıyla ulaşılan seyirci sayısı bakımından (Matheson ve Baade, 2004:1085; Malfas vd., 2004:209; Horne ve Manzenreiter, 2006:2; VisitScotland, 2012:2) uluslararası boyutta olması, büyük miktarda kamu yatırıma ihtiyaç duyması ve turist çekici özelliğiyle diğerlerinden farklılaşan etkinliklerdir (Mules, 1998:25-26; Zimbalist, 2010:8). Malfas vd., (2004:210) büyük spor etkinliklerinin diğer etkinliklerden farkını içsel özellikler (katılımcı sayısı, izleyici sayısı, müsabaka sayısı ve organizasyonun karmaşıklığı) ve dışsal özellikler (basın ve turizm çekiciliği ve yerel halka etkisi) şeklinde sınıflandırmaktadır. Etkinlikleri yerel, bölgesel ve büyük etkinlikler olarak üçe ayıran Getz (2008:407) ise, büyük spor etkinliklerini yüksek sayıda turist çeken ve içinde imaj, sürdürülebilirlik, ekonomik ve çevresel etki gibi unsurları barındıran değerler bütünü şeklinde tanımlamaktadır. Büyük spor etkinliklerinin bu özellikleri doğal olarak artan sayıda ülkenin dikkatini çekmiş, etkinliklerin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve çevresel etkiler ile turistik çekicilik yaratması gibi unsurlar aday ülke/bölge sayısını arttırmıştır (Jones, 2001:242; Kasimati, 2003:433). Bilhassa gelişmekte olan ülkelerin ev sahipliği için yarıştığı bu etkinlikler için Uluslararası Futbol Birlikleri Federasyonu (FIFA) ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin (IOC) etkinlikleri yeni kıtalara, bilhassa yetersiz düzeyde temsil edilen Afrika ve Güney Amerika'ya kaydırma kararı aldığı da bilinmektedir (Deloitte, 2013:13).

Olimpiyat oyunları gibi büyük spor etkinliklerine artan sayıda şehir ya da bölgenin ev sahipliği için rekabete girmesi, oyunlar sayesinde gerçekleşecek yatırımların yaratacağı ekonomik ve sosyal gelişme beklentilerinden kaynaklanmaktadır (Malfas vd., 2004:209; Matheson ve Baade, 2004:1087). Ancak büyük spor organizasyonlarından beklenen getiri ve maliyetler birçok unsurdan etkilenir ve bir önceki ev sahibi bir şehirde ortaya çıkan olumlu etkilerin başka bir şehrin ev sahipliğinde gerçekleşmesi garanti değildir (Solberg ve Preuss, 2007:214). Örneğin 1972 Münih ve 1976 Montreal Yaz Olimpiyatları büyük miktarda zararla kapanırken, 1984 Los Angeles Yaz Olimpiyatları diğerlerinin aksine o zamanın para değeriyle 215 milyon dolar kar ederek oyunları kapamıştır (Gratton vd., 2000:17). Benzer şekilde turizm altyapısı bağlamında önemli gelişmeler sağlamasına karşın, büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak turizm geliri ve turist sayılarında mutlak bir artışın garantörü değildir. Örneğin İngiltere Euro 96 Futbol Şampiyonası'nda ülkeyi ziyaret eden 280.000

yabancı ziyaretçi, ülkenin turizm gelirlerinde % 3'lük bir artışa sebep olurken (Gratton vd., 2010:21), Atlanta 1996 Yaz Olimpiyatları zamanında bölgeye gelen toplantı turisti sayısının 9 yıllık artışın ardından düşmüş, toplam otel doluluklarının % 72.90'dan % 68'e gerilemiştir (Owen, 2005:7). Dolayısıyla büyük spor organizasyonlarının getirilerinin yanı sıra maliyetlerinin de iyi analiz edilmesi ve gerçekçi tahminler yapılması ev sahibi ülkelerin stratejik kalkınma planlarını gerçekleştirmesi adına önemlidir (Jones, 2001:249).

Bu bağlamda bu çalışma, daha önce alan yazında birçok kez anlatılan büyük spor etkinliklerinin olumlu yönlerini tekrarlamaktan ziyade ekonomik ve turizm gelişmesi bağlamında olumsuz etkileri üzerinde durmuştur. Yazarlar büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapılmasıyla elde edilebilecek getirileri kabul etmekle birlikte, toplum desteğini ve politik güç kazanmak uğruna görmezden görülen ve abartılan etkileri eleştiren bir bakış açısıyla bu metini hazırlamışlardır. Bu amaç çerçevesinde çalışmanın giriş kısmında büyük spor organizasyonlarının yapısı ve özellikleri hakkında bilgi verilmiştir. Akabinde daha önceki organizasyonların verilerinden yararlanarak organizasyonların yarattığı olumsuz sosyo-ekonomik etkilere değinilmiştir. Üçüncü bölümde ise spor etkinlikleri sonucunda beklenen abartılı turizm gelişmesine yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışma, ev sahibi olma potansiyeli ve talebi taşıyan destinasyonlara yönelik öneriler ile son bulmaktadır.

1. Büyük Spor Etkinliklerinin Temel Özellikleri

Büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak ülkelerin küresel saygınlığını ve rekabet edebilirliğini arttırmada, ekonomik, politik, sosyal ve şehircilik gelişimini ateşlemede önemli birer unsur olarak görülmektedir (Essex ve Chalkley, 1998:189; Argan, 2004:165; Matheson ve Baade, 2004:1085; Malfas vd., 2004:211; Deloitte 2013:1). Olimpiyat oyunları gibi dünyanın en saygın spor etkinliği sayılan (Essex ve Chalkley, 1998:189) uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmak istenmesinin nedenleri arasında bölgelerin sosyo-kültürel ve çevresel gelişimi, gelir düzeyini artırma ve turizmi canlandırma gibi unsurlar yer almaktadır (Getz, 2008:412; Ersungur ve Akıncı, 2013:5066). Büyük etkinlikler yalnızca yerel ekonomiye gelir sağlayan değil ayrıca ülkeleri dünyaya tanıtan, onları birer turizm çekicilik noktası yapan, doğrudan ve dolaylı bir çok etki yaratan etkinliklerdir (VisitScotland, 2012:2). Bu etkinliklerin içerdiği spor dalları genellikle uluslararası seviyedeki futbol, atletizm, ragbi, motor sporları ve at yarışı gibi mücadeleleri içerir. Olimpiyat Oyunları, Asya Oyunları, Pan-American Oyunları, İngiliz Milletler Oyunu ve Dünya Futbol Şampiyonası büyük spor organizasyonları olarak ifade edilir (Malfas vd., 2004:211). Bu noktada Türkiye'de son 10 yılda önemli spor etkinliğine ev sahipliği yapmıştır. Bunların içerisinde büyük olarak adlandırılabilen spor organizasyonları Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Türkiye'de Düzenlenen Büyük Spor Organizasyonları

Yıl	Organizasyon Adı	Şehir
2005	Avrupa Şampiyonlar Ligi Final müsabakası	İstanbul
2005-2012	Formula 1 Grand Prix	İstanbul
2005	Dünya Üniversite Yaz Oyunları	İzmir
2011	Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları	Trabzon
2011	Dünya Üniversite Kış Oyunları	Erzurum
2012	Özel Sporcular Dünya Kayak Şampiyonası	Erzurum
2012	Dünya Salon Atletizm Şampiyonası	İstanbul
2012	FIBA Kadınlar Ligi 8'li Finali	İstanbul
2012	Dünya Satranç Olimpiyatları	İstanbul
2013	FIFA 20 Yaş Altı Dünya Kupası	İstanbul, Bursa, Antalya, Trabzon, Gaziantep, Kayseri ve Rize
2013	Dünya Gençler Tekerlekli Sandalye Basketbol Şampiyonası	Adana
2013	Dünya Kadınlar Tenis Şampiyonası	İstanbul
2013	XVII. Akdeniz Oyunları	Mersin

Kaynak: (Çakıcı ve Yavuz, 2012; Gsb, 2013a).

Büyük organizasyonları diğerlerinden ayıran en temel özelliklerin başında Mules'in (1998) ifadesiyle kamu ve özel sektörün yatırımlar konusunda işbirliğinin kaçınılmaz olması yer alır. Bunun başlıca sebebi büyük spor organizasyonlarının adları gibi büyük maliyetler gerektiren organizasyonlar olmalarıdır. Bu organizasyonlarının altyapı ve üstyapı maliyetleri ile operasyonel maliyetlerinin büyüklüğü, sağlayacağı ekonomik getirileri sorgulatacak derecede büyüktür (Matheson ve Baade, 2004:1087; Owen, 2005:1-2). Bu sebeple son dönemlerde gerçekleşen etkinliklerde kamu ve özel sektör ortaklıklarının sayısında önemli bir artış olmuş ve bu ortaklıklarda özel sektör kuruluşları altyapı finansmanına yardım etme karşılığında, etkinlik sona erdikten sonra, tesislerin ticari amaçlarla kullanma hakkına sahip olmaktadır (Deloitte, 2013:5).

Büyük spor organizasyonların bir diğer özelliği ise devletin finansal garantörlük ve güvenlik konularında garanti vermesidir (Zimbalist, 2010:10; Deloitte, 2013:5). Pekin Olimpiyat Oyunlarını örneğini göz önünde bulundurursak bu maliyetlere garantörlük edebilecek yegâne kurumun devlet olduğu görülmektedir. Maliyetlerin büyüklüğü bazen devletlerin adaylığa yanaşmamalarına dahi neden olabilmektedir. Örneğin 1984 Olimpiyat Oyunlarına hiçbir ülke aday olmamış, büyük ısrarların sonucunda Los Angeles şehri aday olmuş fakat oyunları kabul etme şartı olarak finansal yükümlülüğe girmeyeceğini belirtmiştir (Zimbalist, 2010:9).

Büyük spor organizasyonlarını diğerlerinden ayıran en temel özelliklerden bir diğeri de yerli halk, kamuoyu, yerel otoriteler, siyasi partiler (rakip olsalar dahi) devlet ve özel sektör gibi birçok unsurun bir arada aynı heyecanı ve tutkuyu paylaşma arzusunun gerekliliğidir (Deloitte, 2013:5). Örneğin Almanya'nın 2006 Dünya Kupasına ev sahipliği hakkı kazanması başta eski futbol yıldızı Franz Backenbauer, Vancouver'ın 2010 Kış Olimpiyatlarına ev sahipliği hakkı kazanması ise başta dünyaca ünlü iş adamı Jack Poole'un liderliğinde tüm siyasi partiler, kamuoyu ve diğer paydaşların birlikte hareket etmesiyle mümkün olmuştur (Deloitte: 2013:13).

Yerli halkın şehri sahiplenmesi ve ülkeleri ile gurur duyması oldukça önemlidir (Mihalik ve Simonetta, 1999; Preuss, 2005; Getz, 2008; Zimbalist, 2010; Deloitte, 2013:8). Bu duyguları hissedene yerli halkın ve toplumun tüm paydaşlarının organizasyonlarda gönüllü olarak görev alması ve işbirliği yapması ve şehirlerine gelen sporcu ve seyircileri misafirperver bir şekilde ağırlaması, şehrin ve ülkenin imajı açısından oldukça önemlidir (Deloitte, 2013:6-8). Oldenboom'un (2006) Belçika ve Hollanda ortaklığında düzenlenen Euro 2000 Futbol Kupası'na katılan izleyiciler üzerinde yaptığı araştırmada; katılımcıların organizasyon öncesi ve sonrası algıladıkları imajın destinasyonun iklimi ve manzarası gibi etkenlerden ziyade Hollandalı yerli halkın olumlu davranışlarından kaynaklı değiştiğini ortaya koymuştur. Organizasyonun kendi yaşam kalitelerini arttıracak ve toplumu iyi yönde değiştireceğine inanan yerli halkın etkinliklere ev sahipliği yapılmasını daha çok desteklemesi mümkündür. Son olarak büyük spor etkinliklerinin ayırt edici özelliklerinden birisi de ilgili tarihler arasında orada bulunulmadığı takdirde benzer bir deneyimin tekrar yaşanma şansı oldukça düşüktür (Argan, 2004:162; Getz 2008:404). Her ne kadar bu tür organizasyonlar belli zaman dilimleri arasında tekrarlanırsa dahi, ev sahibi şehir/ülkenin farklı olmasından dolayı yaşanan deneyimler farklı olacaktır.

Sonuç olarak büyük spor organizasyonlarını büyük yapan kendisine has özellikleri; yüksek altyapı ve üst yapı maliyeti olması, finansal garantörlük ve güvenlik sağlama taahhüdü, tüm paydaşların birlik ve tutku içinde olması, yerli halkın desteğine olan ihtiyaç ve tek deneyimlik olması şeklinde özetlemek mümkündür.

2. Büyük Spor Etkinliklerinden Büyük Ekonomik Beklentiler!

Büyük spor etkinliklerinin öncesi ve sonrası ortaya çıkan politik, ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerin büyüklüğünün yanı sıra medya tarafından gösterilen ilgi akademisyenleri ve uygulayıcıları bu konuyla ilgili çalışmalar yapmaya yöneltmiştir (Getz, 2008:412). Yapılan yazın taraması sonucunda ulaşılan çalışmaların; organizasyonların getirileri ve maliyetleri (Andronovich vd., 2001; Malfas vd., 2004; Horne ve Manzenreiter, 2004; Solberg ve Preuss, 2007; Zimbalist, 2010; Romanchuk, 2012; Ersungur ve Akıncı, 2013), ekonomik etkileri (Muller, 1998; Gratton vd., 2000; Siegfried ve Zimbalist, 2000; Austrian ve Rosentraub, 2002; Kasimati, 2003; Matheson ve Baade, 2004; Preuss, 2005; Gratton vd., 2006; Dick ve Qingwei, 2008; Levermore, 2008), şehir planlamasına etkileri (Essex ve Chalkley, 1998; Chalkley ve Essex, 1999), yerli halka etkileri ve yerli halk algısı (Jones, 2001; Kim vd., 2004; Gursoy ve Kendall, 2006; Lorde vd., 2011; Prayag vd., 2013) ve büyük spor organizasyonlarının sosyolojisi ve yaygınlaşma süreci (Horne ve Manzenreiter, 2006; Roche, 2006) konularında yoğunlaştığı görülmektedir. Turizmle ilişkili çalışmalara baktığımızda; büyük spor etkinliklerinin getirileri ve maliyetleri başlığında yapılan pek çok çalışmanın turizme ilişkin değerlendirmeler yaptığı görülmektedir. Bununla birlikte turizm özelinde çalışılan başlıca konular; spor etkinliklerinin turizm gelişmesine etkisi (Chalip, 2002; Fourie ve Gallego, 2011; Hebein, 2012) destinasyon imajı ve turist davranışı (Kim ve Morrision 2005; Kaplanidou ve Vogt 2007; Zhang ve Zhao, 2009) dir.

Alan yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde büyük spor organizasyonlarının ev sahibi şehir ve bölgeye bir çok açıdan yoğun bir olumlu etki yarattığı konusunda hemfikir olduğu buna karşın yaratılan ekonomik etkiler konusunda farklı görüşlerin olduğu görülmektedir (Matheson ve Baade, 2004:1090; Owen, 2005:1; Horne ve Manzenreiter, 2006:10). Büyük spor etkinliklerinin ekonomik etkileri araştırılırken söz konusu organizasyonun türü, karmaşıklığı ve süresi oldukça önemlidir. Aksi halde büyük spor etkinliklerini bir bütün olarak görüp, etkileri hakkında değerlendirme yapmak sağlıklı olmayacaktır. Ek olarak ülkelerin gelişmişlik durumu spor etkinliklerinin getiri ve maliyetlerini (altyapı harcaması, gelir ve istihdam gibi) etkileyen bir başka faktördür (Matheson ve Baade, 2004:1091). Örneğin Amerika Birleşik Devletleri, 1994 Dünya Kupası tesis yatırımları için 30 milyon dolar harcarken, Güney Kore 2002 Dünya Kupası tesisleri için yaklaşık 2 milyar dolar para harcamıştır (Matheson ve Baade, 2004:1091-1092). Bunun yanında endüstrisi gelişmiş ülkelerde yerli halkın satın alma gücü daha yüksek olabilir ve bu durum tesis doluluklarını etkileyebilir. 2002 FIFA Dünya Kupası'nı düzenleyen ülkelerden Japonya %89,1 tesis doluluğu yakalamışken, Güney Kore % 78,8 doluluk oranında kalmıştır (Matheson ve Baade, 2004:1091-1093). Büyük spor etkinlikleri altyapı ve müsabaka tesislerine yapılan yatırımlar sebebiyle büyük miktarda kamu harcaması ortaya çıkartması akademik çalışmaların çoğunluğunu harcanan paranın iş gücü yaratma ve ziyaretçi harcamaları gibi unsurlara etkisini araştırmaya

itmiştir (Owen, 2005:1). Alan yazında yapılan çalışmaların derlenmesi sonucu ortaya çıkan olumsuz etkiler şu şekildedir;

2.1. Yüksek Borçlanma

Olimpiyat Oyunları gibi büyük spor etkinlikleri o kadar yüksek bir altyapı ve tesis maliyeti gerektiren organizasyonlardır ki çoğu zaman yalnızca başabaş noktasına ulaşılabilir (Essex ve Chalkley, 1998:187). Örnek vermek gerekirse, 2004 Olimpiyat Oyunları için Yunanistan Hükümeti 10 milyar dolar, 2008 Olimpiyat Oyunları için ise Pekin 40 milyar doların üzerinde altyapı yatırımı yapmıştır (Zimbalist, 2010:10). Bu sebeple ilk olumsuz etki oyunların sonunda ortaya çıkabilecek ağır borçlanmadır. Örneğin 1976 Montreal (Kanada) Yaz Olimpiyatları ödemesi otuz yıl alan 10 milyar dolarlık borçla (2009 yılı dolar karşılığı), 1992 Barcelona Yaz Olimpiyatları toplam 6.1 milyar dolar borçla kapatmış ve Yunanistan 2004 Olimpiyat Oyunları öncesinde 1,6 milyar dolarlık tahmini gider bütçesi hazırlarken oyunlarının sonunda gerçekleşen maliyet 16 milyar doları bulmuştur (Zimbalist, 2010:10). Her ne kadar Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi (OCOG) aday şehirlerin operasyonel masraflarının (ulaşım, açılış-kapanış seromonisi, ulaşım, eğlence ve güvenlik gibi) bir kısmını üstlense de altyapı ve tesis yatırımları tamamen aday kente aittir (Zimbalist, 2010:10). OCOG sadece açılış ve kapanış seremonilerinin düzenleneceği tesislerin bile 100.000 kişi ve üzerinde kapasiteli olmasını beklemektedir (Zimbalist, 2010:10). Pekin'in Yaz Olimpiyatları için harcadığı 40 milyar dolar masrafın 22 milyar doları spor tesislerinin inşası ve yenilenmesi için ayrılmıştır (Matheson ve Baade, 2004:1094). Matheson ve Baade, (2004:1094) ayrıca yapılan altyapı maliyetlerinin sportif ve genel olarak ayrılmasında belirsizlikler olduğunu ifade ederek, İngiltere Wembley stadyumu için yapılan 650 milyon dolarlık yatırımın 150 milyon dolarının genel altyapı maliyetleri şeklinde ayrılmasını eleştirmiştir. Yazarlar, stadyum olduğu için yapılan yol ve metro yapım maliyetlerinin sportif altyapıyla ilgili olduğunu ve maliyetlerin bir bütün halinde tutulması durumunda organizasyonun ekonomik faydasının daha objektif bir şekilde değerlendirileceğini ifade etmektedir.

2.2. Vatandaşın Vergi Yükü

Büyük spor organizasyonlarının gerçekleştirilmesi için modern ve yüksek kapasiteli tesisler inşa edilmektedir. Örneğin 2002 FIFA Dünya Kupası için Güney Kore ve Japonya oturma kapasitesi 40.000-60.000 arası olan toplam 17 yeni stadyum ve 3 tane modernize edilmiş stadyum hazırlanmıştır (Matheson ve Baade, 2004:1087). Peki, bu büyüklükte tesisler oyunların bitiminde tekrar kullanılabilir mi? Bu yatırımlar ne kadar verimli? Maddi kaynaklar nerden sağlanacak? Bu gibi sorular etkinliklere verilecek desteği etkilediği gibi, etkinliklerin ekonomik katkısını da sorgulatmaktadır (Horne ve Manzenreiter, 2006:11). Amerika Birleşik Devletleri Utah eyaleti yöneticileri, 2002 yılında ev sahipliği yaptığı Kış Olimpiyatları için 1989 yılı karşılığıyla 59 milyon dolarlık verginin kullanılması gerektiğini belirterek bu konuyu referanduma taşımış ve halkın % 57'lik evet oyuyla etkinlikler için kaynak sağlanmıştır (Andronovich vd., 2001:119). Dolayısıyla büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapılırken devlet kaynakları önemli ölçüde vergilere ihtiyaç duyar. Bu nedenle de, etkinlik sonrasında beklenen ekonomik ve diğer istedik olumlu etkilerin yaşanmaması vergi ödeyen vatandaşları mutsuz edecektir. Bir diğer konu ise etkinlikler sonrası stadyum ve benzeri tesislerin operasyonel maliyetlerinin verimliliğiyle ilişkilidir. Örneğin 2012 Londra Olimpiyatları için 850 milyon dolara maliyetle inşa edilen stadyumlar, 1982 Brisbane İngiliz Milletler Topluluğu Oyunları için yapılan birinci sınıf kalite bir atletizm stadyumları, 2002 Utah Kış Olimpiyat Oyunları için yapılan spor tesisleri ve 2000 Sydney Yaz Olimpiyatları'ndan geriye kalan 90,000 kişilik Olimpiyat stadyumu vatandaşlara ek vergi yükü yaratmaya devam etmiş ve düşen talep nedeniyle boş kalan birçok tesis ayakta durmakta zorlanmıştır (Mules, 1998:31; Matheson ve Baade, 2004:1093; Zimbalist, 2010:10).

2.3. Fırsat Maliyetinin Yüksekliği

Yüksek maliyetler ve sürdürülebilirlik konusunda eleştirilen tesis yatırımları elbette ki şehirlerin modernleşmesi adına önemli olan, yerli halk ve ziyaretçiler için hafızalarında saklayacağı anları için birer semboller olabilir (Essex ve Chalkley, 1998:187; Owen, 2005:5; Solberg ve Preuss, 2007:217). Buna karşın bu yatırımların ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ele alındığında fırsat maliyetleri açısından değerlendirilmesi ve aynı paraların yerel halkın eğitim ve sağlık gibi diğer hizmetleri için kullanılması durumunda ortaya çıkabilecek fırsat maliyetinin de hesaba katılması gerekmektedir (Owen, 2005:5). Örneğin Nijerya'nın yeni ulusal stadyumu için yapmış olduğu 330 milyon dolarlık rakam, ülkenin yıllık eğitim ve sağlık için harcadığı yıllık harcamaların üzerindedir (Matheson ve Baade, 2004:1092).

2.4. Ekonomik Sızıntı

Matheson ve Baade (2004:1081) büyük spor organizasyonlarından elde edilen getirilerin dışarıdan hizmet veren işletmelere sızmasını olumsuz bir durum olarak ifade etmiş ve tam istihdam durumunda ev sahibi şehrin dışarıdan işgücü sağlanmasının gelirin yerel ekonomiden sızmasına neden olacağını belirtmektedir. Getz'in (2008) geliştirmekte olan şehir/ülkelerde bu organizasyonların yapılmasının ekonomik açıdan daha istendik

getiriler sağlayacağını belirtmektedir. Bu durumun benzer şekilde sızıntıları da azaltmanın bir yolu olması muhtemeldir. Sızıntılar konusunda bir diğer husus ise etkinlik esnasında hizmet veren yerel işletmelerin kendilerine önceden vaat edilen ekonomik beklentilerinin karşılanmamasıdır. Örneğin 1996 Atlanta Yaz Olimpiyatları'nda birçok yerel işletme Olimpiyat noktalarına giriş yapamamış, gelirin büyük bir kısmı yerel ekonomide yer almayan işletmelere ve çalışanlara gitmiştir (Owen, 2005:8). Benzer şekilde turizm gelirleri de otellerin ulusal ya da uluslararası sahiplik durumuna göre ekonomik sızıntıya yol açmaktadır (Matheson ve Baade, 2004:1091).

2.5. Gerçekçi Olmayan Ekonomik Getiri Beklentisi

Matheson ve Baade, (2004) ve Owen, (2005), alan yazındaki bazı çalışmaların büyük spor etkinliklerinin ekonomik etkilerini abartılı anlattığını ve hatalı hesaplandığını ileri sürmektedir. Spor etkinliklerinin ekonomik etkilerini inceleyen çalışmalarda yapılan başlıca hatalar; maliyetlere fayda gözüyle bakılması, fırsat maliyetinin göz ardı edilmesi, net harcamalar yerine brüt harcamaların kullanılması ve çarpan etkileri abartmak olarak sıralanmaktadır (Matheson ve Baade, 2004:1090-1091; Owen, 2005: 2-3; Horne ve Manzenreiter, 2006:10). Owen, maliyet kalemlerinin ekonomik faydaymış gibi gösterilmesini şu şekilde ifade etmektedir; *“Stadyum ve benzeri tesislerin yapımında kullanılan malzemelerin yerel üreticilerden alınması ve yerel işgücü kullanılması gibi olayların yerel ekonomiye fayda sağladığı iddiası akademik çalışmaların yaptığı muazzam bir hatadır. Yatırım projelerine aşırı derecede üretim odaklı bakılması sebebiyle ve ürünü tüketecek olan gerçek tüketicinin sağlayacağı faydanın üzerinde durulmamaktadır. Böylelikle maliyet olarak nitelendirilmesi gereken kalemler fayda olarak nitelendirildiği gibi, bir de doğrudan ve dolaylı olarak ikiye ayrılmaktadır”* (Owen, 2005:3). Brüt harcamalar üzerinden ekonomik etkinin hesaplanmasını yanlış bulan Matheson ve Baade (2004:1090), oyunlar döneminde yerli halkın harcamalarının hesaba katılmasını eleştirmektedir. Dolayısıyla net gelirin yanlış hesaplandığını iddia etmektedir.

3. Spor Etkinliklerinin Turizm Gelişmesine Etkisi: Olumlu İmaj Turizm Gelişmesi Sağlamak İçin Yeterli mi?

1980'li yıllarda alan yazınında yerini almaya başlayan büyük ve özellikli etkinliklerin turizme olan etkisi önemli bir ilgi konusu haline gelmiş ve büyük spor etkinlikleri başlıca ilgi gören konulardan birisi olmuştur (Gratton vd., 2000:17-18). Bilhassa, Olimpiyat Oyunları ve FIFA Dünya Kupası gibi uluslararası organizasyonlar ev sahipliği yapan bölgeye turistik hareket sağlama ve medyanın ilgisini çekme bakımından en önemli potansiyele sahip olan organizasyonlar olarak öne çıkmıştır (Essex ve Chalkley, 1998:189; Jones, 2001:242; Argan, 2004:164; Horne ve Manzenreiter, 2006:5). 2004 Atina Olimpiyatları'nı televizyondan izleyen seyirci sayısının yaklaşık 3,9 milyar olduğu tahmini ele alındığında (Horne ve Manzenreiter, 2006:2) bu potansiyelin büyüklüğü ortadadır.

Bazı şehirler/ülkeler tanınırlığını arttırmanın en kestirme yolu olarak bu tür etkinliklere ev sahipliği yapmayı görür (Jones, 2001:241). Medya desteği (Kaplanidou, 2006) ve sponsorlar (Argan, 2004) gibi husular ev sahibi destinasyonların küresel imajlarının ve turizm bölgesi olarak çekiciliklerinin gelişmesini tetikler (Deloitte, 2013:6). Örneğin, 2002 Salt Lake Kış Olimpiyatları bölgenin kayak endüstrisini tanıtmayı ve uzun dönemli turizm gelişmesi sağlaması açısından oldukça etkili olmuştur (Andranovich vd., 2001:119). Benzer şekilde 1992 Barcelona Yaz Olimpiyatları, 1994 Norveç Kış Olimpiyatları, 2000 Sydney Yaz Olimpiyatları, 2008 Pekin Yaz Olimpiyatları Vancouver 2010 Kış Olimpiyatları (Deloitte, 2013). ve 2006 FIFA Almanya Dünya Kupası (Florek vd., 2008) etkinlikleri sayesinde ev sahibi ülkeler çeşitli açılardan tüm dünyada olumlu bir imaj ve tanınırlık elde etmiştir.

Chalip (2002) Sydney Olimpiyatları sayesinde Avustralya'nın Sydney dışındaki diğer eyaletlerinin de tanıtıldığını ifade etmiştir. Kim ve Morrision (2005) yabancı turistler üzerinde yaptığı araştırmasında 2002 Dünya Kupası'nın Güney Kore'nin imajına etkisini incelemiştir. Verilen yanıtlar, Amerikalı, Çinli ve Japon katılımcıların etkinlik öncesi imaj algılarının etkinlik sonrasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yükseldiğini göstermektedir. Benzer şekilde Kaplanidou ve Vogt (2007) yaptığı çalışmada spor etkinliğinden duyulan memnuniyetin destinasyon imajını olumlu etkilediğini bulmuştur. Buna karşın Lee vd., (2005) turistlerin etkinlik bölgesindeki deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyeti ile ilişkisi olmadığını bulmuştur. Solberg ve Preuss (2007:217) yaratılmaya çalışılan destinasyon imajının, büyük spor etkinliklerinin kısa süreli yapısından ötürü zorlu bir çaba olduğunu belirtmiştir. Örneğin, Oldenboom (2006) çalışmasında araştırmaya katılan turistlerin % 55,1'inin etkinliğin üzerinden bir yıl geçtikten sonra ev sahibi şehirleri hatırlamadıkları ve katılımcıların yalnızca % 10'unun (Alman ve İngiliz ağırlıklı) Euro 1996' spor etkinliğinin hangi kentte düzenlendiğini tam olarak hatırladıklarını bulmuştur (Oldenboom, 2006:142).

Olumlu imaj ve tanınırlığın sayesinde oldukça önemli miktarda turizm geliri elde eden ülkeler olduğu gibi turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından ilerleyen yıllar içerisinde bekleneni elde edemeyen ülkeler de mevcuttur. 2000 yılı Atlanta Yaz Olimpiyatları'nda *Super Bowl* müsabakası 100.000'den fazla turisti bölgeye çekmiş, seyirciler ortalama 3,7 gün konaklama yapmış ve ortalama 350 ABD doları harcama yapmıştır (Argan 2004: 159). Benzer şekilde, İngiltere Euro 96 Futbol Şampiyonasında ülkeyi ziyaret eden 280.000 yabancı

ziyaretçi, ülkenin turizm gelirlerinde % 3'lük bir artışa sebep olmuştur (Gratton vd., 2010:21). Buna karşın bazı etkinlikler beklenen getiriyi sağlayamadığı gibi, turist sayılarında ve gelirlerinde azalışlara neden olmaktadır. Atlanta 1996 Yaz Olimpiyatları zamanında bölgeye gelen toplantı turisti sayısının 9 yıllık artışın ardından düşmüş, toplam otel doluluklarının % 72.90'dan % 68'e gerilemiştir (Owen, 2005:7). Benzer şekilde 1994 Norveç Kış Olimpiyatları yerli halka pek çok fayda sağlamışsa da beklenen turizm gelişmesini yaratamamış ve Lillehammer kasabesindeki otellerin yaklaşık % 40'ı iflas etmiştir (Teigland, 1999).

Fouire ve Gellego (2011: 1369) büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapmanın turist sayılarını arttırıp arttırmadığını incelediği çalışmada Yaz ve Kış Olimpiyatları, FIFA Dünya Kupası, Kriket Dünya Kupası, Ragbi Dünya Kupası ve Lions Tur gibi 6 büyük organizasyonunu incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapmanın ortalama turist sayısını % 8 arttırdığı ifade eden yazar, bununla birlikte etkinliklerin türünün turist sayıları üzerindeki etkiyi önemli biçimde değiştirdiğini bulgulamıştır. Buna göre Kış Olimpiyatları ve Ragbi Dünya Kupası etkinliklerinin turist sayıları üzerinde önemli bir etkisi bulunmamıştır (Fouire ve Gellego, 2011). Dolayısıyla, spor etkinlikleri sonucunda ortaya çıkan olumlu imaj ve tekrar ziyaret niyetlerinin uzun vadeli olması için müsabakaların gerçekleştiği zaman zarfının dışına çıkılması gerekmektedir. Ana motivasyon unsuru spor müsabakalarını izlemek olan turistler için (Lee vd., 2005:853; Florek vd., 2008:199) destinasyona ait tüm çekiciliklerin gerek etkinlik öncesi gerekse etkinlik sonrası tanıtılmaya devam edilmesi gerekmektedir. Aksi halde ülke/bölge/şehirlerin tanıtılabilirliğinde ve imaj yaratılmasında başarıya ulaşılabilmeye karşın istenilen turizm gelişmesi ve kalkınmasının sağlanması zordur.

4. Tartışma ve Sonuç

Büyük etkiler bırakma vaadiyle ön plana çıkan büyük spor etkinlikleri gerçekten de söz edildiği kadar büyük etkiler bırakmakta mıdır? Etkinlikler düzenleyenler için bir güç göstergisi mi, yoksa düzenlendiği bölgeye faydalar sağlayan bir araç mı? Etkinliklerin etkisi kısa vadeli mi, yoksa şehirlerin dünyaca tanınmasını sağlayacak şekilde uzun vadeli mi? Dünyanın tanıdığı bir ev sahibi destinasyon turizm gelişmesinden istediği payı alabilir mi? Bu sorulara cevap vermek elbette çok kolay değil. Boyutları ve yarattığı etkiler açısından oldukça büyük bir çeşitliliğe sahip olan büyük spor etkinlikleri birbirinden çok farklı sonuçlar doğurmaktadır. Hükümetlerin öncelikli görevlerinin topluma fayda sağlayacak yatırımları gerçekleştirmek olduğu düşünüldüğünde politik çıkarlar ve popülist söylemler ile halkı aşırı beklentilere sokmasının doğru olmayacağı ortadadır. Büyük spor etkinliklerinin getirileri ve maliyetleri değerlendirildiğinde, alan yazında yapılan bir çok çalışma büyük spor etkinliklerinin ekonomiye ve hane halkı gelirine etkisinin az olduğunu, buna karşın altyapı ve tesisler için yapılan harcamalar sayesinde geleceğe ilişkin uzun vadeli faydalar sağladığı görüşünde hem fikirdir (Jones, 2001: 248; Matheson ve Baade, 2004:1094; Owen, 2005:15; Solberg ve Preuss, 2007:219). Bu sebeple ev sahibi ülke ve bölge insanlarının yanlış beklentilere sokulmaması gerek etkinliklerin başarısı gerekse gelecek etkinliklere destek anlamında çok büyük öneme taşır.

Ayrıca etkinliklere ev sahipliği yapacak destinasyonların karar vericiler tarafında seçimi de önem verilmesi gereken bir diğer noktadır. Alt yapı gelişimi, tesis sayısı ve niteliği, istihdam, güvenlik, ulaşılabilirlik, yerli halk desteği, imaj, turizm alt yapısı ve turist sayıları gibi anahtar değişkenler ev sahibi destinasyonların seçiminde dikkatlice ele alınmalıdır. Elde edilmesi hedeflenen getiriler ile bu değişkenlere sahip en uygun destinasyonun seçilmesi birbiriyle yakından ilgilidir. Bu bağlamda bahsedilen anahtar değişkenler göz önüne alındığında İstanbul'un 2020 Olimpiyat Oyunları'na aday kent olarak seçilmesi, U20 2013 Dünya Kupası'na İstanbul, Bursa, Antalya, Trabzon, Gaziantep, Kayseri ve Rize şehirlerinin ev sahipliği yapması ve Mersin'in 2013 Akdeniz Oyunlarına ev sahipliği yapması tekrar gözden geçirilmesi gereken örneklerdir.

Bununla birlikte daha önce düzenlendiği birçok şehir ve ülkede turizm açısından önemli katkılar sağlayan büyük spor etkinliklerinin neden her yerde aynı sonuçları doğurmadığı önemli bir sorun olarak göze çarpmaktadır. Uluslar arası seyahatlerin pahalılığı, turistlerin sosyo-ekonomik yapıları ve aynı yerleri ziyaret etmektense yenilik arama niyetinde olması gibi sebepler turistlerin tekrar ziyaret niyetlerini etkileyen unsurlardır (Lee vd., 2005:853). Yapılan büyük yatırımlara karşın etkinliklerin süresinin kısıllığı da göz önüne alındığında destinasyonlara ait farkındalık ve tutundurma faaliyetleri için alışlagelen yöntemlerin dışına çıkılması gerektiği söylenebilir.

Destinasyonların turistik altyapılarını yenileme ve turistik ürün oluşturma yeteneği sayesinde uzun dönemli turizm getirisi elde etmelerinin mümkün olabileceğini ifade eden Solberg ve Preuss (2007:218-2019), spor etkinlikleri için alt/üst yapı ve tesis yatırımları planlanırken gelecek dönemde düzenlenmesi muhtemel diğer etkinliklerin de göz önüne alınması gerektiğini ifade etmektedir. Böylece ev sahibi şehirler zaman içerisinde turizm destinasyonu olarak rakiplerine karşı avantajlı bir hale gelebilir (Owen, 2005:6). Bu avantajın sürdürülebilir olması için destinasyonların devamlı olarak tutundurma faaliyetleri yapması gerekmektedir. New York, Londra ve Paris gibi şehirler hala büyük spor etkinliklerine talep göstererek devamlı bir turizm gelişmesi göstermeye çalışırlar (Solberg ve Preuss, 2007:218). Ayrıca etkinliklerin kısa süreli yapısından dolayı turistler gözünde istenilen imajın bırakılamaması sorununun üstesinde gelmek için (Oldenboom, 2006:142) destinasyonların oyunların başlamasından önce yaptığı tesislerde spor veya kültürel etkinlikler, festivaller, konserler, kongreler veya çok amaçlı diğer etkinlikler düzenlemesi faydalı olabilir (Solberg ve Preuss, 2007:

219). Böylelikle destinasyonların imajı güçlendirilebilir ve farkındalık yaratılabilir. Aksi halde yalnızca oyunlar döneminde destinasyona yönelik olumlu imaj yaratılmasının yetersiz bir çaba olabileceği söylenebilir. Ayrıca bir destinasyon ev sahipliği yaptığı spor organizasyonu sonrasında da turizm gelirlerini arttırmak istiyorsa etkinliğe ilişkin alt ve üst yapı yatırımlarına ek olarak müzeler, alışveriş mağazaları, özel turistik çekim merkezleri ve benzeri tesisleri için de yatırım yapmaları gerektiğini ifade etmektedir (Solberg ve Preuss, 2007:221).

Etkinliklere ev sahipliği yapan destinasyonların, pazarlama stratejilerinde istedik tutundurma başarısı sağlaması için kamu ve özel sektör işbirliğinin de oldukça önemli olduğunu ifade eden Solberg ve Preuss (2007:219), yatırımların uzun vadeli faydalar yaratabilmesi için yalnızca kamu kaynaklarının kullanılmasının destinasyon tutundurma çabaları açısından yetersiz sonuçlar üretebileceğini ve turizm pazarlamasına ilişkin özel sektör temsilcilerinin sorumluluk üstlenmesi gereken sorumluluklar olduğunu belirtmektedir. İsteddiği ekonomik etkileri sağlayamadığını düşünen bazı ev sahipleri için doğru noktalardan birisi de hedeflerini küçültmek olabilir. Örneğin 2011 Ragbi Dünya Şampiyonası'na ev sahipliği yapan Yeni Zelanda spora doğası gereği sahip olduğu dezavantajların farkına vararak başarı şansının daha yüksek olduğu ve yerli halkın ilgi duyduğu ikinci ya da üçüncü kademe etkinliklere ev sahipliği yapmayı tercih etmiştir (Deloitte, 2013:13). Bu noktada ev sahibi destinasyona gelen turist sayısı, bölgede ilgi duyulan spor türü ve yerli halkın etkinlikler hakkındaki algısı organizasyonun başarısını etkileyen unsurlardır (Fouire ve Gellego, 2011:1369). Galler'in 1999 yılında düzenlediği Ragbi Dünya Kupası için gerek yerli halk gerekse politikacılardan aldığı desteğin arkasında ragbi spor kültürünün toplumda yaygın olması gösterilmektedir (Jones, 1999:245).

Kaynakça

- Andronovich, G., Burbank, J.M., ve Heying, H.C. (2001). Olympic Cities: Lessons Learned from Mega-Event Politics, *Journal of Urban Affairs*, 23, 113-131.
- Argan, M. (2004), Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 158-168.
- Austrian, Z. ve Rosentraub, M. S. (2002). Cities, Sports, and Economic Change: A Retrospective Assessment, *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 549-563.
- Chalip, L. (2002). Using the Olympics to optimise tourism benefits. *University lectures on the Olympics, Centre d'Estudis Olímpics (UAB)*.
- Çakıcı, C. ve Yavuz, G. (2012). 2013 Akdeniz Oyunları Bağlamında Spor Etkinlikleri ve Olası Etkileri, *I. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, İ.İ.B.F. Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çağ Üniversitesi, Mersin*, 13-28.
- Deloitte (2013), *Kalıcı Bir Miras - Önemli Spor Etkinlikleri Ev Sahibi Ülkeler ve Ekonomilerinde Nasıl Olumlu Bir Değişim Sağlayabilir*, (http://www.deloitte.com/assets/Dcom_Turkey/Local%20Assets/Documents/turkey-tr_ps_KaliciBirMiras_160610.pdf) (Erişim 30 Aralık 2013).
- Dick, C. D. ve Wang, Q. (2008). The Economic Impact of Olympic Games: Evidence from Stock Markets, *ZEW Discussion Papers*, No. 08-060, 1-10.
- Dolles, H. ve Söderman, S. (2008). Mega-Sporting Events in Asia-Impacts on Society, Business and Management: An Introduction, *Asian Business & Management*, 7, 147-162.
- Ersungur, Ş. M. ve Akıncı, M. (2013). 2011 Universiade Kış Oyunlarının Erzurum Ekonomisi Üzerindeki Etkileri: Bir Uygulama, *Journal of Yaşar University*, 30(8), 5064-5085.
- Essex, S. ve Brian, C. (2003). Urban transformation from hosting the Olympic Games: university lecture on the Olympics, (<http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/essex.pdf>) (Erişim tarihi: 20 Şubat 2013)
- Essex, S. ve Chalkley, B. (1998). Olympic Games: Catalyst of Urban Change, *Leisure Studies*, 17, 187-206.
- 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. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 199-219.
- Fouire, J. ve Santana-Gallego, M. (2011). The Impact of Mega-Sport Events on Tourist Arrivals, *Tourism Management*, 32, 1364-1370.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research, *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gratton, C., Dobson, N. ve Shibli, S. (2000). The Economic Importance of Major Sports Events: A Case-Study of Six Events, *Managing Leisure*, 5, 17-28.
- Gsb (2013a), *Organizasyonlar*, (<http://www.gsb.gov.tr/site/organizasyon.aspx#>) (Erişim 25 Şubat 2013).
- Gursoy, D., ve Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.

- Hebein, J. (2012). The Impact of Mega-events on Inbound Tourism Demand. (<http://economics-files.pomona.edu/GarySmith/Econ190/Hebein,%20final%20draft.pdf>) (Erişim Tarihi: 17 Kasım 2013).
- Horne J. ve Manzenreiter, W. (2004). Accounting for Mega-Events, *International Review for the Sociology of Sport*, 39(2), 187-203.
- Horne J. ve Manzenreiter, W. (2006). An Introduction to the Sociology of Sports Mega-Events, *The Sociological Review*, 54(2), 1-24.
- Jones, C. (2001). Mega-Events and Host-Region Impacts: Determining the True Worth of the 1999 Rugby World Cup, *International Journal of Tourism Research*, 3, 241-251.
- Kaplanidou, K. (2006). Do Sport Tourism Events Have A Brand Image?, *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*, Northern Research Station, Bolton, 2-7.
- Kaplanidou, K. ve Vogt, C. (2007). The Interrelationship Between Sport Event and Destination Image and Sport Tourists' Behaviours, *Journal of Sport Tourism*, 12(3-4), 183-206.
- Kasimati, E. (2003). Economic Aspects and the Summer Olympics: A Review of Related Research, *International Journal of Tourism Research*, 5, 433-444.
- Kim, H. J., Gursoy, D., ve Lee, S. B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86-96.
- Kim, S. S., ve Morrison, A. M. (2005). Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26(2), 233-247.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., ve Lee, B. (2005). Korea's destination image formed by the 2002 World Cup. *Annals of tourism research*, 32(4), 839-858.
- Levermore, R. (2008). Sport a new engine of development?, *Progress in development studies*, 8(2), 183-190.
- Lorde, T., Greenidge, D., ve Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism management*, 32(2), 349-356.
- Malfas, M., Theodoraki, E. ve Houlihan, B. (2004). Impacts of the Olympic Games as Mega-Events, *Municipal Engineer*, 157(3), 209-220.
- Matheson, V. A. ve Baade, R. A. (2004). Mega-Sporting Events in Developing Nations: Playing the Way to Prosperity?, *The South African Journal Economics*, 72(5), 1085-1096.
- Mihalik, B. J. ve Simonetta, L. (1999). A Midterm Assessment of the Host Population's Perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, Attendance, Benefits, and Liabilities, *Journal of Travel Research*, 37, 244-248.
- Mules, T. (1998). Taxpayer Subsidies for Major Sporting Events, *Sport Management Review*, 1, 25-43.
- Oldenboom, E.R. (2006). *Costs and benefits of major sports events. A case study of Euro 2000*. Amsterdam: MeerWaarde Onderzoeksadvies.
- Owen, J. G. (2005). Estimating the Cost and Benefit of Hosting Olympic Games: What Can Beijing Expect from Its 2008 Games, *The Industrial Geographer*, 3(1), 1-18.
- Pillay, U. ve Bass, O. (2008). Mega-events as a response to poverty reduction: The 2010 FIFA World Cup and its urban development implications, *Urban Forum* (19-3), 329-346.
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., ve Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629-640.
- Preuss, H. (2005). The economic impact of visitors at major multi-sport-events. *European Sport Management Quarterly*, 5, 283-304.
- Roche, M. (2006). Sports Mega-Events, Modernity and Capitalist Economies: Mega-events and modernity revisited: globalization and the case of the Olympics. *The Sociological Review*, 54(2), 25-40.
- Romanchuk, E. (2012). Long-term Effects Estimation of Mega-sport Events on Hosting Countries with Transition Economies, *7th Silk Road International Conference*, 279-283, Tbilisi- Batumi, GEORGIA.
- Siegfried, J. ve Zimbalist, A. (2000). The Economics of Sports Facilities and Their Communities, *Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 95-114.
- Solberg, H. A. ve Preuss, H. (2007). Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts, *Journal of Sport Tourism*, 21, 213-234.
- Teigland, J. (1999). Mega-events and impacts on tourism; the predictions and realities of the Lillehammer Olympics. *Impact assessment and project appraisal*, 17(4), 305-317.
- Visit Scotland (2012). "Sport Tourism - The Scale of Opportunity from hosting a Mega Event", Insight Department, (<http://www.visitscotland.org/pdf/Sport%20Tourism%20Scale%20of%20Opportunity%20from%20hosting%20a%20mega%20event.pdf>) (Erişim Tarihi: 03 Mart 2014).

- Zhang, L., ve Zhao, S.X. (2009). City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing. *Cities*, 26(5), 245-254.
- Zimbalist, A. (2010). Is It Worth It?, *IMF Finance & Development*, 47(1), 8-11.