

FIFA Dünya Kupasının Ekonomiye ve Turizme Etkileri*

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK¹, Hüseyin Nasip ÖZALTAŞ², Sadık SERÇEK³

Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, MARDİN,
Mardin Artuklu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, MARDİN,
Dicle Üniversitesi, İİBF Turizm İşletmeciliği Bölümü, DİYARBAKIR,

gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr, huseyinnasipozaltas@artuklu.edu.tr, sadik.sercek@dicle.edu.tr

Geliş Tarihi/Received:

Kabul Tarihi/Accepted:

Yayın Tarihi/Published:

27.11.2018

23.12.2018

27.12.2018

ÖZ

Sosyal yaşamın stresinden uzaklaşmak, kişisel ve toplumsal sağlığı korumak için spor insanların hayatında önemli bir yer tutmaktadır. İnsanlar hem spor yaparak hem de spor etkinliklerini izleyerek sosyal hayatlarına anlam katmak istemektedirler. Bireyler bu etkinliklere katılarak destinasyonlara ekonomik kazanç sunmaktadırlar. Ekonomik küreselleşme pratiklerinin spor ekonomisine ilişkin hemen hemen tüm pazara yayılması ile birlikte özellikle büyük ölçekli spor organizasyonları tamamen küresel bir kimlik kazanmıştır. Dünya kupasının yapıldığı ülkelerin turizm verileri incelendiğinde bu dönemde turist sayısının arttığı ve böylelikle turizm gelirlerinin arttığı söylenebilir. Bu kapsamda dünyanın en büyük spor organizasyonlarından olan FIFA Dünya Kupası etkinlikleri turizm ve ekonomik büyüme açısından önemli görülmektedir. Ancak bu etkinliklere bağlı avantajın sürdürülebilirliğini sağlamak için tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin devam etmesi, ulusal ve uluslararası organizasyonların yapılması ile yapılan yatırımların heba olmamasını sağlayacaktır. Bu kapsamda FIFA Dünya Kupasının yapıldığı ülkelere ekonomik olarak nasıl etki ettiği ve daha sonra özellikle turizm açısından etkileri incelenmiştir. Araştırmada Rusya'da yapılan 2018 FIFA Dünya Kupasında 1.5 milyon üzerinde yabancı turist Rusya'yı ziyaret ettiği görülmektedir. 14 Haziran ve 15 Temmuz arasında 11 şehirdeki 12 stadyumda yapılan maçlar göz önüne alındığında ülke içinde de hareketlilik sağladığı görülmektedir. Bu sonuçlar bir ülkede veya kentte büyük bir spor organizasyonunun yapıldığı dönemde yurt dışından gelenlerin sayısında artış yaşanmakla birlikte ülke içinde de vatandaşların yurtdışı seyahatlerini azalttığı veya erteledikleri söylenebilir. Böylece gerek yurt içi gerek yurt dışı turizm hareketlerini artıracığı; döviz girdisi sağlayacağı ve bölgelerarası dengesizliği giderici etkisi olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: FIFA Dünya Kupası, Ekonomik Etki, Turistik Etki

Effects of FIFA World Cup on Economy and Tourism

ABSTRACT

To get away from the stress of social life and to protect personal and social health, sports has an important place in people's lives. People want to add meaning to their social lives by watching sports and sports activities. Individuals participate in these activities and offer economic benefits to destinations. With the expansion of economic globalization practices into almost all markets related to the sports economy, especially large-scale sports organizations have gained a global identity. When the tourism data of the countries in which the World Cup was made are analyzed, it can be said that the number of tourists increased in this period and thus the tourism revenues increased. In this context, FIFA World Cup events, which is one of the biggest sports organizations of the world, provide profit in terms of tourism and economy. However, the continuation of promotion and marketing activities in order to ensure the sustainability of this gain will ensure that the investments made by international and national organizations are not wasted. In this context, the effects of the FIFA World Cup on the economically affected countries and then their effects on tourism were examined. In the study, over 1.5 million foreign tourists visited Russia in the 2018 FIFA World Cup in Russia. Considering the matches made in 12 stadiums in 11 cities between 14 June and 15 July, it is seen that it provides mobility within the country. These results indicate that while the number of people coming from abroad increased in the period when a large sport organization was held in a country or city, it can be said that citizens within the country have reduced or delayed their travel abroad. Thus, it will increase both domestic and foreign tourism movements; will be able to provide foreign exchange inflow and will take the effect of eliminating interregional imbalance.

Keywords: FIFA World Cup, Economic Impact, Touristic Impact

*Bu çalışma, 3.Uluslararası Avrasya Spor, Eğitim ve Toplum Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

1. GİRİŞ

Dünyadaki farklı sosyal statüler ve kültürden 3 milyar insanı buluşturan bir platform olma özelliğine sahip kavram “spor”dur. (Yavaş, 2005: 10). Aynı zamanda fiziksel ve zihinsel güce dayanan bu etkinlik bir pazarlama ürünü olarak da karşımıza çıkmaktadır. Çünkü insanlar spor etkinlikleri sayesinde merak ettikleri destinasyonları görme şansına sahip olmaktadır.

Modern toplumlar sporu aynı zamanda kültürel bir etkinlik olarak algılamaktadır. Spor etkinliklerinin yapıldığı ülkeye sosyal ve kültürel faydanın yanında aynı zamanda ekonomik faydalar da sunmaktadır. Ülkeler, bölgeler ve kentler gelişme stratejilerine yüksek profilli spor etkinliklerinin ekleyerek ev sahipliği yapmaya önem vermeye başlamıştır (Tokay Argan, 2013: 23). Çünkü spor sektörü ve ilişkili sektörlerde talebe bağlı olarak arzın artması ekonomik gelişmeyi sağlamaktadır. Bu bağlamda sporun ekonomik faydasının farkında olan ülkeler, etkinlikleri kendi ülkelerine çekebilmek amacıyla birbirleriyle rekabet etmektedirler (Yavaş, 2005: 50).

Spor etkinliklerinde, taraftarların tuttukları takımları izleme motivasyonları ile ilgili destinasyona giderek turizm talebini oluşturmaktadır (Demir ve Şen Demir, 2004: 97). Bu spor etkinlikleri arasında özellikle futbol gibi takım oyunları ile atletizm ve salon sporları gibi performans dayalı türlerin hem izleyici sayısı hem de sağlanan gelirlerin büyüklüğüyle diğer spor etkinliklerine göre ön planda olduğu bilinmektedir (Koca, Zaman ve Coşkun, 2007: 207).

Spor etkinliklerinin hem ekonomik katkısı hem de kamooyundaki popülerliği göz önünde bulundurulduğunda ülkeler, büyük sportif organizasyonları düzenlemek istemektedirler. Destinasyonlar sadece bu faydalardan dolayı değil aynı zamanda ülke turizmine katkıda bulunması nedeniyle bu tür etkinlikleri düzenlemek istemektedirler (Kafkas ve Binbaşıoğlu, 2015). Spor ve turizm gibi başlı başına iki ayrı endüstrinin ortak olgular barındırması nedeniyle zamanla iç içe geçmesiyle doğan, kısaca sportif amaçlarla yapılan turizm faaliyetleri olarak belirtilen spor turizmi günümüzde tek başına bir endüstri halini almıştır.

Mega Spor organizasyonlarına ev sahipliği yapmak ülke ekonomisine katkı sağlaması, deneyimler yaşatması ve uluslararası düzeyde diplomatik iletişim kurması ve küresel güçler kulübüne dâhil olunması nedeniyle önemlidir (Terekli ve Çobanoğlu, 2018: 99). Birçok şehir veya ülkenin turist çekebilmek için önemli spor olaylarına ev sahipliği yapmak istemelerinin nedenleri arasında turistik faaliyetlerin ekonomiyi canlandırması sayılabilir (Yavaş, 2005: 48).

2014 yılında dünyada 1.2 trilyon dolara yakın büyüklüğe ulaşan turizm sektöründen sporun aldığı pay 180 milyar dolar seviyesindedir. Küresel turizmin büyümesi % 4-5’lerde seyrederken, spor turizminde bu rakam % 14’lere kadar çıkmaktadır. Son 8 yılda dünyada 90 milyon kişi Olimpiyatlar, Dünya Kupası gibi büyük spor etkinlikleri için seyahat etmiş ve bu etkinlikleri yerinde izlemiştir. Bunların 13 milyonunu bu spor etkinliklerini izlemek için yurt dışına çıkanlar oluşturmaktadır. Spor etkinliklerine katılmak amacıyla yurt dışına gidenlerin bu ülkelerde yaptığı harcama da 10 milyar doları bulmuştur. (TÜRSAB, 2016).

Uluslararası spor müsabakalarının yapıldığı yerlerin, dünya genelinde tanıtımının yanı sıra yatırımların bölgeye yönlendirilmesi, istihdamın artırılması, arz kapasitesinin genişletilmesi, gelir düzeyinin yükseltilmesi ve turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması ile bölgeler arasındaki gelişim farklılıkları giderme amaçlanmaktadır (Ersungur ve Akıncı, 2013: 5081).

Olimpiyat Oyunlarının temel amaçlarından biri kamu refahını arttırmak ve ulusun kendisinden gurur duymasını sağlamaktır (Yalçın, 2014: 53). Oyunlar, kentlerin pazarlanmasında gelişmişlik düzeylerini göstermek, devler podyumunda mega bir etkinliğe ev sahipliği yapabilecek altyapı ve donanıma sahip

olduğunu kanıtlama fırsatı sunmaktadır. Buna karşılık oyunlara ev sahipliği yapan kentlerin marka değerleri ile Oyunlara ev sahipliği yapma fırsatını elde ederken, oyunlara ev sahipliği yapması da kentlerin markalarını sağlamlaştırmaktadır (Yalçın, 2014: 42). Kentlerin olumlu imaja sahip olması ve kent markasının yaratılması kentin siyasi olarak da güçlenmesini kolaylaştırabilmektedir. Bu süreçte başarı sağlamada en önemli etkenin müşteri memnuniyeti olduğu unutulmamalıdır. Müşteri memnuniyetinin temelinde ise üst yapı ve alt yapının önemli olduğu söylenebilir.

Uluslararası spor organizasyonlarının sayısı ve bu organizasyonlara katılan sporcu sayısı her geçen gün artmakta ve profesyonel sporcuların antrenman ve eğitim gibi faaliyetler için yaptıkları seyahatler büyük bir hızla gelişen, muhteşem fırsatlarla dolu bir pazarı turizm ve seyahat ürünü sunucularının önüne getirmektedir (TÜRSAB, 2002: 2). Araştırmada FIFA tarafından yapılan Dünya Kupası etkinliklerinin düzenlenen ülkenin ekonomisine ve turizme etkileri incelenmektedir.

2. FIFA DÜNYA KUPASININ EKONOMİYE VE TURİZME ETKİLERİ

Küreselleşme ile birlikte spor organizasyonları; ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik bir araç olarak görülmekte ve küresel ekonominin ayrılmaz parçalarından biri haline gelmektedir. İlk olarak 1930 yılında Uruguay'da düzenlenen ve o dönemki FIFA Başkanı Jules Rimet'in adıyla oynanan Dünya Kupası dört yılda bir yapılmakta olup II. Dünya Savaşı sırasında 2 defa ara verilmiş olup, 20. Organizasyon 2018 yılında düzenlenmiştir. Bu bağlamda gelişmiş toplumların ekonomik gelişme düzeyinin spordaki başarıyı etkileyen en önemli faktör olduğu varsayılmaktadır. Yani gelişmiş toplumların hem paralarını hem de zamanlarını spor etkinliklerine daha çok harcayacakları öngörülmektedir.

Etkinlik süresince ve kısa vadede spor etkinliklerinin ev sahibi ülke üzerinde olumlu etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Ancak spor etkinlikleri ev sahibi ülkeyi yalnızca etkinlik süresince etkilememekte, etkinlik sonrasında da etkilerini sürdürmektedir. Fakat bu etkinin her zaman olumlu olduğunu söylemek mümkün değildir; aksine etkinlik sonrası süreç ve mevcut durum göz önünde bulundurulmadan tasarlanan spor tesisleri kenti olumsuz yönde etkilemektedir (Yalçın, 2014: 36). Olimpiyat oyunları ve benzeri büyük spor olaylarının ekonomik ve politik olarak kullanılması kapitalist modernleşmenin ve bu modernleşmenin yayılma sürecinin bir parçası olarak görülebilir. Modern spor müsabakaları ve kapitalist toplumun mantığı çizgisinde gelişen büyük spor olayları ve küresel spor kültürü modern kapitalist toplumun merkezinde yer almaktadır (Ersavaş Kavanoz, 2017: 71). Ekonomi ve nüfus kadar etkili bir diğer değişken spor kültürüdür. Diğer değişkenler ne ölçüde gelişmiş olursa olursa spora ilginin sınırlı düzeyde kaldığı toplumlarda spor yeterince gelişmemektedir (Akgeyik, 2018: 400).

Ekonomik küreselleşme pratiklerinin spor ekonomisine ilişkin hemen hemen tüm pazara yayılması ile birlikte özellikle büyük ölçekli spor organizasyonları tamamen küresel bir kimlik kazanmış ve uluslararası seviyede milli takımlar, yerel seviyede kulüp takımları veya bireysel sporcular arasındaki rekabet en üst seviyeye ulaşmıştır (Fort, 2012; Gratton ve diğerleri, 2012; Andreff, 2012; Aktaran Bulmuş, 2018: 2). Olimpiyat oyunları, dünya genelinde sporcu, gazeteci, televizyoncu, spor adamı ve seyircilerin katılımı ile pahalı ve maliyeti yüksek bir spor organizasyonudur. Gelişmiş ülkeler ancak bu maliyeti kaldırabilmekte, bu da ev sahibi ülkelerin tanıtımı, turizm faaliyetlerinin artması ve modern spor tesislerinin kazanılmasını sağlamaktadır (Güçlü, 2001: 223). Aynı etkiyi Dünya Kupası etkinlikleri için söylemek mümkündür.

Turizm sektörünün dünyadaki gelişmesine bakıldığında, 2014 yılında toplam 1.2 trilyon dolar büyüklüğe dayandığı görülmektedir. Sportif faaliyet seyretmek için seyahat edenlerin de dahil edilmesi halinde spor turizmi yaklaşık 180 milyar dolarlık bir büyüklüğe işaret etmektedir. Küresel turizmin yıllık büyüme oranı yüzde 4-5 seviyelerinde seyrederken, spor turizminin yıllık büyüme oranının yaklaşık yüzde

14 olduğu hesaplanmaktadır. Yine uluslararası verilerden yola çıkarak kabul gören ortalamalara göre, spor turisti normal bir turist harcamasının yaklaşık 2 katını gerçekleştirdiği belirtilmektedir (TÜRSAB, 2018). Bu veriler spor turizminin giderek artan bir turizm türü olduğunu ve ülkelerin büyük spor organizasyonlarına ev sahipliği yaparak buradan gelir elde edebileceğini göstermektedir. Bu açıdan spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak ülkeler için bir rekabet aracı olarak görülmektedir.

Daha önce yapılan araştırmalar Dünya Kupası gibi önemli futbol ve spor organizasyonlarının küresel ekonomiye önemli etkileri olabileceğini ortaya koymaktadır. 2010 Dünya Kupası öncesinde JP Morgan Stanley'nin ve ABM Ambro Bank'ın yapmış olduğu ekonomik ve finansal araştırmalar Dünya Kupası'nın diğer organizasyonlar ile kıyaslandığında küresel ekonomiye daha önemli etkileri olduğunu gündeme getirmektedir (Akşar, 2010b: 2). Almanya'da 2006 Word Cup ülkede spor endüstrisini olumlu yönde etkilemiş ve 2000'den bu yana yıllık spor endüstrisi %5 büyümüştür. (Terekli ve Çobanoğlu, 2018: 99).

Dünyanın en prestijli ve en rekabetçi organizasyonlarından birisi olan Dünya Kupası ev sahibi ülkelere önemli ekonomik etkiler sağlayabilmektedir. Bu açıdan düzenlenen son üç dünya kupasının ev sahibi ülke ekonomilerine etkileri pozitif yönde olmuştur. Örneğin, 2002'de Kore Cumhuriyeti ve Japonya'da düzenlenen Dünya Kupası'nın bu iki ülke ekonomisine katkıları yaklaşık 9 milyar dolar düzeyinde gerçekleşirken, 2006'da Almanya'da düzenlenen Dünya Kupası ise 12 milyar dolarlık etkisiyle ev sahibi ülkeye en fazla etkiyi sağlayan organizasyon olmuştur. 2010'da Güney Afrika'da düzenlenen Dünya Kupası'nın ise Güney Afrika ekonomisine etkisi yaklaşık beş milyar dolar düzeyinde kalmıştır. 2014 Dünya Kupası'nın, ev sahibi Brezilya ekonomisine etkisinin ise en az 3 milyar, en yüksek ise 14 milyar dolar düzeyinde olması beklenmektedir (Akşar, 2014: 1).

Birçok şehir, büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için altyapılarını geliştirmek için önemli miktarda para harcamaktadır. Özellikle spor tesislerine ve tamamlayıcı altyapıya yüksek maliyetler gerekmektedir. Yapılacak spor etkinlikleri uzun dönemde turizme etkileri olmasına ve ekonomik kazanç sağlamasına rağmen faydalarının maliyetleri geçeceği garantisini vermemektedir (Solberg ve Preuss, 2007). Bu bakımdan spor organizasyonları ele alındığında gelir getirme potansiyelinin olabileceği gibi maliyetlerin yüksek olması sebebiyle kısa dönemde gelir getirmenin aksine ülkelere ekonomik olarak yük olabileceği de söylenebilir. Aragao (2015: 6), gelişmekte olan ülkeler için olumlu bir adım gibi görünse de, bu oyunların ürettiği gerçek fayda ve harcamalarla ilgili spekülasyonların olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin, Güney Afrika Maliye Bakan yardımcısı ile yapılan görüşmede, (OECD, 2013) final sonrası değerlendirilme yapılmış ve Bakan Yardımcısı, bazı stadyumların bakımının bir yük olduğunu ve etkilenen belediyelerin bazılarının bu stadyumları finansal olarak sürdürülebilir hale getirmenin yenilikçi yollarını aradıklarını belirtmiştir. Ayrıca Ferreira (2011: 93) Güney Afrika'nın etkinliğe ev sahibi olmasının ekonomik gelir sağlayabileceğini, bazı uzun ve kısa dönemli kalkınma hedeflerine ulaşabileceğini ancak, diğer maliyetlerin ve zorlukların ortaya çıkabileceğini belirtmektedir.

Güney Afrika'da yaşanan sorunun bir benzeri de Brezilya da yaşanmıştır. Aragao (2015: 6), Brezilya'nın 2007 yılında bir ev sahibi olarak teyit edildiğinde, ekonomi tatmin edici bir şekilde performans gösterdiğini belirtmektedir. Uluslararası Para Fonu'na göre de reel GSYİH büyümesi % 6,1 ve enflasyon ortalaması % 3,6 olarak gerçekleşmiştir. Bir yıl sonra, ülke ekonomisi 2008 mali krizinden etkilendiğini ve devlet harcamaları arttığını daha sonra 2014 yılına gelindiğinde, Dünya Kupası'nın yarattığı maliyetlerin vatandaşlarını öfkeliendirdiğini belirtmektedir. Olimpiyatlar ile beraber mega spor organizasyonları olarak adlandırılan Dünya Kupasının da bu gelirleri arttıracığı söylenebilir (Aragao, 2015: 6).

Bilim adamları, küresel ekonominin giderek artan neo-liberal koşulları altında büyüme fırsatlarını yakalayabilmek için mega organizasyonları desteklemektedir (Terekli ve Çobanoğlu, 2018: 99). Bu

organizasyonlar da ülke ekonomisinin büyümesine ve gelişmesine katkı sağlamaktadır (Tokay Argan, 2013: 21). Özellikle Olimpiyat Oyunları, Dünya Futbol Şampiyonası, Universiade Oyunları gibi büyük çaplı spor etkinlikleri için gerçekleştirilen yatırımlarla destinasyonlar, gelişimlerine ivme kazandırabilmektedir (Berberoğlu, 2012: 122). Olimpiyatlarda turizm gelirleri artış göstermekte, istihdam olanakları artmaktadır. Spor turizmi içerisinde yer alan en önemli organizasyon Olimpiyat Oyunları olarak kabul edilebilir.

Gelişmekte olan ülke ekonomilerinden biri olan Güney Afrika hükümeti 2010 Dünya Kupası için ulaşım, telekomünikasyon ve stadyum inşaatı olarak toplam 3,12 milyar dolar altyapı ve spor tesislerine para harcamıştır. 2010 Dünya Kupası olumlu bir ekonomik etki yaratmış ve 2010 GSMH'ya 509 milyon ABD doları katkıda bulunmuştur. Bu organizasyon aynı zamanda işgücü üzerinde doğrudan bir etki yaratmış ve stadyum ve altyapı ve ulaşım ve oteller inşaatları ile 130.000 kişiye istihdam sağlamıştır (Terekli ve Çobanoğlu, 2018: 103). Spor etkinliklerinin hem ekonomik hem de istihdam açısından ciddi etkileri olduğu görülmektedir.

Dünya Kupasının düzenlendiği ülkelerin ekonomik katkısı incelendiğinde (Tablo 1) bazı ülkelerin ekonomik büyüme sergiledikleri bazılarının ise büyüme göstermedikleri görülmektedir. Tablo 1 (Akşar, 2010a) incelendiğinde, Dünya Kupası'nı kendi ülkesinde düzenleyen ülkelerden 1970'de Meksika, 1982'de İspanya, 1994'te Amerika, 1998'te Fransa, 2002'de Kore, 2006'da Almanya önemli bir gelişme gösterdikleri görülmektedir. 1970-2010 arasında IMF verilerine aşağıda düzenlenen tabloda özellikle 1994'ten sonra kupaya ev sahipliği yapan ülkelerin önemli bir büyüme performansını yakaladıklarını ortaya koymaktadır. Buna karşın 1974'te Almanya'nın, 1978'de Arjantin'in, 1986'da Meksika'nın, 1990'da İtalya'nın, 2010'da Güney Afrika'nın ev sahibi olarak kendilerinden beklenen büyüme performanslarına ulaşamadıkları görülmektedir. Kupa'nın oynandığı yıl itibariyle makro göstergelere bakıldığında ise; Meksika, İspanya, Amerika, Fransa, Kore ve Almanya kupadan olumlu etkilenip ekonomilerini büyütürken; 1974'te Almanya, 1978'de Arjantin, 1986'da Meksika, 1990'da İtalya ve 2010'da Güney Afrika Kupa'nın nimetlerinden yararlanamadıkları görülmektedir.

Dünya kupasının düzenlendiği yılın ertesine bakıldığında ise yukarıdaki tablo biraz tersine dönmektedir. Kupayı düzenleyen ülkelerden 1978'de Arjantin'in %10.5, 1986'da Meksika'nın % 5.5, 1999'da Fransa'nın %1.29, 2007 yılında da Almanya'nın 1,8 büyüdüğü gözlemlenmektedir.

Tablo 1. Dünya Kupasının Kupaya Ev Sahipliği Yapan Ülkelerin Ekonomilerine Katkısı

Yıl	Ev Sahibi Ülke	Kupa Öncesi Büyüme (%)	Kupa Yılı Büyüme (%)	Fark (%)	İzleyen Yıllık Büyüme (%)	Fark (%)
1970	Meksika	5,5	6,9	1,4	4,2	-2,7
1974	Batı Almanya	0,6	0,2	-0,4	-1,3	-1,5
1978	Arjantin	8,7	-3,4	-12,1	7,1	10,5
1982	İspanya	-11,3	1,2	12,5	1	-0,2
1986	Meksika	2,1	-3,7	-5,8	1,8	5,5
1990	İtalya	3,4	2,05	-1,35	1,7	-0,35
1994	Amerika	2,1	3,5	1,4	1,4	-2,1
1998	Fransa	2,2	2,21	0,01	3,5	1,29
2002	Kore-Japonya	4,1	6,3	2,2	6,2	-0,1
2006	Almanya	1,2	3,9	2,7	5,7	1,8
2010	Güney Afrika	0,2	-1,8	-2,0		

Güney Afrika Turizm Stratejik Araştırma Birimi, Güney Afrika'ya turizmin 2011 yılında sadece %3,3 büyüdüğünü, küresel büyümenin ise % 4.4 olduğunu bildirmiştir (Aragao, 2015:9).

Güney Afrika hükümetinin beklentilerinden biri de Dünya Kupasının ülkenin turizm endüstrisini artıracak olmasıdır. Dünya Kupası için Güney Afrika yaklaşık olarak 450.000 izleyici ve turist ziyaret edeceği tahmin edilmiş, ancak beklenenin sadece 220.000 ziyaretçi sayısına ulaşılabilmiştir (Terekli ve Çobanoğlu, 2018: 103). Bu açıdan bakıldığında aslında büyük spor organizasyonlarını ülkeye çekmek istemenin asıl amaçlarından biri ekonomik olmakla birlikte bazen bu amaca ulaşılmadığını görülmektedir. Bunun nedeni olarak organizasyonların yapıldığı ülkenin de önem kazandığı, organizasyona katılacak kişilerin o bölgeye ulaşılabilirliğindeki güçlükler, ülkeler arasındaki zaman farkı gibi nedenlerle ülkenin beklenen ziyaretçi sayısına ulaşamadığı söylenebilir.

Barselona'nın Olimpiyat deneyimi, büyük bir etkinliğin iyi bir şekilde kullanılmasının, bir şehrin algısının derinden değişmesine yol açabileceğini göstermektedir. 1992 yılında Barselona'da gerçekleşen Olimpiyat Oyunları ile şehrin turizm potansiyelinin önemli bir göstergesi olan otel yataklarına ait istatistikleri incelendiğinde 1990 yılında, Barselona'da 10.265 oda ve toplam 18.569 yatak sağlayan toplam 118 otel bulunmaktadır. İki yıl sonra, 1992'nin sonunda, otel sayısı 13.352 oda ve toplamda 148'e yükselmiştir. Bu rakamlar mevcut otel yataklarının sayısında% 35'lik bir artışı temsil etmektedir. Aynı dönemde oda işgal oranları% 71'den % 84'e yükselmiştir (Duran, 2005: 6). Bu veriler büyük spor organizasyonlara katılacak kişilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılayabilecek konaklama alanlarının oluşturulmaya çalışıldığını göstermektedir. Öneli olan bu doluluk oranlarının ve yeni yatırımların etkinlik sonrası devam etmesini sağlayabilmektir.

2018 FIFA Dünya Kupasında 1.5 milyonun üzerinde yabancı turist Rusya'yı ziyaret ettiği görülmektedir. 14 Haziran ve 15 Temmuz arasında 11 şehirdeki 12 stadyumda yapılan maçlar göz önüne alındığında ülke içinde de hareketlilik sağladığı görülmektedir. Bu bakımdan yetkililer Dünya Kupasının Rusya'nın turizmine uzun dönemli olumlu etki edeceği ve ekonomiyi de olumlu etkileyeceğine inanmaktadırlar. Ayrıca 2019 yılında turizmde en az %20 artış beklemekteyler. Kupa sırasında şehirleri yaklaşık olarak 3 milyon turistin ziyaret ettiği bunun da yaklaşık yarısının yabancılardan oluşmaktadır. Dünya Kupasının yapıldığı tarihler incelendiğinde 2017 yılı ile karşılaştırıldığında 2018 yılında ülkeye gelen sayısı % 50.5 artış, giden sayısında ise % 12.4 düşüş yaşanmıştır. Bu sonuçlar bir ülkede veya kentte büyük bir spor organizasyonun yapıldığı dönemde yurt dışından gelenlerin sayısında artış yaşanmakla birlikte ülke içinde de vatandaşların yurtdışı seyahatlerini azalttığı veya erteledikleri söylenebilir. Böylece gerek yurt içi gerek yurt dışı turizm hareketlerini artıracığı; döviz girdisi sağlayacağı ve bölgelerarası dengesizliği giderici etkisi olabilecektir. Tüm bu etkiler nedeniyle de böyle büyük organizasyonları almak için ülkelerin rekabet halinde oldukları görülmektedir.

Rusya Tur Operatörleri Birliği (ATOR) Başkanı Maya Lomidze, Rusya'da yapılan 2018 FIFA Dünya Kupası'nın tarihin en yüksek maliyetli şampiyona olduğunu; Rus ekonomisine katkısının 850 milyar rubleyi (yaklaşık 13,7 milyar dolar) geçtiğini açıklamıştır (www.trtspor.com). Ancak bu rakamların uzun dönemdeki etkileri önümüzdeki yıllarda belli olacağı düşünülmektedir.

Fourie ve Gallego (2011: 1367) tarafından yapılan araştırmada, büyük spor organizasyonlarının turizme etkisi incelenmiş ve ortalama olarak, mega spor etkinliklerinin, aynı yılda tahmini turizm oranını yaklaşık% 8 oranında artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mega spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için yoğun bir rekabet vardır, çünkü şehirler ve ülkeler bunu yaparak küresel imajlarını geliştirmek ve gelecek turistler için daha cazip hale getirmek istemektedirler (Lee vd, 2005: 29). Bu bakımdan ele alındığında öncelikle olumlu bir imaj yaratarak gelecekte turist sayısını arttırmak amaçlanmaktadır.

Song (2010: 97), olimpiyatların ihracata ve turizme etkilerini incelediği çalışmada olimpiyatların ihracat ve turistleri olumlu ve önemli ölçüde etkilediği sonucuna varmıştır. Bu etkilerin ihracatta yavaş ve uzun dönemde; turizmde ise hızlı ve kısa dönemde gerçekleştiğini belirtmektedir. Bazı şehirlerin, büyük spor etkinliklerini çok düşük bir yatırımla gerçekleştirmelerini sağlayan altyapıları mevcut olabilmektedir, diğer şehirler ise altyapılarına büyük ölçüde yatırım yapmak zorundadır (Solberg ve Preuss, 2007: 218). FIFA Dünya Kupasının hem ekonomiye ve turizme etkileri hem de gibi üst yapı ve altyapı etkileri olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda olimpiyatların, gerçek büyüme ve gelişmeye dönüşmesi ve sürdürülebilir olması ancak bu amaca hizmet edecek stratejilerin yapılması ile sağlanabilir .

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Sporun uluslararası prestijini yansıttığındaki yadsınamaz rolü her geçen gün daha fazla ülkeyi, sporu bir politik araç olarak kullanmak yönünde cezp etmektedir (Bulmuş, 2018: 4). Spor; yönetim, psikoloji, ekonomi ve sosyoloji gibi farklı alanda birçok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Spor, ekonomik etkilerinden dolayı sadece araştırmacıların ilgisini çekmemekte aynı zamanda bir ekonomik büyüme aracı olarak görülmektedir. Olimpiyatlara ev sahipliği yapmak ülkeye hem prestij kazandırmakta hem de ekonomik büyümesine katkı sağlamaktadır. Bu ekonomik katkıyı başta turizm sektörü olmak üzere diğer sektörler aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Olimpiyatlarda turizm gelirleri artış göstermekte, istihdam olanakları artmaktadır. Bu etkiler sadece ekonomik olarak değil aynı zamanda sosyal alanlara katkı sağladığı görülmektedir. Bu etkinlikler herkesi ortak bir noktada buluşturmakta ve insanlar arasında bir köprü rolünü üstlenmektedir.

Her bir Olimpiyat Oyunu, ev sahibi ülkenin konumu, kültürü gibi özellikleri ve gerçekleştiği zamana bağlı olarak kendine özgü bir karaktere sahiptir ve eşsizdir (Yalçın, 2014: 53). Bu kapsamda ev sahibi ülkeler bu tip organizasyonlar ile kendi kültürlerini farklı uluslara aktarma çabası içinde olmaktadır. Özellikle organizasyonların yapıldığı kentlerde yerel halk kendi kültürel ürünlerini tanıtmak, bilinirliğini arttırmak istemektedirler. Bu kültürel unsurlar, yerel ve geleneksel kıyafetler, yerel yiyecekler ve içecekler, yerel müzik, sanat dalları, yaşam biçimi gibi farklılıkları içermektedir. Yavuz ve Çakıcı (2014: 13) tarafından Mersin Akdeniz Oyunları ile ilgili yapılan çalışma, katılımcıların en çok kent ekonomisinde canlanma, kent reklam ve tanıtımı ile kentin kültür mozağının tanıtımı, kentin turizm gelişimine katkı, sosyal ve kültürel etkileşim gibi beklentilerinin bulunduğunu göstermektedir.

Fourie ve Gallego (2011) tarafından yapılan çalışmada mega spor etkinliklerinin turist gelişlerine etkisi incelenmiş, araştırma sonucunda, mega spor etkinliklerinin turizmi desteklediğini, ancak kazancın mega-olayın türüne, katılımcı ülkelere ve etkinliğin en yoğun sezonda ya da sezon dışı olmasına bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Ülkeler bu noktada spor turizm pazarında hangi ürünler ya da hizmetler yer almakta, kimler bu ürünleri hangi fiyattan satıyor, hangi ürünlere hangi ülkelere talep var, hangi dönemlerde geliniyor gibi soruların cevaplarını aramaktadırlar. Ayrıca, tüketicilerin ortalama gelir durumları, konaklama süreleri, demografik özellikleri, zevk, tercih ve alışkanlıkları ile pazardaki rakiplerin durumu gibi değişkenleri ele alarak pazardan alacağı payı belirlemektedirler (Denizer, 1992).

Uluslararası spor organizasyonlarının küresel bir yapı kazanmasını nedeniyle uluslar arası yada ulusal fark etmeksizin rekabet anlayışı yeniden tanımlanmış ve hemen hemen her ülke küresel spor ekonomisinden pay almak amacıyla spor politikaları üretmeyi amaçladıkları görülmektedir (Black, 2007: 267). Spor organizasyonlarını düzenlemek için yarışan ülkelerde uzun dönemde kalıcı iş alanları yarattığı, tanınırlığın ve turizmin arttığı, toplumun eğitim ve kültürel seviyesinin arttığı belirtilmektedir (Terekli ve Çobanoğlu, 2018: 106). Spor endüstrisinde doğrudan sporla ilgili faaliyetlerle birlikte sportif etkinliklere

dayalı bazı ekonomik faaliyetler de gelişmiştir. Sportif faaliyetler, gerçekleştiği yerin ekonomisine gelir ve istihdam artışı gibi konularda doğrudan katkı sağlar (Ekren ve Çağlar, 2003).

Küresel spor ekonomisinin en önemli dinamiklerinden birini spor ve sporla ilişkili ürünlerin tüketimi oluştursa da, turizm ve büyük spor organizasyonları ile olan karşılıklı ilişkisini ortaya koymaktadır. Song (2010: 97) olimpiyatların ihracata ve turizme etkisini incelemiş ve yaz olimpiyatlarının ihracat ve turizmde olumlu ve önemli derecede etkilediğini belirtmiştir. Ancak bu etkilerin farklı olduğunu, ihracatta yavaş ve uzun dönem aldığını; turizmde ise daha hızlı ve kısa ömürlü olduğunu belirtmektedir.

2023 yılı itibarıyla Dünya Kupası'nın toplam ekonomik etkisinin 30,8 milyar dolara ulaşabileceği tahmin edilmektedir. Dünya Kupası ya da benzeri büyük bir spor etkinliğine ev sahipliği yapmak; turist çekmesi, önemli altyapı projelerinin başlamasını sağlamasını ve de ülkeleri ve şehirleri iş yapmak için iyi yerler olarak göstermesi sayesinde bir ülkenin ekonomisini canlandırabilmektedir. Ancak bir Dünya Kupası düzenlemenin maliyeti, onun meydana getirdiği ekonomik faydalardan daha ağır basabilmektedir (Altan, 2018: 1).

İnsanlar turizm amacıyla evlerini terk ettiklerinde bulunmayı planladıkları turistik bölgede hem sportif aktivite imkânlarını hem de kültürel, rekreatif, gastronomik, vb., diğer turistik imkanları da gözetir duruma gelmektedirler (Salici ve Özdaşlı, 2016: 44). Spor, bireylerin hayatında olumlu gelişmelere katkı sağlarken toplumun da sağlıklı bir yapıya kavuşmasında, diğer sosyal kurumlarla ilişki kurarak toplumun bütünlüğü, çağdaşlaşması, tanınması ve gelişmesine katkı sağlayan sosyal bir olgudur (Yetim, 2000: 64). Bununla birlikte, günümüzde sporun metalaşmasıyla spora ve rekreasyona duyulan ihtiyaç her alanda kendini göstermektedir (Serçek ve Özaltaş Serçek, 2015: 2). Bezer bir ifadeyle sporun küreselleşmesi ile beraber dünyada üzerinde gelişen yeni trendlerin tüm ülkeleri etkilediği anlaşılmaktadır.

Büyük spor etkinlikleri kesinlikle binlerce spor taraftarının ilgisini çekse de, bu tarz organizasyonlar, yerleşik turist akışlarını bozabilmekte ve trafiği popüler yerlerden ve cazibe merkezlerinden uzaklaştırabilmektedir. 2008 Pekin ve 2012 Londra Olimpiyatları'nın gerçekleştiği yıllarda, ülkelerin yıllık ziyaretçi sayılarında bir düşüş yaşandığı bunun göstergesi olabilmektedir. Bununla birlikte 2012 yılında, Londra'da yer alan ve İngiltere'nin en popüler müzesi olan British Museum, oyunların düzenlendiği ayda %22 daha az ziyaretçi ağırlamıştır. Olimpiyat Oyunları'nın ardından İngiliz hükümeti bu konu hakkında yaptığı değerlendirmede, “aşırı kalabalık, aksaklık ve fiyat artışları nedeniyle caydırılmış olan düzenli ziyaretçilerin önemli ölçüde yer değiştirdiği” sonucuna varmıştır (Altan, 2018: 1).

The Economist, Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin, oyunlardan elde edilen televizyon gelirlerinin %70'inden fazlasını aldığını işaret etmektedir. Dünya futbolunun yönetim organı olan FIFA, 2014 Dünya Kupası'ndan yaklaşık olarak 5 milyar dolar gelir elde etmiş ve bu gelirin yaklaşık olarak yarısı televizyon haklarından gelmiştir. Buna karşın FIFA, turnuvanın hazırlık masraflarına hiçbir katkı sağlamamıştır (Altan, 2018). Bu veriler incelendiğinde aslında FIFA'nın gelir elde ettiği ancak ülkelerin elde ettiği gelir karşısında giderlerinin de olduğu düşünüldüğünde organizasyonların düzenlendiği ülkeye pek bir katkısı olmadığı görülmektedir. Ülkelere olan ekonomik katkının ancak FIFA'nın yatırımlara destek olması veya aldığı payın bir kısmını yine organizasyonun yapıldığı ülkeye aktarması bu sorunu kısmen de olsa çözebilecektir.

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde sporun yaygınlaşması ve spor organizasyonlarının düzenlenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu sürecin başarılı yönetilmesi, bu amaca fayda sağlayacak iyi bir stratejinin geliştirilmesi ile mümkündür. Spor etkinliklerini organize etmenin ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve prestijine ne gibi katkılar getireceğinin bilincinde olan ülkeler bu organizasyonu alabilmek için verdikleri mücadelenin

sonucunda yaptıkları dev yatırımların ev sahipliği sonrasında da getireceği yararların bilincinde yatırımlarını yapmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ak, D. (2015). Olimpiyat Oyunlarının Ev Sahibi Kente Etkileri Açısından Değerlendirilmesi, Pamukkale *Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, Vol. 2, No. 1, 2015, pp. 1-19.
- Akgeyik, T. (2018). Futbolda Başarıyı Etkileyen Faktörler (Türkiye Süper Lig Takımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma). *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt: 7, Yıl: 7, Sayı:18.
- Akşar, T. (2010a). Dünya Kupası'nın Ülke Ekonomilerine Etkisi Ne Olacak?, Erişim: 15.11.2018, <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/ekonomi/35-tugrulaksar/504-duenya-kupasnn-uelke-ekonomilerine-etkisi-ne-olacak.html>
- Akşar, T. (2010b). Kupanın ekonomilere etkisi nasıl olacak?, Erişim: 14.10.2018. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/kupanin-ekonomilere-etkisi-nasil-olacak/7470>
- Akşar, T. (2014). Dünya Kupası ne kazandıracak?, Erişim: 14.10.2018. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/dunya-kupasi-ne-kazandiracak/20420>
- Altan, S. (2018). Dünya Kupası'na Ev Sahipliği Yapmak, Ekonomik Açından Mantıklı mı?, Erişim: 09.11.2018. <http://www.pazarlamasyon.com/is-dunyasi/ekonomi/dunya-kupasina-ev-sahipligi-yapmak-ekonomik-acidan-mantikli-mi/>
- Andreff, W. (2012). *Sport Events, Economics Impact and Regulation*. M. Desbordes, A. Richelieu (ed.). Global Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice. Routledge. s. 83-109.
- Aragão, M. M. M. (2015). *Economic Impacts Of FIFA World Cup in Developing Countries*. Honors Theses, Western Michigan University Lee Honors College, USA.
- Berberoğlu, T. (2012). *Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Black, D. (2007). The Symbolic Politics of Sport Mega-Events: 2010 in Comparative Perspective. *Politikon*, 34(3): 261-276.
- Bulmuş, M. S. (2018). *Küresel Spor Ekonomisi Ve Uluslararası Sporcu Emek Göçü: Türkiye'deki Devşirme Sporcular Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Siyaset Bilimi Bilim Dalı.
- Demir, M. ve Şen Demir, Ş. (2004). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 6, Sayı:1, 94-116.
- Denizer, D. (1992). *Turizm Pazarlaması*. Yıldız Matbaacılık, Ankara
- Duran, P. (2005). *The impact of the Games on tourism: Barcelona: the legacy of the Games*. 1992-2002 [online article]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. [Date of consulted: dd/mm/yy] <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp083.pdf>
- Ekren N. ve Çağlar A.B. (2003). Spor Ekonomisi: Teorik Bir Çerçeve. *Active Dergisi*, Eylül-Ekim Sayısı.
- Ersavaş Kavanoz, S. (2017). Olimpiyat Oyunlarının Ev Sahibi Kent Üzerindeki Etkileri. *U.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36 (2), ss: 57-73.
- 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.
- Ferreira, S. (2011). South African Tourism Road to Economic Recovery: 2010 FIFA Soccer World Cup As Vehicle. *Tourism Review International*, Vol. 14, pp. 1-16.
- Fort, R. D. (2012). *Sport Economics*. New Jersey: Pearson Education.

- Fourie, J. ve Gallego, M. S. (2011). The Impact of Mega-Sport Events on Tourist Arrivals. *Tourism Management*, 32 (2011) 1364-1370.
- Gratton, C., Dongfeng, L., Ramchandani, G. ve Wilson, D. (2012). *The Global Economics of Sport*. Routledge.
- Güçer, E. ve Silik, C. E. (2014). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Etkileri: 2013 Mersin XVII. Akdeniz Oyunları'na Yönelik Bir Uygulama. *International Journal of Science Culture and Sport*, Special Issue 1, 148-160.
- Güçlü, M. (2001). Olimpiyat Oyunları ve Spor Sponsorluğu. *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 21, Sayı 3, 223-239.
- Kafkas, M. E. ve Binbaşoğlu, H. (2015). Olimpiyat Oyunları Etki Ölçeği'nin (OOEÖ-Uzun Versiyon) Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 26, Sayı 2, Güz: 279 – 289.
- Koca, H., Zaman, S. ve Coşkun, O. (2007). Erzurum'un Spor-Kamp Turizmi Potansiyeli. *Eastern Geographical Review*, Cilt 12, Sayı 18, 205 – 224.
- Lee, C. K., Taylor, T., Lee, Y. K. and Lee, B. K. (2005). Impact of Sport Mega-Event on Destination Image: The Case of the 2002 FIFA World Cup Korea/Japan. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol. 6(3) pp: 27-45.
- OECD Observer (2010). Post-final analysis. http://oecdoobserver.org/news/fullstory.php/aid/4181/After_the_final.html
- Öncel, A. (2018). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyo-Ekonomik Etkileri: 2012 Londra Olimpiyatları Örneği ve Türkiye İçin Bir Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 22, Yıl: 2018, 357-375.
- Salıcı, O. ve Özdaşlı, K. (2016). Türkiye Spor Turizminde Masa Tenisinin Yeri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), Güz, 36-46.
- Serçek, S. ve Özaltaş Serçek, G. (2015). Serbest Zaman Etkinlikleri Olarak Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Etkinliklere Katılmaları ve Sosyalleşmeleri Arasındaki İlişki. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 51.
- Solberg, H. A. ve Preuss, H. (2007). Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts. *Journal of Sport Management*, 21, 215-236.
- Song, W. (2010). Impacts of Olympics on Exports And Tourism. *Journal Of Economic Development*, Volume 35, Number 4, 93-110.
- Terekli, M. S. ve Çobanoğlu, H. O. (2018). Mega Spor Organizasyonlarının Ekonomik Etkilerinin Türkiye Açısından Avantaj ve Dezavantajları. *The Journal of Social Science*, Year:2, Volume:2, Number:3, 95-107.
- Tokay Argan, M. (2013). Etkinlik Kavramı ve Türleri, (Ed. Hayri Ertan), Etkinlik Yönetimi. *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını*, 1736, Eskişehir.
- TÜRSAB, (2018). TÜRSAB Spor Turizmi Raporu, https://www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi-raporu_12195_5670173.pdf
- TRT Spor (2018). Dünya Kupası'nın Rusya ekonomisine katkısı açıklandı <https://www.trtspor.com.tr/haber/futbol/dunyadan-futbol/dunya-kupasinin-rusya-ekonomisine-katkisi-aciklandi-164555.html>
- Yalçın, F. A. (2014). *Ev Sahibi Kentler İle Olimpiyat Oyunları'nın Etkileşimi ve Adaylık Sürecindeki İstanbul Değerlendirmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Yavaş, Ö. (2005). *Sporun Ekonomi İçindeki Yeri ve Spor Pazarlama: Üç Büyük Spor Kulübünde Uygulamalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yavuz, G. ve Çakıcı, C. (2014). Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, 11-26.
- Yetim, A. A. (2000). Sporun Sosyal Görünümü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1 : 63 – 72.
- Yıldız, Z. ve Çekiç, S. (2015). Sport Tourism and its History and Contribution of Olympic Games to Touristic Promotion. *International Journal of Science Culture and Sport*, Special Issue 4, 336-337.