

GİRİŞ ve AMAÇ

İnsanlar ve ülkeler arasında barışın sağlanabilmesi için yüz yıllarca sporun bir araç olduğu olimpiyat oyunları, her dört yılda bir din, dil, ırk ve renk ayırımı yapmadan kültürlerin, adetlerin ve örflerin alış-veriş vasıtası olagelmıştır.

Olimpiyat oyunları, dünya çapında sporcu, gazeteci, televizyoncu, spor adamı ve seyircilerin katılımı ile pahalı ve maliyeti yüksek bir spor organizasyonudur. Kalkınmış ülkeler ancak bu maliyeti karşılayabilmekte, bu da ev sahibi ülkelerin tanıtımını, turizm faaliyetlerinin artmasını ve modern spor tesislerinin kazanılmasını sağlamaktadır.

Spor organizasyonlarının maliyetini karşılamak için ev sahibi ülkeler modern pazarlama anlayışı içinde masraflarını çeşitli büyük ticari şirketlerle paylaşarak, hem bu kuruluşların tanıtımını hem de spor faaliyetlerine destek sağlamaktadırlar.

Olimpiyat oyunları spor turizmi içerisinde yer alan en önemli organizasyondur. Spor turizmi dünya literatürüne yeni girmiş bir kavramdır. Bu kavramın tanımı ve neleri teşkil ettiği gibi konular henüz tam olarak uzmanlar tarafından netleştirilememişse de, bu olgunun tanımları yapılırken “Spor + Turizm” kavramları ayrı ayrı düşünülerek bir bütünlük oluşturulmaya çalışılmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında kısa ve öz tanımlama ile spor turizmi; sportif aktivitelere katılmak, izlemek veya orada bulunmak amacıyla uluslar arası veya ulusal alanda seyahat etmek olarak tanımlanmaktadır (89).

Turizm Bakanlığı Turizm Sözlüğüne göre spor turizmi; spor amacıyla yapılan yurt içi ve yurt dışı seyahatlerin doğurduğu olay ve ilişkilerin bütünüdür.

Hall'a göre ise spor turizmi, sportif aktivitelere katılmak, izlemek veya orada bulunmak amacıyla uluslar arası veya ulusal alanda seyahat etmektir (35).

Tanımlardan da anlaşılacağı gibi spor turizmi kavramı hem sporu hem de seyahati içermektedir. Olimpiyat oyunlarının yarattığı seyahat akını, spor odaklı olması ve beraberinde turistik faaliyetleri de uyarması nedeniyle en büyük spor turizmi aktivitesi olduğu açıktır.

Madden'in (2006) büyük spor olaylarının ekonomik etkileri ile ilgili çalışmasında elde ettiği sonuca göre Sidney Olimpiyat Oyunları'nda büyük bir finansal kayıp olmamakla birlikte ev sahibi kent ekonomisine olumlu etkide bulunmuştur (55). Brunet'e (1995) göre ise olimpiyat oyunları bir kar kapısından çok kentsel dönüşümün yüksek maliyetlerinden kurtulmanın en iyi yoludur (9). Kasimati (2003) ise Atlanta Olimpiyatları'yla birlikte sayısız ekonomik fayda elde edileceği düşünülürken oyunların sadece tesis ve altyapı yenilenmelerine faydalı olduğunu, makro büyüklüklerde beklenen olumlu değişmelerin gerçekleşmediğini belirtmiştir (48). Sterken (2005) ise çalışmasında olimpiyat oyunları gibi büyük spor olaylarının dönemsel gayrisafi yurtiçi hasılayı uyardığını bulmuştur (73).

Gerçekte olimpiyat oyunlarının ekonomik etkilerinin kesin olarak ölçülmesi oldukça zordur ancak elde edilen bulgular sonucunda konuyla ilgili yeterli verimli çalışmanın olmadığı, daha çok araştırma yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmanın amacı, spor turizminin anası olan olimpiyat oyunlarının öncesi ve sonrasındaki işsizlik, istihdam oranı, gelir gibi ekonomik göstergelerin ve oyunların sağladığı televizyon yayın gelirleri, destekleme faaliyetleri ve reklam gelirlerinin incelenmesi sonucunda ev sahibi ülke ve kente beklendiği düzeyde ekonomik katkıda bulunup bulunmadığının incelenmesidir.

Günümüzde en büyük spor etkinliği olarak kabul gören olimpiyat oyunlarının ÷lke ve kente sağlayacağı en büyük katkıının ekonomik katkı olmasından dolayı olimpiyat oyunlarının ekonomik göstergeler açısından değerlendirilmesi sadece spor ve rekreasyon bilimcileri için yeni bir adım olmakla kalmayıp, spor ekonomisi ve rekreasyon ekonomisi alanlarının da oluşturulmaya çalışılmasına ilk adım olması bakımından önemlidir. Ancak araştırmanın kısa vadedeki en büyük önemi bu konuda çalışmak isteyen diğer araştırmacılara bir yol açmasıdır. Bununla birlikte YÖK katalog tarama sonuçlarında olimpiyat oyunlarını ekonomik açıdan inceleyen yüksek lisans veya doktora tezine rastlanmamış olması araştırmanın önemini daha da artırmaktadır.

1. GENEL BİLGİLER

Olimpiyat oyunları Antik Olimpiyatlar ve Modern olimpiyatlar olarak 2 bölüme ayrılır. Tüm spor branşlarının dünya şampiyonası anlamına gelen olimpiyat oyunları, sportif ve sosyal açıdan günümüze sancılı bir şekilde ulaşmıştır. Antik dönemlerde dinsel anlamda önemli olan olimpiyatlar, modern dönemin başlamasıyla yerini mutlak kazanma arzusu, üstünlük kurma ve bunu yaparken de illegal ve olimpizm felsefesiyle bağdaşmayacak tutumlara bırakmıştır (70).

Antik Olimpiyatlarda hedef kazanmak iken, Modern Olimpiyatların felsefesinde ki hedef katılmak üzerine kurulmuştur. Antik Olimpiyatlar dini kökenli iken, Modern olimpiyatlar laik düşünceyi savunmaktadır. Eskiden sadece bir yerde her 4 yılda bir yapılan Antik Olimpiyatlar günümüzde, dünyanın çeşitli ülkelerinin katılımı ile 4 yılda bir farklı ülkelerde yapılmaktadır. Modern Olimpiyatlar böyle doğmuştur. Bu tarihsel süreç içerisinde Modern Olimpiyat Oyunları'nın ülkelerin tanıtımları ve sosyo ekonomik yapılarının gelişimi açısından önemli bir güç olduğu söylenebilir (88). Düzenleyen ülkenin tesislerinin modernizasyonu yanında büyük maddi girdiler sağlayan oyunları alabilmek için ülkeler kıyasıya bir çekişme içerisine girmişlerdir. Dünya ticaretinin önde gelen firmaları dahi tüm dikkatleri bu organizasyon üzerinde toplamıştır (70).

Bütün özellikleri ile uluslar arası öneme haiz bir kurum haline gelen olimpiyatların temel felsefesinin, insanlık idealine uygun olduğu söylenebilir. Buna rağmen spordaki üstünlük dışında hiçbir üstünlüğün, sınıf, dil, din, ırk ve siyasi ayrımın yapılmaması gereken oyunlarda, olimpiyat felsefesiyle uyuşmayan ticari ve siyasi iniş çıkışlara zaman zaman rastlanmıştır (46).

1.1 Antik Olimpiyatlar

Dünyanın en büyük spor olayı diye kabul edilen olimpiyatlar, M.Ö. 776 yılından itibaren tarihi kesin olarak tutulmaya başlandı (88). Olimpiyat oyunları, Poloponez (Mora) yarım adasında Elis ülkesinin, Olimpia (Olimpos) kenti yöresindeki Zeus tapınağında yapılırdı (46).

Eski Yunanlılar, tanrıları adına çeşitli törenler düzenlerlerdi. O çağlarda Olimpio, Pythio, Nemla ve İsthmia gibi bölgelerde spor şenlikleri yapılırdı. Bu organizasyonların en eskisi ve en ünlüsü ise Elis kentindeki Olimpia'da yapılan “ olimpiyat oyunlarıdır”. Tanrı Zeus’u anmak ve bölgede barışı sağlamak amacıyla yapılan bu yarışmalar zamanla Yunan site devletlerinin birbirine üstünlük kurma şekline dönüşmüştür Antik Olimpiyat Oyunları sayesinde savaş halinde bulunan Yunan site devletleri, Olimpiyata kısa bir süre kaldığında silahları bırakırlar, yarışacak olan sporcularını seçip bunları yetiştirirlerdi (70). Antik olimpiyatlarda oyunların sürekliliğini olimpiyat ateşi simgelerdi. Yunanlılar olimpiyat ateşi yakma geleneğini eski Olimpia’daki Altis’de güneş ışınlarının süzülmesi sonucu elde ettikleri ateşle söndürmüşlerdir (22).

Oyunlar 4 yılda bir, Ağustos ayında düzenleniyordu. Organizasyondan Elis şehri sorumluydu; çünkü merkezi bir yerdeydi. Ağustos ayında hasat kaldırılmış oluyor ve insanların eğlenceye ayıracak daha çok vakti oluyordu. Organizasyona müzisyenler, şairler, ressamlar ve gösteri yapan kişiler katılıyordu. Bu büyük festival, para kazanmak ya da tanınmak yani bir anlamda ünlü olmak için iyi bir fırsattı. Otel ya da konuk evi yoktu. Konuklar kendi şartları dahilinde konaklamak durumundaydılar. Soylu kişiler için bir tür büyük çadır kuruluyordu. Olimpiyat oyunları, sporcular ve zengin ya da fakir olsun tüm seyirciler için sporun ötesindeydi; Zeus’a tapınma ya da ibadet etme anlamı taşıyordu. Spor karşılaşmalarında, tanrılarına hızlarını ve güçlerini sunduklarına ya da kurban ettiklerine inanırlardı. Bu nedenle şampiyon atletlerin heykelleri dikilirdi. Unvan

sadece kazananlar içindi; 2.lık ya da 3.lük ödülü yoktu. Yarışmacılar, her eşlinde birer korkutucu şimşek tutan bir Zeus heykelinin önüne gelir. 10 aydır sıkı idman da olduklarına ve oyunlarına dair olimpiyat yemini ederlerdi. Yeminden sonra kurban keser ve zafer için dua edilirdi (86).

Sportif yarışmalar sadece 192 metrelik stat koşularından ibaretti. M.Ö 724 yılındaki 14. oyunlardan itibaren bu koşuların kapsamı genişletilerek 192 metrelik stat koşusu 24 katına kadar çıkartılmıştır. M.Ö. 708'e kadar yapılan oyunlar sadece; sıçrama; koşma, daire (disk) atma, cirit ve güreşten ibaretti. Şampiyon olmak için her 5 dalda da yenilmemek gerekiyordu. Bu programa M.Ö. 688'de boks, M.Ö. 680'de de araba yarışları dahil edilmiştir. M.Ö. 520'de yapılan 65.oynlarda da silahlı ve tam teçhizatlı atletlerin yarışmaları programa ilave edilmiştir. Yüzme, kaya parçaları kaldırmak suretiyle halter, kanlı bir şekilde yapılan paneratium gibi yarışmalara da oyunlar içinde zamanla yer verilmiştir (88).

İlk olimpiyat şampiyonu, M.Ö. 776 yılında yapılan 1. oyunlarda 192 metrelik yarış kazanan “ Olisli Koraibos'tur. Phigialı Arrhacian, pankreas yarışlarını 52. ve 53. oyunlarda üst üste kazanmış ve 54. oyunlarda ise şampiyonluk pahasına canından olmuştur (70). M.S. 146 yılında Romalılar, Yunanistan'ı işgal ettiler bununla beraber oyunlara girerek, olimpiyat oyunlarının bozulmasına neden oldular. Bu yüzden oyunların Panhelenistik özelliğini kaybettiği söylenebilir. Bu tarihten sonra oyunlara Yunan soyundan olmayanlar da iştirak edebiliyordu. İlk etapta Romalılar oyunları çok benimsememiş ve ilgi göstermemişlerdi. Romalılar kendilerine has örf ve gelenekleri ile Yunan halkı üzerinde etkili olmuşlar, bunun sonucunda ise Yunan halkının sosyal hayatında bir takım değişimler olmuştur. Bu tarihlerde Romalılar oyunlara sportif hedef ve amaçlardan uzak bir görüntü vererek, oyunların gidişatına gölge düşürmüşlerdi (70). Böylece olimpiyat oyunları M.S. 408'e kadar devam etmiş ve 2. Theodosius tarafından son verilmişti.

1.2 Modern Olimpiyatlar

Spor tarihinde Modern Olimpiyat Oyunları'nın yeniden yapılması fikri Baron Pierre de Coubertin tarafından ortaya çıkmıştır. Coubertin 'in temel hedefi gerileyen Fransız ulusunun kaderini güçlü karakterlerle ve şahsiyetlerle geliştirerek; gençliğin dayanma gücüne rekabet ruhu ve atletik katılım sayesinde destek olmaktı. Aynı zamanda Coubertin insanlar arasında var olan gerilimlerin ve düşmanlıkların rekabet ruhu sayesinde azaltılabileceğine inanıyordu. O dünya uluslarının barışla ve sükûnetle katıldığı yarışmalar planladı.

M.S. 408'de 2. Theodosius tarafından son verilen olimpiyatlar yaklaşık 1500 yıl sonra 1892 yılında Sarbonne üniversitesi'nde Baron Pierre Coubertin tarafından spor konseyi yapılmış olimpiyatların Uluslar arası bir spor organizasyonu olarak yapılması fikri ortaya atılmıştır.

Coubertin, dünyayı dolaşarak bu işin peşini bırakmamış ve ABD'li Prof. Sloane ve İngiliz Albay Herbert'le birlikte amatör spor ve sporculuğun belirlenmesi üzerine tasarılar hazırlamıştır. Bu tasarımı görüşmek üzere 16 Haziran'da ilk toplantı çağrısı yapılarak, 23 Haziran 1894'de 13 ülke ve 79 temsilciden oluşan ilk "Beynelmilel Olimpiyat Komitesi" kurularak olimpiyat oyunlarının 1896'dan itibaren yeniden yapılmasına karar verildi ve ilk olimpiyatlar 1896'da Atina da yapıldı (33).

16 Haziran 1894 yılında yapılan toplantıda olimpiyat oyunlarının temel ilkeleri belirlenmiştir.

Bu ilkeler;

Olimpiyat her 4 yılda bir yapılacak

Amatörlük ruhu esas alınacak

Her olimpiyat başka ülkede yapılacak

Olimpiyatlarda din, ırk ve siyasi etkenlere yer verilmeyecek

Alınan bu kararlardan sonra Coubertin, Vikelas, Slane ve birkaç kişinin daha görev yapacağı Uluslararası Olimpiyat Komitesi (UAK) kuruldu. Bu komitenin aldığı ilk karar, 1. olimpiyat oyunlarının 1896'da Atina da yapılması oldu (80).

Coubertin'in soylu bir 19. yy düşünürü olarak sarf ettiği sözler Modern Olimpiyatların temel felsefesi olarak kabul edildi. Eski olimpiyatlarda olduğu gibi modern oyunlarda da yarışan sporcuların rüyası ve amaçları, katılmak ve sonuna kadar mücadele etmekle birlikte daima birinci olmaktı (70).

2. MATERYAL METOD

Bu çalışmada olimpiyat oyunlarının ev sahibi ülke ve kentlere olan ekonomik etkileri araştırılmıştır. Araştırmada ev sahibi ülkelerin olimpiyatların öncesinde ve sonrasında, makro ekonomik değişimler ele alınmış ve karşılaştırılmıştır. Ayrıca olimpiyatların ülke turizmine sağladığı katkılar da ekonomik gelişimin içinde ele alınmıştır.

Bu çalışma ikincil araştırma tarzında yapılmıştır. Araştırma, 1992 Barselona, 1996 Atlanta, 2000 Sidney ve 2004 Atina Olimpiyatları'yla sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırmanın nedeni daha önceki olimpiyat oyunlarına ait literatür kısıtlılığı ve olimpiyat oyunlarının özellikle 1992 Barselona Olimpiyat Oyunları ile artan televizyon yayın gelirleri sonucunda ekonomi açısından araştırılmaya değer hale gelmiş olmasıdır.

Gerekli bulgulara ulaşabilmek için öncelikle Uluslararası hakemli dergilerde yer alan konu ile ilgili makaleler ve araştırma raporları gözden geçirilmiştir. Bunun yanı sıra, ebscohost, proquest, science direct, emerald ve sport discuss veri tabanlarında tarama yapılmıştır. Ayrıca verilerin oluşturulmasında ev sahibi ülkelerin istatistik enstitüleri, milli olimpiyat komiteleri ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi resmi web sayfalarından yararlanılmıştır. Her ev sahibi ülke ve kent için ayrı ayrı elde edilen bulgular makro büyüklüklerine, televizyon yayın gelirlerine, sponsorluk ve bilet gelirlerine ve turizm gelirlerine göre sınıflandırılmış ve birbirleriyle karşılaştırılmıştır.

Giriş, genel bilgiler ve bulgular bölümünde kullanılan kaynakların büyük bir kısmı, ülkemizde olimpiyat oyunlarının ekonomik etkileri üzerine yapılan çalışmaların sınırlı olmasından dolayı genellikle yabancı kaynaklardan oluşmuştur. Araştırma için verilerin toplanması 3 ay, genel bilgiler ve bulgular bölümünün oluşturulması 3 ay, tartışma ve sonuç bölümünün yazılması 1 ay sürmüştür.

3. BULGULAR

3.1 1992 BARCELONA OLİMPİYAT OYUNLARI'NIN EKONOMİK ETKİLERİ

Her olimpiyat oyununun formu ve hedefleri o oyunun organizasyon modeli tarafından kurulur. 1992 Olimpiyat Oyunları'nı organize etmede Barcelona'nın hedefleri, dünyanın dört bir tarafından gelen sporcular için daha iyi bir alan oluşturma, olimpik ruha uygun mükemmel yarışmalar gerçekleştirme, şehrin çekiciliğini ve yaşam kalitesini arttıracak büyük bir kentsel dönüşüm olmuştur.

Organizasyonel görevler Barcelona Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi'nce (BOOOK) yürütülmüştür. 1993 Temmuz itibarıyla bütçe geliri 195.594 milyon peseta ya da US\$1.638.000.000'dır. Buna karşılık 195.236 milyon pesetalık (US\$1.635.000.000) bir harcama yapılmıştır. Bu harcamanın 42.448 milyonu sponsorlar tarafından karşılanmıştır. Gelir ve gider arasındaki fark 358 milyon pesetalık olumlu bir hesap bırakmıştır. Diğer olimpiyatlara bakılırsa, 1992 Barcelona Olimpiyatları'nın gelirinin toplamda % 75,2 arttığı söylenebilir. Bu Barcelona Oyunları'nın organizasyonel bütçesinin en kötü özelliğidir: sponsorluk ve televizyon yayın haklarının fiyatlarının yüksek olması. 1992 Oyunları'nda sponsorluk gelirin % 30,5'idir. 1984 Los Angeles' la kıyaslanırsa dolar bazında sponsorluk geliri 3,7 kat, televizyon yayın geliri 9 kat artmıştır. BOOOK'92 tarafından geliştirilen başlıca programlar ve kaynakları şunlardır: tesislerin kurulması ve hazırlanması (45.866 milyon peseta), telekomünikasyon ve elektronik (24.791 milyon peseta), müsabakalar (14.045 milyon peseta), ticari yönetim (10.681 milyon peseta), seremoni ve kültürel etkinlikler (9.053 milyon peseta), imaj (7.937 milyon peseta) ve güvenlik (4.671 milyon peseta). BOOOK'92 harcamaları sınıflandırılırsa ana maddenin hizmet ihtiyaçları olduğu görülebilir (toplamın % 49,9'u). BOOOK'92 oyunlarının

organizasyonunun eksenidir. Ancak tüm alanlarda doğrudan girişimci olmak konusunda dikkatli davranmıştır. Buradan yola çıkarak, personel harcaması toplam harcamaların sadece % 11,2'sini (21.919 milyon peseta) ve malzeme satın alımı da % 5,1'ini almıştır. Diğer taraftan, BOOOK'92 yatırımları 65.931 milyon pesetaya (toplamın % 33,8'ine) ulaşmıştır (9).

Oyunlardan dolayı ciddi altyapı yatırımları gerçekleşmiştir (oyunlar için harcanan toplam miktarın üç katından fazla). Oyunların maliyeti ulusal ve bölgesel hükümet, şehir hükümetleri tarafından üstlenilmiştir; yatırımlar özel sektör ve kamu sektörü arasında paylaşılmıştır; İspanya Hükümeti % 12, Katalanya Bölgesel Hükümeti % 15, Barselona Özel İspanyol Şirketleri % 22, yabancı özel şirketler % 11, İspanyol Kamu Şirketleri % 14. Oyunların bilançosu televizyon yayın haklarından gelen 543 milyon dolarla desteklenmiştir. Üç yüz milyon dolarlık operasyon maliyet fazlasına katkıda bulunmuştur. Ayrıca oyunlara ev sahipliği yapmaktan öncelikle % 70 oranla büyük ölçekli şirketler, % 14 oranla küçük ölçekli şirketler faydalanmıştır. Oyunların finansmanı Tablo 1'de, gelir kaynakları ise Tablo 2'de gösterildiği gibidir (51).

Tablo-1 Barcelona Olimpiyatları Finansman Tablosu

Kaynakların Kullanımı	US\$(000,000)	2000	Yüzde Dağılım
	oranlarıyla		
1.BOOK'92 Programları-operasyonel maliyetler	1678		14,5
Müsabakalar	145		1,3
Seremoni ve kültürel olaylar	93		0,8
Basın, televizyon, radyo	188		1,6
Tesislerin hazırlanması	139		1,2
Teknoloji	256		2,2
Olimpiyat ailesi hizmetleri	381		3,3
Ortak imaj	191		1,7
Güvenlik	48		0,4
Destek yapıları	236		2,0
2.Olimpik Miras/Altyapı Yatırımı	9855		85,5
Yollar/Ulaşım	4167		36,1
İletişim	1271		11,1
Sahil Yenilenme Çalışması	622		5,4
Barınma, ofis ve çevreleri	1439		12,5
Oteller	1235		10,7
Spor malzemeleri, tesisler	902		7,8
Kültür ve sağlık tesisleri	219		1,9

Tablo-2 Barselona Olimpiyatları Gelir Kaynakları

Gelir Kaynağı	Miktar (\$milyon)
Biletler	102
Televizyon Yayın Hakları	543
Sponsorlar ve Lisanslar	628
Diğer gelirler	794

Olimpiyatlarla ilgili projelerin % 32,7'si özel girişim tarafından yürütülmüştür. Olimpiyatlarla ilgili özel yatırım 1986'dan 1993'e 313.017 milyon pesetaya ulaşmıştır. Bu toplamda, üçte birinden fazla yabancı sermayedir. Temel olarak, özel projeler barınma, otel, girişimle ilgili merkezler ve geçiş ücretli yollarda yürütülmüştür. Kamu yatırımı 643.613 milyon pesetaya ulaşmıştır. Bu olimpik aktivitelerin toplamının % 67,3'ünü temsil eder. Bunu devletle ilgili seviyelerle sınıflandırmak gerekirse, Spanish State 193.572 milyon pesetalık katkıda bulunmuştur. Bunun 77.948 milyonu HOLSA'ya yönlendirilmiştir. Merkezi yönetimin yardımı altındaki girişimler toplam kamu yatırımının % 20,3'ünü kapsamıştır. Olimpik yatırım bu girişimlerin ticari stratejisine yardım etmiştir, kamu yatırımı olmalarına rağmen ve diğer yatırımlar gibi aynı şekilde faydalanmıştır. Yerel yönetim 100.237 milyon peseta katkıda bulunmuştur. HOLSA'nın Barcelona ile ilgili olimpik projeleri ve Spanish State ile ilgili projeleri ortak girişimi yatırım sürecini daha çevik hale getirmiştir. HOLSA ortak girişimin olağandışı bir örneğidir. HOLSA tarafından idare edilen 275.000 milyon pesetanın 125.000'i diğer kurumlar tarafından temsil edilen projelere adanmıştır ve 149.546 milyon pesetası kendi girişimleri için olan projelerine, 11.722'si Montjuic'e, 67.692 milyonu olimpiyat köyü ve sahiline, 70.132 milyonu yollara ayrılmıştır (9).

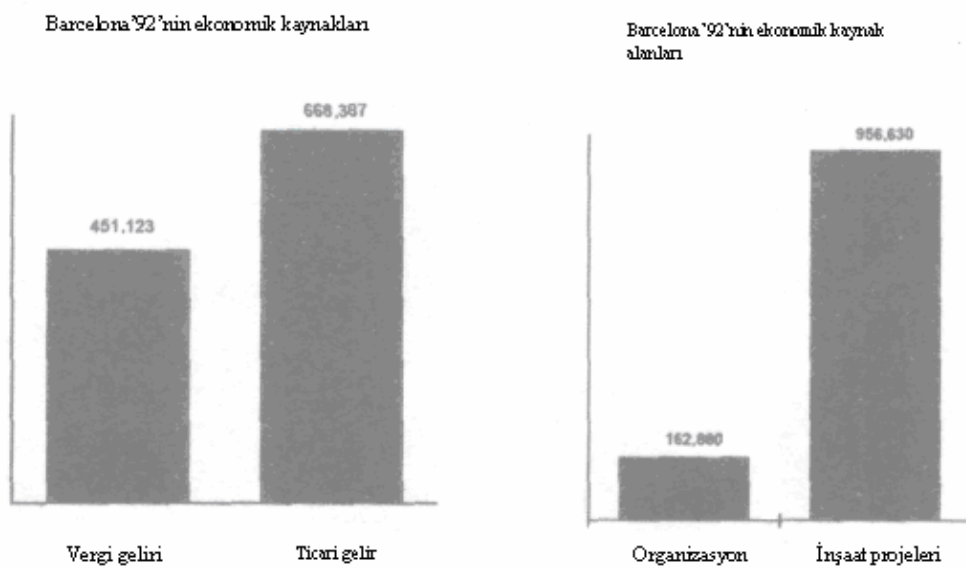
Oyunlar için organizasyonel harcamalar (oyunlardan sonra kullanılmayacaklar) ve proje harcamaları (oyunlardan sonra kullanılabilir olanlar) olarak bir ayırım yapılmıştır. Projelerdeki harcamalar, dolaylı ve dolaysız yatırımlardan (oyunların gelişimi için gerekli olanlar) ve oyunlardan dolayı teşvik edilen yatırımlardan oluşur. Organizasyonel harcamalar gerçek maliyettir ve daha sonra kalmayacaktır, bu nedenle bunlar en aza indirilmeye çalışılmıştır. Diğer taraftan, yatırım harcamaları mirastır bu nedenle bu harcamalar maksimize edilmeye çalışılmıştır.

Organizasyonel harcamalarla (162.880 milyon peseta) dolaysız harcamalar arasında (956.630 milyon peseta) kayda değer bir fark vardır. Yatırımlar olimpik harcamaların % 85,5'idir. Ayrıca gelirin ticari merkezli (kamu ve ya özel girişimlerin yatırımları, televizyon yayın geliri, sponsorluk geliri vb.) ya da vergi merkezli (kamu bütçelerinden) olup olmadığına göre de ayırım yapılmıştır. Olimpik kaynakların kullanımıyla ilgili çeşitli sonuçlara ulaşılabilir. Oyunların "maliyeti" sadece 162.880 milyon pesetadır. Bu "gerçek maliyet" Barselona 1992 kaynaklarının sadece % 14,5'idir. BOOOK'92 geliri ile kendi kendini finanse etmiştir. Bununla birlikte, merkezi yönetim ve kalıcı kamu kuruluşları kendi bütçelerinden 338.533 milyon peseta katkıda bulunmuşlardır ve 2009'a kadar da 112.590 milyon daha katkıda bulunacaktır. Sonuç olarak, 451.000 milyon peseta vergilerden kazanılıyorsa bunun 13.000 milyonu BOOOK'92'nin organizasyonel harcamalarına transfer edilmiştir. Toplam doğrudan yatırımlar (956.630 milyon peseta) ve organizasyonel yatırımlar (162.880 milyon), 1.119.510 milyon peseta yapmaktadır yani US\$9.376.000.000. 1986-1993 döneminde oyunlar için gelir kaynakları Tablo 3 ve Şekil 1'de gösterilmektedir (9).

Tablo-3 1986-1993 Dönemi Barselona Gelir Kaynakları

1986-1993 Dönemi	Cari peseta ile	Dağılım
A. Gelir Kaynağı		
	668.386.640.000	59,7 %
1.Ticari Gelir		
Özel milli yatırım	204.697.131.130	18,3 %
Özel yabancı yatırım	108.320.328.870	9,7 %
Bölge girişimlerinin yatırımı	130.416.240.000	11,6 %
HOLSA: Girişimlerinin kendi geliri	42.448.000.000	3,8 %
BOOOK'92: Kendi geliri	120.055.700.000	10,7 %
BOOOK'92: Malzeme sponsorlarının katkısı	42.448.000.000	3,8 %
BOOOK'92: piyango	20.143.400.000	1,8 %
A=B Kaynak=Kullanım	1.119.509.720.000	100 %
B. Kaynak Kullanımı		
1. Organizasyona kullanılan kaynaklar	162.879.720.000	14,5 %
BOOOK'92 Programları	162.879.720.000	14,5 %
2. İnşaat projelerine kullanılan kaynaklar	956.630.000.000	85,5 %
Özel girişimlerin yatırımı	313.017.460.000	28,0 %
Bölge girişimlerinin yatırımı	130.416.240.000	11,6 %
Barselona Şehri yatırımları	22.788.580.000	2,0 %
HOLSA yatırımları	154.895.840.000	13,8 %
Katalanya yatırımları	142.726.000.000	12,7 %
BOOOK'92 yatırımları	32.714.280.000	2,9 %
Diğer kamu idarelerinin yatırımları	43.947.840.000	3,9 %

Şekil-1 Barselona'92 Ekonomik Kaynakları ve Alanları

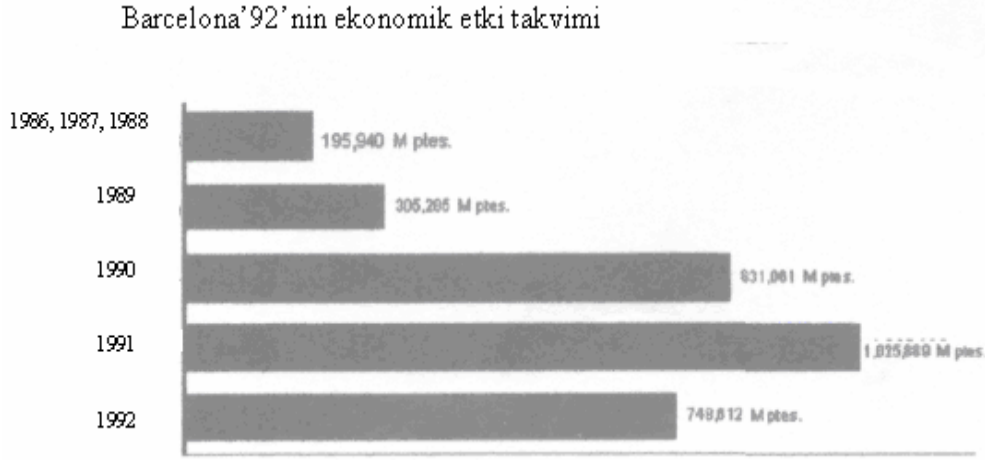


1992 Barselona Olimpiyat Oyunları'nın 1986–1993 döneminde yarattığı toplam ekonomik etki ise Tablo 4 ve Şekil 2 ile özetlenebilir (9).

Tablo-4 Barcelona Olimpiyatları'nın Toplam Ekonomik Etkisi

1986-1993 Dönemi	Cari peseta ile	Dağılım
Doğrudan toplam etki	1.165.600	37.5 %
Yatırım	956.630	30.8 %
Kamu yatırımı	643.613	20.7 %
Barcelona şehri	22.789	0.7 %
Merkezi İdare	246.540	7.9 %
HOLSA: yatırım	154.896	5.0 %
Katalanya	142.726	4.6 %
BOOOK'92: yatırım	32.714	1.1 %
Diğer kamu idareleri	43.948	1.4 %
Özel yatırım	313.017	10.1 %
Tüketim	208.970	6.7 %
BOOOK'92: cari harcamalar	162.880	5.2 %
Ziyaretçilerin tüketimi	46.090	1.5 %
Uyarılmış toplam etki	1.942.188	62.5 %
Toplam etki	3.107.788	100.0 %

Şekil-2 Barselona'92'nin Ekonomik Etki Takvimi



Özet olarak, Barselona Olimpiyat Oyunları doğrudan kamu kurumlarınca yürütülmüştür ve organizasyonda bütün kamu idareleri yer almıştır (6).

3.1.1 Barselona Oyunları'nın İstihdam Etkileri

1992 Olimpiyat Oyunları'nın organizasyon şehri Barselona keskin bir etki yaratmıştır: 1986'ya kadar artış halindeki işsizlik azalmaya başlamıştır. 1992 Ağustos'a kadar işsizlik azalmıştır. Oyunlara hazırlık başladığı zamandan itibaren Barselona istihdamı da artmaya başlamıştır.

Olimpiyat oyunlarının organizasyonu için gerekli personel 1987'de 57 çalışandan 1992 Ağustosta 5.965'i bulmuştur. Dolaylı personeli de sayarsak, oyunların kapanış gününde Barselona 1992'de 89.723 çalışan vardır. Bunun 34.548 gönüllüler, 23.467 hizmet işletmecileri ve 21.116 sı güvenlik çalışanıdır. 1986–1992 dönemindeki faaliyet ve istihdamdaki değişimler Tablo 5'de, işsizlik oranlarındaki değişimler Tablo 6'da gösterilmektedir (9).

Tablo-5 Barcelona'da Faaliyet ve İstihdam

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1986-92	1991-92
Faaliyet	707.772	743.348	728.704	734.746	741.662	722.870	715.774	1,1 %	-1.0 %
Çalışan	582.078	624.946	631.697	664.104	675.424	656.575	645.833	11.0 %	-1.6 %
Çalışmayan	125.694	118.402	97.007	70.642	66.238	66.295	69.941	-44.4 %	5.5 %

Tablo-6 Barcelona, Katalonya ve İspanya'daki İşsizlik Oranı

Faal nüfusun yüzdesi olarak işsiz							Varyasyon		
	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1986-92	1991-92
Barcelona	18.4	17.4	14.3	10.4	9.7	9.2	9.6	-47.8 %	4.2 %
Barcelona ili	23.7	19.3	16.0	12.0	11.3	11.0	11.7	-50.6 %	6.0 %
Catalunya	21.0	18.3	15.2	11.6	10.9	10.7	11.2	-46.7 %	4.5 %
İspanya	20.9	20.9	18.8	16.2	15.6	15.4	15.5	-25.8 %	0.6 %

Olimpiyatlar Barcelona'da işsizliğin 1986 yılında % 18,4'ten 1992 yılına % 9,6'ya düşmesini sağlamıştır. Ülke genelinde ise aynı dönemde işsizlik % 21'den % 15,5'e düşmüştür. Olimpiyat sonrası da işsizlik oranı düşmeye devam etmiştir. Olimpiyatlar 20.000 kişilik bir istihdam mirası bırakmıştır. 1986-1992 döneminde oluşan geçici istihdam ise 35.000 kişidir (51). Bunu tamamlayıcı olarak, 1986-1992 arasında işsizlik yarı yarıya azalırken iş anlaşmaları sayısı 2,5 kat artmıştır. 1993 Temmuzdaki işsizlik seviyeleri ile (78.251) bu rakamlar karşılaştırılınca oyunlardan bir yıl sonra hala 49.523 işsiz vardır. Bu rakam da 1986 Kasımındaki 127.774 kişilik işsiz sayısından azdır. Oyunlardan sonra, Barcelona ekonomisi ekonomik krizi direnmede büyük çaba göstermiştir. Barcelona'nın ekonomik konumu Ocak 1986'dan Ağustos 1992'ye kayda değer

şekilde gelişmiştir. Kriz sona ermiş genel bir canlanma başlamıştır. 1992 Barselona Olimpiyat Oyunları Avrupa'yı etkileyen ekonomik krize karşı koruyucu bir tampon görevi görmüştür. Toplamda, 1987–1992 döneminde 59.328 kişilik istihdam oluşmuştur. Sonuç, olimpiyatlardan dolayı Kasım 1986 ve Temmuz 1992 arasında Barselona'da işsizliğin 66.889 kişi azalmasıdır (9).

Olimpiyat oyunlarının doğrudan ve dolaylı yatırımları inşaat ve altyapı projelerinde görülmüştür. Olimpiyatlara hazırlık döneminde kamu sermayesi ve özel sermaye birlikte hareket etmiştir ve kalıcı istihdam oluşturmuştur.

3.1.2 Barselona Oyunları'nın Tesisleşme ve Altyapıya Etkileri

Barselona Oyunları'nın başlıca etkisi – spor açısından bakılınca – oyunların sonucu olarak spor tesislerinin kurulmasıdır. Bu etki, oyunlardan sonra, şehrin en önemli spor mirasıdır. Barselona'nın olimpiyatlara ev sahipliği yapmaya aday olmasının en önemli etkisi oyunların kentsel dönüşüm için büyük ölçekli projeler konusunda destekçi olacağı düşünülmesidir. Bu şekilde şehir neredeyse yeniden yaratılmıştır.

Barselona Olimpiyat Oyunları'nın başarılı olmasındaki en büyük etken belki de uzun yıllar sürebilecek kentsel dönüşümün sadece altı yılda gerçekleşmesidir. Ayrıca oyunlar büyük bir başarıyla organize edilmiştir. Organizasyonun başarısında medya ve gazeteciler, yabancı ziyaretçiler büyük rol oynamıştır.

Olimpiyat projesinin öncelikli felsefesi alt yapı ve tesislerin şehir planlaması ve spor tarafından desteklenmesidir. Tüm olimpik tesis çalışmaları oyunlardan önce her şeyin yetişmesi için bir grup şehir planlamacısı tarafından başlatılmıştır. Oyunlar için gerekli olan spor tesisleri oyunlardan sonra da

kullanılabilmek üzere planlanmıştır. Ayrıca tüm tesis ve olimpik inşaat projeleri tekrar büyük bir spor olayına ev sahipliği yapabilecek şekilde inşa edilmiştir.

Barselona Oyunları için birçok proje tamamlanmış birçok da proje doğmuştur. Aslında bu projelerin çoğu da doğrudan oyunlarla ilgili değildir. Bu kesinlikle tasarlanmış etkilerden biridir: oyunlardan sonra birçok akıllı yatırımı kar olarak geride bırakmak. HOLSA Olimpiyat alanının inşaatında ana şirkettir. Yeni yapılan 78 km.lik yol inşaatının ve Olimpiyat Köyünün inşaatını üstlenmiştir. Bu çalışma 275.000 milyon pesetaya mal olmuştur. Bu şekilde oyunlarla ilgili doğrudan yatırımlar 1986'dan 1993'e 956.630 milyon pesetaya ulaşmıştır (US\$8.012.000.000). 588.625 milyon peseta devlete ait projelere adanmıştır. Bu olimpik yatırımların % 61,5'idir. İnşaat projeleri için kalan 368.364 milyon peseta kullanılmıştır. Bu olimpik yatırımların başka bir anahtar özelliğini doğrulamaktadır: şehir üzerindeki yapısal etki. Bu nedenle olimpiyat ilgili projelerin en önemli etkileri uzun dönemlidir. Bununla birlikte, Barselona Oyunları Katalanya, Valencia ve Aragonya bölgeleri olmak üzere birkaç şehrin coğrafi olarak yerinden yönetimiyle nitelendirilebilir. Olimpik yatırımların sadece % 35,5'i Barselona'da yapılmıştır. 1986 ve 1993 döneminde oyunlar için yapılan inşaatların maliyetleri Tablo 7'de gösterildiği gibidir (9).

Tablo-7 1986-1993 Döneminde Barselona'daki İnşaat Projeleri ve Maliyetleri

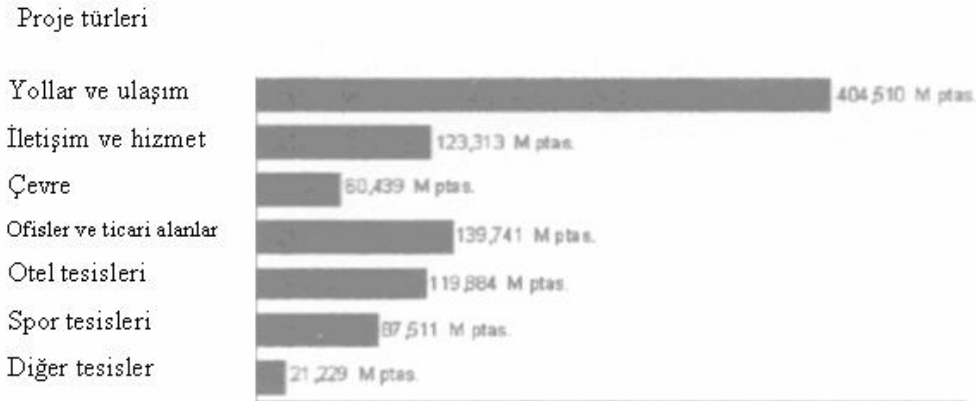
1986-1993 arasında projelene ve başlatılan yatırımlar	Cari pesetayla toplam değeri	Yüzde Dağılım
Yol yapım projeleri	343.804.115.303	35.9 %
Olimpiyat alanındaki inşaatlar	212.681.960.000	22.2 %
Barselona dışındaki olimpiyat alanı inşaatları	117.973.650.000	12.3 %
Barselona'daki diğer projeler	182.449.775.658	19.1 %
Alt Olimpiyat alanlarındaki projeler	69.916.420.000	7.3 %
Diğer Spor altyapı projeleri	29.804.169.039	3.1 %
Toplam	956.630.090.000	100 %

Oyunlar esnasında kullanılan 43 tesisin, 15' i yeni proje (8' i Barselona' dan, 7' si çevre şehirlerde), 10' u yenilenme ve diğer 18' i zaten var olan tesislerdir. Tesislerin olabilecek en yüksek kalitede olması ve daha sonra kamuya da açık olmasının sağlanmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca tesislerin oyunlar için gerekli olan tüm ekipmanlara sahip olması sağlanmıştır. Tesisler gerçekleştirilecek müsabakaların branşlarına uygun şekle getirilmiştir. BOOOK'92'nin ekonomik kaynakları müsabaka alanlarının tasarımı için fon

ayırmiştir. Antrenman tesisleri de başka bir örnektir. Antrenman için yeni binalar inşa edilmemiştir. Öncelik var olan spor tesislerinin yenilenmesine verilmiştir. Ayrıca bu tesislerin % 80'i kamu kullanımına da açıktır. Antrenman planı için ayrılan bütçenin 6 da 5'i yenilenmelere ayrılmıştır ki bunlar kalıcı harcamalardır. 6 da 1'i de kira ve diğer geçici giderlerdir. Barcelona Oyunları tek merkezden, mümkün olduğunca destekçi ev sahibi şehirle paylaşmayı tercih etmiştir. Bu nedenle 15 destekçi şehir seçilmiştir. Olimpik yerleştirme programı dört olimpik alana ayrılmıştır. Olimpik tesis politikaları bu dört alanda yürütülmüştür (82).

Katalanya Bölgesel Özerk Hükümeti Olimpiyat Oyunları için olan kamu yatırımına % 22'lik bir miktarla katkıda bulunmuştur. Ya da 142.726 milyon peseta olarak da ifade edilebilir. Bu paralar doğrudan Barcelona yollarına, ulaşım altyapısına, olimpiyat alanlarına ve spor tesislerine ve kültürel tesislere gitmiştir. Oyunlar için hazırlanan projelerin alanları ve bu projelere yapılan yatırım miktarı Şekil 3 'deki gibidir (9).

Şekil-3 Barcelona Olimpiyatları'nda Proje Türleri



Olimpiyat oyunlarının inşaat sektörüne etkisi aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- 1986–1993 arasında inşaat sektöründe patlama yaşanmıştır.
- İnşaat sektöründe çalışan nüfus sayısı 1985'ten 1992'ye % 72 artmıştır.
- İnşaat sektöründe istihdam 1991'de zirveye ulaşmıştır.

Olimpiyat oyunlarının organizasyonunda adaylıktan itibaren farklı kurumlar, spor komisyonları, federasyonlar ve organizasyon komitesi iş birliği ile hareket etmiştir. Barcelona şehir yönetimi olimpiyat projesinin bölgesel denkliliğini tamamlamak için tarihindeki en büyük yatırımı yapmıştır. Barcelona'da olimpiyat müsabakalar için 15 büyük ölçekli tesise 42.566 milyon peseta yatırılmıştır. 1982 ve 1992 arasında olimpiyatlarla ilgili olmayan spor tesislerine de 7000 milyon peseta yatırılmıştır. Olimpiyatlar olmasaydı bu kadar kısa bir zamanda bu büyüklükte ekonomik çaba sarf edilmeyecekti (82).

3.1.3 Barcelona Oyunları'nın Turizm Etkileri

Olimpiyat oyunlarının Barcelona'nın turizmini hem önce hem de sonra etkilediği konusunda bir şüphe yoktur. Zaten oyunlar çoğunlukla ev sahibi şehirlerin turist kapasitesini arttıran bir enstrüman, bir medya olayı olarak görülür. Barcelona da oyunların etkisi ile bir Avrupa hatta dünya turist merkezi olmuştur. Aslında oyunlar bahanedir, yani teşvik edicidir. Amaç şehrin bir turist merkezi olarak rolünü analiz edebilmektir. Bu süreç Barcelona'nın oyunlara adaylığından itibaren başlamıştır ve şehir turizminin promosyonundan sorumlu olan kuruluşun 'Turisme de Barcelona' da desteğiyle olumlu sonuçlar artmıştır. Şehrin önceki turizm politikası incelenip gelecekte ne şekil alması gerektiği üzerine çalışılmıştır.

Oyunlardan sonra Barcelona, hem iş hem de serbest zaman aktiviteleri için gelen ziyaretçiler üzerinde olumlu bir imaj bırakmış ve oldukça popüler bir turist şekli haline gelmiştir. Turist promosyon politikası şehrin güçlü olduğu noktalarda

daha çok vurgu yapmıştır. Turizm alt yapısı için bir şehir kongre merkezi yapılmıştır. Ancak oyunlardan sonra da turizm alt yapı çalışmaları devam etmiştir.

Barselona Oyunları olimpik etkiyi turizm üzerinde başarıyla kullanmıştır. Olimpiyatlar Avrupa'yı 1990ların başında etkileyen ekonomik krizin etkilerinin gecikmesini sağlamıştır. Ekonomik aktivitedeki azalma alternatif turizm alanları arayanlar için Barselona'ya fırsat yaratmıştır. Olimpiyat turizmi anlamında olimpiyat yılında Barselona turist patlaması yaşamıştır. 1990–1992 döneminde otel yatak kapasiteleri % 35 artmıştır (51).

Barselona bu büyük olaydan çok iyi faydalanmıştır. Özellikle şehrin turizm endüstrisinde bu açıkça görülmektedir. Kentsel yenilenme, gelişim ve büyümeye bağlı olarak, Barselona'nın bir turist merkezi olarak büyümesi ev sahipliği yaptığı büyük olayların sayısı ile ilgilidir.

Son 120 yıla bakılınca (1888–2004) (24)

1888 Universal Exhibition	1992 Olimpiyat Oyunları
1929 International Exhibition	1993 Miro Year
1952 Eucharistic Congress	2002 Gaudi Year
1982 Football World Cup	2004 Universal Forum Of Cultures

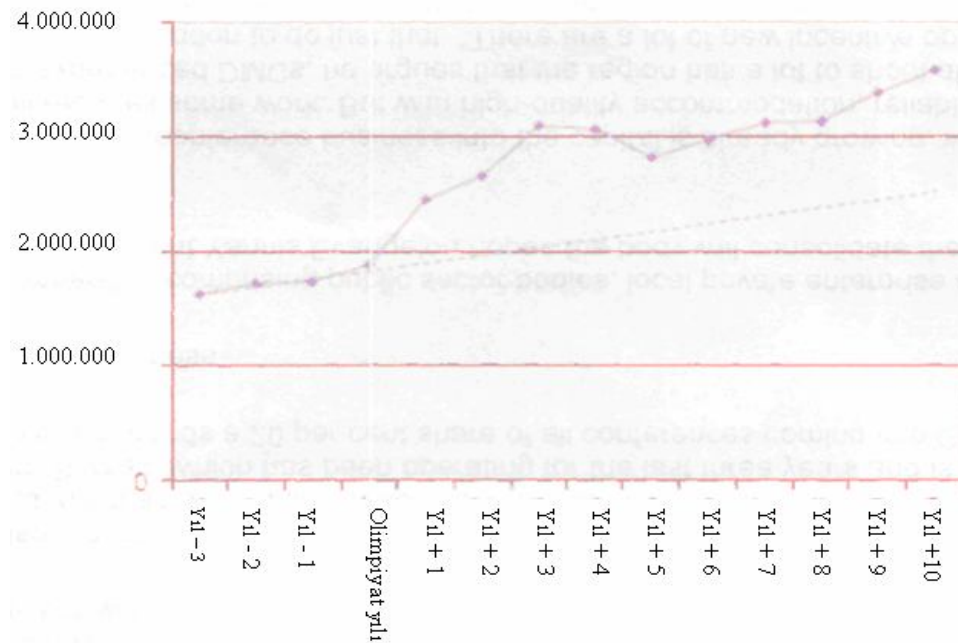
1952 Eucharistic Congress ile şehir ilk otel planını yapmıştır ve kongre için inşa edilen barınma yerleri olimpiyat köyü için öncü nitelik taşımaktadır. 1993 Miro Year da kültürel turizm pazarını da yakalamak için olimpiyatların mirasıdır.

Ziyaretçi sayısı ile ilgili büyük beklentiler vardır, ama bu gerçekte otel sektörü ile sınırlanmıştır. Özel yatırımın sonucu olarak, Barselona'da 1990'dan

1992'ye otel sektörü % 38 büyümüştür. Olimpiyat ailesinin de harcamalarıyla birlikte ziyaretçilerin tüketimi 46.090 milyon peseta olarak tahmin edilmiştir (9).

Şekil 4 olimpiyat öncesi ve sonrası dönemde ve olimpiyat yılında Barselona'ya gelen turist sayısındaki gelişimi göstermektedir (51).

Şekil-4 Barselona'da Yıllara Göre Turist Sayısı



Oyunların Barselona'nın turizmüne etkisini anlamak için şehrin turizm endüstrisinin oyunların 2 yıl öncesinden bu güne kadar gelişimini dikkate almak gerekir. Örneğin; otel yatak kapasitesi şehrin turizm potansiyelinin önemli bir göstergesidir. 1990'da Barselona'da 118 otel, 10.263 oda ve toplam 18.569 yatak vardır. 2 yıl sonra, 1992'de, otel sayısı 148'e, oda sayısı 13.352'ye, toplam yatak sayısı 25.055'e çıkmıştır. Bu rakamlar kullanılabilir yatak sayısında % 35'lik bir artışı göstermektedir. Aynı dönemde otel doluluk oranları % 71'den % 84'e çıkmıştır. Oyunlardan sonraki yıllarda turizm pazarında, bir resesyon yaşanmıştır. 1993 ve 1994'te doluluk oranları % 54'e düşmüştür. 1990 yılından 2001 yılına otel sektöründeki gelişmeler Tablo 8'de özetlenmiştir (24).

Tablo-8 Barcelona’da Olimpiyat Öncesi ve Sonrasında, Olimpiyat Yılında Otelde Barınma

Otelde barınma							
	1990	1992	2000	2002	2002*		
Otel sayısı	118	148	187	203	223		
Oda	10.265	13.352	16.561	18.141	19.628		
Yatak	18.569	25.055	31.338	34.303	36.901		
*projelenen							
Otel doluluk oranı	1990	1992	1998	1999	2000	2001	
(oda yüzdesi)	71 %	64 %	81.2 %	80.6 %	84 %	79 %	
Otelde barınma							
	1990	1992	2000	2001	2002*	2003*	2004*
Otel sayısı	118	148	187	203	223	247	253
Oda	10.265	13.352	16.561	18.141	19.628	22.570	24.676
Yatak	18.569	25.055	31.338	34.303	36.901	42.432	46.391
*projelenen							

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi oyunlardan sonra da turizmin olumlu etkisi devam etmektedir. Otel sayısının ve kapasitesinin artmasına ve turizmde gelişmenin sürdürülmesine bağlı olarak Barselona artık bir ticaret şehri olmanın yanında bir turizm şehri haline de gelmiştir. Buna bağlı olarak oyunlar aynı zamanda şehrin iş toplantısı merkezi olmasına etki etmiştir. Zaten bir kongre merkezi yapılarak bu çok önceden planlanmıştır. Ancak oyunların uyarıcı etkisi şehri bir kongre ve konferans merkezi haline getirmiştir.

Turist endüstrisinin şehir üzerindeki ekonomik etkisini incelersek; turizm şehrin gayrisafi yurtiçi hasılasının % 14'ünü temsil eder. Yerel ekonomiye doğrudan 1.438 milyon euro enjekte etmiştir. Oyunlardan sonraki 2 yılı ele alırsak ekonomik etki 2,2 kat artmıştır. 2005 yılı itibarıyla ise dolaylı ve dolaysız yatırımlarıyla turizm şehre toplamda 2590 milyon euro katmıştır. Oyunlar turizm büyümesine katkıda bulunmuştur ancak aynı zamanda finansal kurumlarını, ulaşım şirketlerini, yolları ve yiyecek endüstrisini de desteklemiştir (24).

3.1.4 Barselona Oyunları'nda Medya, Televizyon ve Sponsorluk Faaliyetleri Etkileri

Her bir dünya kültürü için olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapmak eşi bulunmaz bir fırsattır, özellikle Katalanya kültürü gibi az tanınmış kültürler için. Katalanya 1992 Oyunları'nda İspanya'nın içerisinde yer alan özerk bir bölgedir. Kendi ulusal dili –Katalan- vardır, tarihi ve gelenekleri İspanya'dan farklıdır. Olimpiyatlara ev sahipliği o ülke ve kentin dünyaya kendini tanıtmayı için bir fırsattır. Bu ev sahibi olmaya aday ülke ve kent için aslında zorunlu bir motivasyondur. Barcelona ve Katalanya için olimpiyatlar küresel bir partidir ve davetliler için altı yıl gibi bir sürede plan yapılmıştır.

Tüm olimpiyat oyunlarının esas seyircileri televizyon karşısındadır. Bu nedenle: a) ekonomik başarı bu alandaki gelire bağlıdır ve b) uluslararası etkinin

ve imajın başarısı televizyon seyircisine ulaşan mesaja bağlıdır. Bu nedenden dolayı Barselona'ya gelen ziyaretçiler olimpiyat oyunlarının temel hedefi değildir.

İspanya'nın bir kültür ülkesi olarak tanıtımı için seremonilerde, renklerde ve işaretlerde Picasso'dan ve Dali'den esinlenilmiştir. Ev sahibi şehir Barselona için, imaj hedefleri yerel ekonomiyi ve gelişimi destekleyen projeler ile yürütülmüştür. Barselona kendisini ekonomik aktiviteye ve girişimlere açık modern bir şehir olarak göstermek istemiştir. Bu hedeflere ulaşabilmek için şehrin göze çarpan mimari karakterinin mükemmel bir televizyon sembolü olacağı düşünülmüştür. Ek olarak, belli müsabaka alanlarına televizyon kameraları yerleştirilmiştir. RTO'92, ev sahibi televizyon yayıncısı, uluslar arası televizyon yayıncılarının kullanması için ekranlar kurmuştur. Ev sahibi televizyon yayıncısı RTO'92 uluslar arası yayıncılar için görsel ve sesli sinyal üretmekle sorumludur (57).

Barselona televizyon yayın haklarının satışı 635 milyon dolardır. Sponsorluk finansmanın temel kaynağı olmuştur. Ancak olimpiyat tüzüğü müsabaka alanlarında sabit reklamı yasaklar ve bu da olimpiyat sponsorluğunu diğer spor sponsorluklarından farklı hareket etmesini sağlar. Az sayıda sponsor alınmasına ve bu sponsorlardan büyük ücretler talep edilmesine karar verilmiştir. Sponsorluk satışları çok erken başlamıştır. İspanyol olimpiyat sporcularını finanse etmek üzere bir sponsorluk programı uygulanmıştır (ADO_The asociacion de deportes olimpicos). Ekonomik politikanın en olumsuz ögesi Kasım 1992'ye kadar peseta'nın değerinin artmasıdır. Neredeyse tüm televizyon yayın geliri dolar bazındadır (7).

Açılış seremonisini yayınlayan ülkeler ve kanallar şöyledir: Yunanistan; NBC, ABD; TF1, Fransa; Kanal Olimpik, Catalonia; SBC12, Singapur; Kanal 13, Meksika; CTV (İngilizce) ve TVA (Fransızca), Kanada; TVRI, Endonezya; RTV, Romanya; İkinci Kanal, Slovenya; NHK, Japonya; Ostankino 1, Rusya; SABC,

Güney Afrika; TV Globo, Brezilya; Kanal 7, Avustralya; ARD, Almanya; MBC, Kore; TVE-2, İspanya; Tele-Rebelde, Küba;RCN, Kolombiya; CRTV, Kamerun; CCTV, Çin; BBC, UK; ERTU 2 (57).

Adaylığın başından beri oyunlarla ilgili teknolojik esaslara büyük önem verilmiştir. Bunun için olimpiyat ofisi büyük çalışma yürütmüştür. BIT'92 (Barcelona informatica i telecomunicacions). Tüm teknolojik projeler teşhis edilmiş ve oyunların organizasyonuna bağlı olan televizyon ve elektronik sistemlere dair tüm sorunlar analiz edilmiştir. Teknoloji yönetimi konusunda sponsorların da söz hakkı vardı. Bu nedenle sistemlerin nasıl çalıştığıyla ilgili özel bilgiler verildi ve bu başarı da büyük etkendi. Özellikle de Ana Basın merkezinde farklı teknolojilerin nasıl kullanılacağı konusunda mükemmel organize olmuş bir sistem geliştirildi.

3.2 1996 ATLANTA OLİMPİYAT OYUNLARI'NIN EKONOMİK ETKİLERİ

Atlanta'nın 1996 Yaz Olimpiyatlarına ev sahipliği yapma hakkını kazanması şehre çok büyük ekonomik fayda sağlamıştır. Bu faydalar sadece 1996 yılı temelinde düşünülmemelidir çünkü aynı zamanda oyunlardan önce ve sonra da ekonomik açıdan faydalanma söz konusudur.

Kısa dönem etkiler Atlanta Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi (AHOOK) tarafından bölgeye akış halindeki yeni dolarlar sonucunda gerçekleşir. Bu yeni dolar akışı sportif ve kültürel etkinliklerle, medya ile ön olimpiyat çalışmaları ile pazarlama etkinlikleri ile sporcularla, resmi görevliler ve seyirciler ile ve Georgia Eyaletine gelen diğer ziyaretçiler ile sağlanır. Yeni dolar enjeksiyonları ilk olarak Atlanta içinde ve çevresinde, Savannah'da ve daha az etkiyle Kolombiya ve Gainesville bölgelerinde gerçekleşmiştir.

Uzun dönem etkiler ya da büyük miraslar 3 kategoriye ayrılır: 1) dünya sınıfında tesislerin yapılması 2) kapsamlı bir medya teşhiri ile şehir ve eyaletin ulusal ve uluslar arası bazda fark edilmesi ve 3) yerel gönüllülük, iş sahası yaratımı ve hazırlık çalışmaları, gençlik ve eğitim programları, kamu ekonomik gelişim projeleri ve kültürel programlara fon aktarımı gibi toplumsal faydalar.

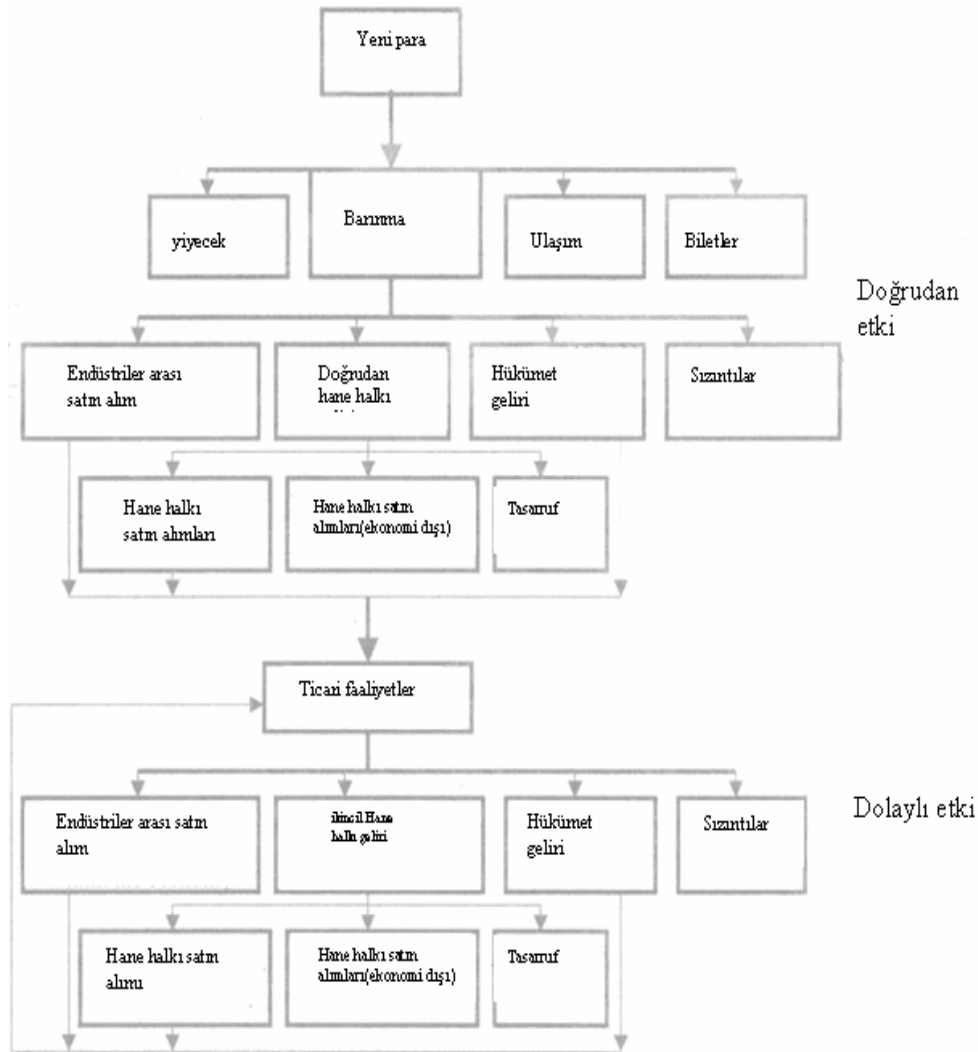
Kısa dönem ekonomik etkiler eyalet dışından Georgia'ya akan yeni dolarlara bağlı olarak eyalet bazında istihdam, kazanç ve üretimdeki net değişimlerdir. Georgia'nın içinden kaynaklanan harcamaların etkileri etki tahminlerinin içinde değildir.

Bir şehir olimpiyatlara ev sahipliği yapma hakkını kazandığında o şehrin ekonomisine de büyük miktarda para akışı beklenir. Bu para akışı radyo ve televizyon yayıncılarından, sponsorlardan, olimpiyat ailesinden, sporculardan ve oluşması muhtemel turizm faaliyetleri dolayısıyla turistlerden kaynaklanır.

Kavramsal ve analitik olarak kısa dönem ekonomik etkiler 4 genel kategoriye ayrılır: dolaysız, dolaylı, uyarılmış ve toplam etkiler.

Dolaysız etki ilk ekonomik etkidir. Eyalet dışından gelen ziyaretçilerin harcadıkları yeni paradan kaynaklanır. Aşağıdaki figür ev sahibi şehrin barınma, yemek, ulaşım gibi sektörlerine enjekte edilen yeni parayı gösterir. Dolaylı etki ev sahibi şehrin ekonomisine enjekte edilen yeni paranın sonraki etkileridir. Çarpan etkisi ise tekrar harcanmak üzere olan hane halkı gelirin oranıdır (48).

Oyunların dolaylı ve doğrudan etkileri Tablo 9'da özetlendiği gibidir (48).

Tablo-9 Atlanta Olimpiyatları'nın Doğrudan ve Dolaylı Etkileri

Atlanta 1996 için dolaysız etkiler basit olarak ilave talebi karşılamak için Georgia'nın endüstrileri tarafından üretilen ürün ve hizmetlerin öncelikli olarak satın alımını içeren AOOOK'nin harcama paylarıdır. Dolaylı ekonomik etkiler ilave talebi karşılamak için Georgia endüstrilerinin ürettiği ürün ve hizmetlerin öncelikli olarak satın alımını içeren ziyaretçilerin harcama payıdır. Uyarılmış ekonomik etkiler (çarpan etkisi) dolaysız ve dolaylı etkilerin içerdiği yeniden harcamalar tarafından yaratılan dolaylı ve dolaysız etkilerin çarpan etkileridir. 1996 Yaz Oyunları'nın ekonomik etkisi bu yüzden dolaylı ve dolaysız etkilerin ve bu etkilere özgü uyarılmış etkilerin toplamıdır (41).

AOOOK harcamaları Yaz Olimpiyatları'na ev sahipliği yapmanın dolaysız ekonomik etkilerini gösterir. Bu etkiyi tahmin etmek dört farklı adımı içerir. İlk olarak, AOOOK'nin gerçek ve tahmin edilmiş harcamaları elde edilmiştir. İkinci olarak, bu harcamalar endüstriyel kategorilere ayrılmıştır. Üçüncü olarak bütçe harcamaları Georgia dışında yer alan alıcılara akan harcamaları elemek için küçültülmüştür. Son olarak, bütçe dışı harcamalar daha bütün bir dolaysız ekonomik etki tahmini kazanmak için bütçeye eklenmiştir. Bütçe dışı harcamalar gelir-yansız düşünülmüştür ve bu yüzden AOOOK bütçesinin içinde değildir. Örneğin; uluslar arası yayıncılar için sağlanan ekipmanların maliyeti. Bu harcamanın, ekonomik etki içinde olması gerekir, AOOOK'nin bütçesinin içinden hariç tutulmuştur çünkü AOOOK'nin bu maliyete karşı yayıncılardan ücret alacağı varsayılmıştır. 1996 yaz olimpiyatlarıyla ilgili 1991–1997 dönemindeki dolaysız harcama toplamda yaklaşık \$1,2 milyardır. Özetle, dolaysız etki bütçesi özel fonlardan oluşan AOOOK'nin harcamalarıdır.

3.2.1 Atlanta Oyunları'nın Çarpan Etkisi ve Toplam Çıktı Etkileri

Daha önce de belirtildiği gibi ekonomik etkiler sadece dolaylı ve dolaysız etkiler olarak sınırlanabilir. Aynı zamanda eyalete giren dolarların yeniden harcanmalarının başarıyla devri tarafından oluşan çarpan etkileri de vardır. RIMS II modeli her bir harcama sınıfı için toplam çıktı miktarını hesaplamak için kullanılmıştır ve hangi endüstrilerin ne miktarlarda etkilendiğini gösterir. Dolaylı ya da dolaysız, çarpan ve toplam çıktı etkileri Tablo 10'da verilen her bir harcama sınıfı tarafından oluşmuştur. Çıktı üzerindeki dolaylı, dolaysız ve uyarılmış harcamalar \$5,1 milyardır: \$2,3 milyar dolaylı ve dolaysız, \$2,8 milyar uyarılmış etkilerdir. Dolaylı harcama ve dolaysız harcama ile ilgili uyarılmış harcama toplam çıktı etkisinin % 51'idir, \$2,6 milyardır. Dolaylı harcama ve dolaysız harcama ile ilgili uyarılmış harcama toplam çıktı etkisinin % 49'udur, \$2,5 milyardır. Tablo 11 hem dolaylı hem de dolaysız harcama kaynakları tarafından

Üretilen ıktı etkilerinin detaylı ayırımını sağlar. ıktı etkileri harcama kaynaklarından çok etkilenmiş endüstrilere bağlıdır. Konut ve eğlence, ticari hizmetler, toptan ve perakende ticareti, yemekli ve ikili yerler olimpiyatlarla ilgili harcamalardan en büyük faydaları kazanan endüstrilerdir (41).

Tablo-10 1996 Olimpiyatları'nın Georgia Eyaleti Ekonomisi Üzerindeki Çıktı Etkisi

Harcama Kategorisi	Toplam Harcama 1994)	Dolaysız Dolaylı Harcamalar (\$1994)	ve Teşvik edilmiş Çıktı Etkisi (\$1994)	Toplam Çıktı Etkisi(\$1994)
AOÖK'nin Dolaysız Harcaması	1,529,758,000	1,141,903,000	1,444,322,740	2,586,225,740
Diğer Harcama	20,000,000	20,000,000	23,944,000	43,944,000
Eyalet Dışı Ziyaretçilerin Harcaması	1,265,363,037	1,145,994,764	1,364,364,452	2,511,359,220
Ön olimpiyat ve Olimpiyat sonrası	361,844,685	322,618,346	384,263,394	706,881,744
Radyo/tv yayını	60,753,796	52,072,557	61,891,990	113,964,547
Kültürel olimpiyat	9,971,326	9,270,936	11,039,779	20,310,716
Pazarlama	28,017,994	26,032,813	31,002,778	57,035,591
Olimpiyat Ailesi	11,465,666	10,694,521	12,728,859	23,423,380
Basın	28,599,429	26,307,813	31,445,976	57,753,794
Satın alma	1,491,657	1,395,890	1,663,461	3,059,350
Güvenlik	15,655,125	13,578,672	16,038,559	29,617,231
Spor programı	93,306,305	85,317,211	102,015,545	187,332,756
Savannah	17,631,789	16,449,976	19,578,496	36,028,472
Hazırlık çalışması	94,951,598	81,497,956	96,857,950	178,355,906

Olimpiyat Oyunları	903,518,352	823,376,418	981,101,058	1,804,477,476
Sponsorlar	112,244,262	104,490,495	124,088,769	228,579,264
Radyo/tv yayını	58,496,883	54,076,111	63,121,014	117,197,125
Uluslararası	158,737,800	147,399,200	175,555,750	322,954,950
Genel halk	443,307,093	397,972,620	478,547,468	876,520,088
Olimpiyat Ailesi	114,036,082	105,387,860	123,010,904	228,398,764
Sporcular/Resmi görevliler	10,123,080	7,895,580	9,476,157	17,371,737
Yatçılık seyircileri	6,573,152	6,154,552	7,300,996	13,455,548
Genel Toplam	2,815,121,037	2,307,897,768	2,833,631,192	5,141,528,960

Tablo-11 1996 Olimpiyatları'nın Georgia Eyaleti Ekonomisinde Etkilenen Endüstrilerdeki Çıktı Etkisi

	Endüstri Adı	Dolaysız ve dolaylı harcamalar (\$ 1994)	Uyarılmış etki (\$ 1994)	Toplam ekonomik etki (\$ 1994)	Toplam yüzde
1	Balıkçılık hizmetleri	448,261	58,033,667	58,481,928	1.1%
2	Balıkçılık ürünleri	13,818	4,125,082	4,138,900	0.1%
3	Kömür Madenciliği	96,705	1,375	98,080	0.0%
4	Petrol ve gaz madenciliği	0	1,691	1,691	0.0%
5	Diğer madencilikler	0	3,220,511	3,220,511	0.1%
6	Yeni inşaat	212,615,000	0	212,615,000	4.1%
7	İnşaat	3,645,367	68,899,468	72,544,835	1.4%
8	Yiyecek ürünleri	598,653	214,495,951	215,094,604	4.2%
9	Tekstil ürünleri	13,818	33,698,372	33,712,190	0.7%
10	Giyim kuşam	6,516,470	43,617,056	50,133,526	1.0%
11	Kağıt ürünleri	161,177	58,829,443	58,990,620	1.1%
12	Basım&yayın	19,461,735	66,427,231	85,888,966	1.7%
13	Kimya-petrol arıtma	10,135,634	47,878,463	58,014,097	1.1%
14	Lastik/Deri ürünleri	313,140	26,447,344	26,760,484	0.5%
15	Kereste/Mobilya	362,000	30,249,754	30,611,754	0.6%
16	Taş/kil/cam	187,077	23,863,520	24,050,597	0.5%
17	Ana metaller	27,631	13,612,201	13,639,832	0.3%

18	Fabrikasyon metalleri	373,007	29,907,511	30,280,518	0.6%
19	Elektriksiz makineler	506,552	17,075,848	17,582,400	0.3%
20	Elektrik ve elektronik	23,588,822	22,802,947	46,391,769	0.9%
21	Motorlu araç ve malzemeler	276,302	31,230,975	31,507,277	0.6%
22	Diğer ulaştırma	1,745,299	6,386,072	8,131,371	0.2%
23	Aygıt	188,805	4,386,849	4,575,654	0.1%
24	Diğer üretim	96,705	7,562,440	7,659,145	0.1%
25	Ulaşım	98,083,055	136,436,289	234,519,344	4.6%
26	İletişim	36,085,541	103,566,045	139,651,586	2.7%
27	Kamu kuruluşları	6,778,283	142,738,968	149,517,251	2.9%
28	Toptan ticaret	17,624,101	165,402,888	183,026,989	3.6%
29	Perakende Ticaret	113,507,662	207,987,725	321,495,387	6.3%
30	Finans	9,763,735	99,556,547	109,320,282	2.1%
31	Sigorta	25,964,872	80,203,290	106,168,162	2.1%
32	Emlak	1,846,610	381,635,736	383,482,346	7.5%
33	Eğlence mekanları	621,562,469	56,159,095	677,721,564	13.2%
34	Bireysel hizmetler	1,437,218	39,659,506	41,096,724	0.8%
35	Ticari hizmetler	368,222,035	241,991,228	610,213,263	11.9%
36	Yeme içme	290,434,134	122,278,452	412,712,586	8.0%
37	Sağlık hizmetleri	59,867	146,817,526	146,877,393	2.9%
38	Diğer hizmetler	106,908,577	96,444,126	203,352,703	4.0%
39	Hanehalkı	328,247,631	0	328,247,631	6.4%
	Toplam	2,307,897,768	2,833,631,192	5,141,528,960	100.0%

The Industrial Geographer'a (2005) göre Atlanta Oyunları'nın Georgia net ihracatı üzerinde açık bir etkisi vardır, ancak oyunlara bağılı olarak Atlanta'da küçük ama değerli bir olağandışı ekonomik etki performansı elde edilmiştir. Bu durum beraberinde artan ihracatlardan gerçekten kimin faydalandığı ve bunun yerel ekonomiye nasıl etki ettiği sorusunu getirir (79).

3.2.2 Atlanta Oyunları'nın İstihdam Etkileri

AOOOK'nin dolaysız harcaması \$1,1 milyar kazanç oluşturmuştur. Ziyaretçi harcamaları \$814 milyon kazanç oluşturmuştur. 1996 Yaz Olimpiyatları için dolaylı ve dolaysız etkileri birbirine bağlarsak eyalet ekonomisine \$1,9 milyar kazanç oluşturmuştur. Tablo 12 hem dolaylı hem de dolaysız harcama kaynakları tarafından oluşturulan kazanç etkilerinin detaylı ayrımını gösterir. Eyalet toplamında artan istihdam etkileri 77.000 üzerinde tam ve part-time iş yaratmıştır. AOOOK'nin dolaysız harcaması 36.000 iş (toplamın % 47'si) oluşturmuştur. Eyalet dışı ziyaretçilerin dolaylı harcamaları 41.000 iş oluşturmuştur (toplamın % 53'ü) (41).

Tablo-12 1996 Olimpiyat Oyunları'nın Georgia Eyaleti Endüstrileri Üzerindeki Toplam Kazanç Etkileri

	Endüstri Adı	Toplam yüzde
1	Balıkçılık hizmetleri	0.6%
2	Balıkçılık ürünleri	0.0%
3	Kömür Madenciliği	0.0%
4	Petrol ve gaz madenciliği	0.0%
5	Diğer madencilikler	0.0%
6	Yeni inşaat	3.5%
7	İnşaat	1.6%
8	Yiyecek ürünleri	1.3%
9	Tekstil ürünleri	0.3%
10	Giyim kuşam	0.7%
11	Kağıt ürünleri	0.5%
12	Basım&yayın	1.4%
13	Kimya-petrol arıtma	0.5%
14	Lastik/Deri ürünleri	0.3%
15	Kereste/Mobilya	0.4%
16	Taş/kil/cam	0.3%
17	Ana metaller	0.1%
18	Fabrikasyon metalleri	0.4%
19	Elektriksiz makineler	0.3%

20	Elektrik ve elektronik	0.7%
21	Motorlu araç ve malzemeler	0.2%
22	Diğer ulaştırma	0.1%
23	Aygıt	0.1%
24	Diğer üretim	0.1%
25	Ulaşım	4.6%
26	İletişim	2.2%
27	Kamu kuruluşları	0.7%
28	Toptan ticaret	3.9%
29	Perakende ticaret	8.2%
30	Finans	2.3%
31	Sigorta	2.4%
32	Emlak	0.5%
33	Eğlence mekanları	11.4%
34	Bireysel hizmetler	1.0%
35	Ticari hizmetler	16.8%
36	Yeme içme	6.7%
37	Sağlık hizmetleri	4.6%
38	Diğer hizmetler	3.8%
39	Hanehalkı	17.4%
Toplam		100.0%

<http://www.selig.uga.edu/index.htm>

Oyunlara ev sahipliği yapmanın ekonomik etkisi en iyi toplam kazanç ve istihdam etkileri ile anlaşılabilir. Bu yönlerdeki etkiler oyunların etkilerini incelemenin iki farklı yönüdür ama kazanç etkilerinin zaten çıktı etkilerinin içinde yer aldığı unutulmamalıdır ve tekrar eklenmemelidir. Benzer olarak istihdam etkileri ekonomik etkiyi ölçmenin başka bir ölçüsüdür ve ne çıktı ne de kazanç etkilerine eklenmelidir.

Ön olimpiyat projelerinde Atlanta Olimpiyatları'nın 1991–1996 döneminde 77.026 iş oluşturacağı ve eyalet ekonomisine \$5,14 milyarlık bir kazanç bırakacağı belirtilmiştir. Ancak Olimpiyat sonrası çalışmalar ekonomik faydaların bu rakamlardan milyarlarca dolar aşığına düştüğünü göstermektedir (29). Ancak dönemsel istihdam istatistik çalışmaları Atlanta'nın daha önceki durumu göz önünde bulundurulunca oyunların yine de istihdam üzerinde olumlu etkisi olduğunu ifade etmektedir.

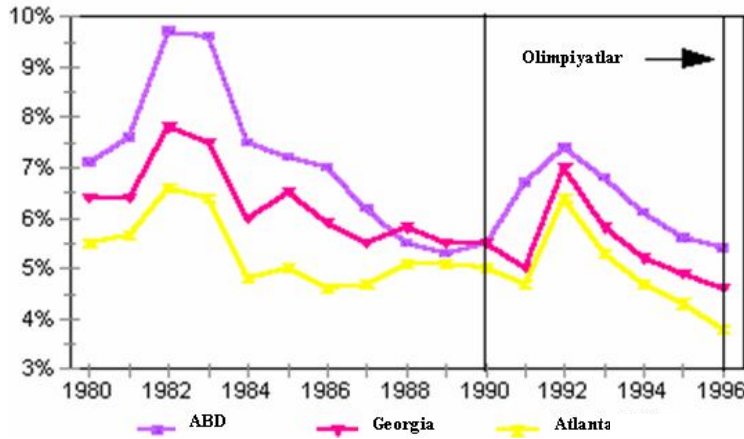
Baade ve Matheson'ın 2002'de yaptığı çalışmaya göre istihdamda ılımlı bir artış gerçekleşmekle beraber bu artış pek de uzun sürmemiştir. Hatta Atlanta şehri ve Georgia Eyaleti 24.742 tam zamanlı ya da yarı zamanlı iş yaratmak için \$1,58 milyar harcamışlardır. Ayrıca Upjohn Enstitüsünün tahminlerine göre yeni bir iş her bir dolarlık ücret için yerel ekonomiye 50 centlik ekonomik fayda eklemiştir (79).

Atlanta'nın 1996 Yaz Olimpiyatları'na ev sahipliği yapacağı ilan edildikten bir yıl sonra yani 1991'de hem Georgia hem de Metropolitan İstatiksel alanında işsizlik oranları azalırken ABD işsizlik oranları artmıştır. 1992'den 1996'ya doğru oranlar her üç alanda da gittikçe azalmıştır. Bu yıllarda en düşük işsizlik oranı Atlanta Metropolitan İstatiksel alanında, ikinci olarak Georgia'da ve son olarak ABD'de gerçekleşmiştir. İşsizlik oranları 1990 yılından 1996 yılına kadar ilginç özellikler göstermiştir. 1990 yılını takiben hem Georgia hem de

Metropolitan İstatiksel Alanında işsizlik oranları azalırken ulusal işsizlik oranı artış göstermiştir.

(<http://governor.utah.gov/dea/publications/oly/IV.htm>)

Şekil-5 ABD, Georgia Eyaleti ve Atlanta'daki İşsizlik Oranları



(http://www.governor.utah.gov/dea/publications/oly/figures/figure_24.htm)

Atlanta Bölgesel Komisyonuna göre oyunlardan önceki 12 aylık anahtar dönemde Atlanta şehrine 15.000 iş eklenmiştir ve bu rakam son on yılın en iyi istihdam rakamıdır. Yine komisyonun raporuna göre 1995 Nisan ve 1996 Nisan arasında Atlanta'nın 10 ilçesinde 66.000 iş ilavesi gerçekleşmiştir. Oyunlardan sonra da şehrin varoşlarındaki istihdam oranının artışı söz konusudur. En yüksek istihdam artış oranı Henry İlçesinde % 10,8 artışla gerçekleşmiştir. Fayette İlçesi % 9,2 ve Gwinnett İlçesi % 6,6 iş büyümesi gerçekleştirmiştir. Şehrin kazandığı bu ilave işler şehre ekonomik katkıdan çok daha fazlasını kazandırmıştır. Şehir sakinlerinin üçte ikisinden fazlası Atlanta'nın istihdamının en azından kötüye gitmediğini yada 4 yıl öncesinden çok daha iyi olduğunu ifade etmişlerdir (72).

Hepsinden öte şehirler olimpiyat oyunlarında bir istihdam patlaması beklerler. Atlanta'da 80.000 kişi olimpiyat ilgili işlerde çalışmıştır. Şehir, oyunlardan önce istihdamı sürekli kılmak için Georgia Power ve diğer ortaklarla

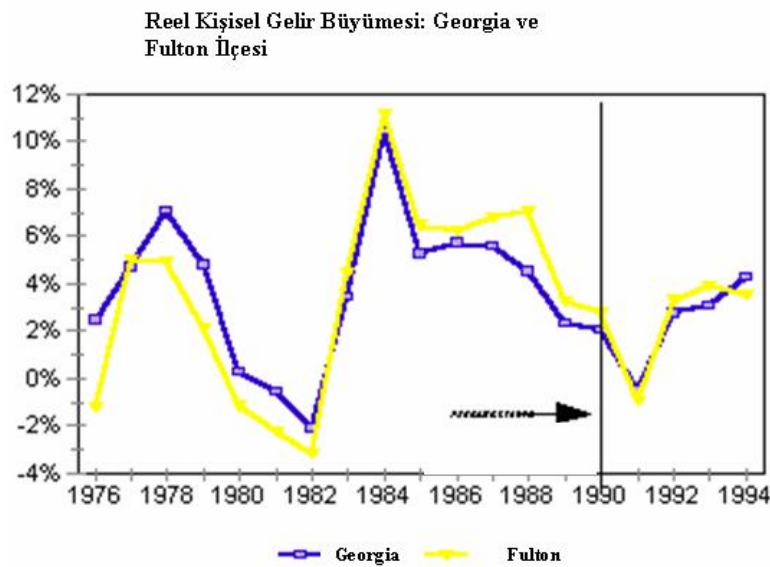
Operasyon Mirasları adıyla bir grup kurmuştur. Ama sürekli istihdam 1997'de girişimler sona erdiği zaman 6000den az yükselmiştir (17).

Tablo-13 1996 Olimpiyatları'nın Georgia Eyaleti Üzerindeki İstihdam Etkileri <http://www.selig.uga.edu/index.htm>

Harcama Kategorisi	İstihdam
AOOOK'nin dolaysız harcaması	35,332
Diğer harcama	655
Eyalet Dışı ziyaretçilerin harcaması	41,039
Ön olimpiyat ve olimpiyat sonrası	11,585
Radyo/tv yayını	1,901
Kültürel olimpiyat	328
Pazarlama	926
Olimpiyat ailesi	371
Basın	959
Satın alma	46
Güvenlik	485
Spor Programı	3,037
Savannah	570
Hazırlık çalışmaları	2,962
Olimpiyat Oyunları	29,454
Sponsorlar	3,677
Radyo/tv yayını	1,876
Uluslararası	5,262
Genel halk	14,506
Olimpiyat ailesi	3,663
Sporcular/Resmi görevliler	251
Yatçılık seyircileri	219
Genel Toplam	77,026

Georgia ve Fulton County'deki reel kişisel gelirdeki büyüme birbirine bağlantılıdır. Her iki bölgede de 1990 yılından sonra gelirdeki değişimler sabit bir azalma göstermiştir. Reel kişisel gelirdeki büyüme 1992 yılından itibaren iyileşmeye başlamıştır ve bu iyileşme oyunlara kadar devam etmiştir.

Şekil-6 Reel Kişisel Gelir Büyümesi: Georgia ve Fulton İlçesi



http://www.governor.utah.gov/dea/publications/oly/figures/figure_25.htm

3.2.3 AOOOK Olimpiyat Bütçesi

Sivil savaştan sonra yerel liderler Atlanta'yı ekonomik refah ve ırksal adaletin merkezi haline getirmek için çok fazla zaman harcamışlardır. Bu yüzden Atlanta'nın liderleri olimpiyatları Atlanta'yı "bir sonraki büyük uluslar arası şehir" yapma fırsatı olarak görmüşlerdir.

Atlanta oyunları bütünüyle kendi kendini geçindirmiştir ve vergi desteği almamıştır. Dolayısıyla birincil gelir kaynakları Tablo 14'de gösterildiği gibidir (29).

Tablo-14 Atlanta Olimpiyatları Gelir Kaynakları

GELİR KAYNAĞI DOLAR)	MİKTAR(MİLYON
Televizyon yayın gelirleri	559,50\$
Ortak girişim	462,50\$
Ulusal sponsorluklar	
Lisanslama	
Olimpik madeni para satışları	
Uluslar arası sponsorluklar	77,60\$
Bilet satışları	422,00\$
Diğer gelirler	151,60\$
Faiz geliri	
Bilet hizmet vergileri	
Kalacak yer ücretleri (komisyonlar, ayrıcalıklar)	
Olimpik lisans etiketleri	
Olimpik kalıp programı	
Ticaret eşyası	32,00\$
HARCAMALAR	
Yönetim	196,37\$
İnşaat	532,73\$
Olimpiyat alanı	
Olimpiyat köyü	
Centennial Parkı	
Operasyonlar	946,10\$
Net fon kaybı olasılığı	30,00\$
TOPLAM	1,705,20\$

Mali etkiler raporlanmamıştır. Bunun gerekçesi olarak şu gösterilebilir: AOOOK tarafından planlanmış yerel vergi geliri olan \$200 milyon oyunlar için hükümetin harcadığı \$353,9 milyonu karşılayamamıştır. Ek olarak, Atlanta Olimpiyatları bütçe kaynakları yüzdeye vurulursa televizyon yayın gelirleri bütçenin % 33'ünü, sponsor gelirleri % 29,5'ini, bilet satışları % 24,7'sini,

olimpiyat ilgili ticari mal satış gelirleri % 1,9'unu ve diğer gelirler bütçenin % 11'ini oluşturmuştur (79).

Oyunlar görünürde özel sermaye ile finanse edilse de oyunlara ev sahipliği yapabilmesi için şehrin önemli kamu fonlarına da ihtiyacı olmuştur. Güvenlik maliyetlerinin çoğu eyalet acenteleri ve federal acenteler tarafından karşılanmıştır. İskan maliyetlerinin yaklaşık % 75'i üniversite sistemi tarafından karşılanmıştır. Ancak olimpik spor tesisleri ya da operasyon maliyetleri için dolaysız kamu fon aktarımı olmamıştır (29).

3.2.4 Atlanta Oyunları'nın Tesisleşme ve Altyapıya Etkileri

Atlanta'nın seçiminden sonra iki ayrı acente, AOOOK ve Metropol Atlanta Olimpiyat Oyunları Otoritesi (MAOOO) oyunların yönetimini almıştır. AOOOK operasyonel sorumluluğu ve temel gelir kaynaklarının kontrolünü üzerine almıştır: ortak sponsorluklar, televizyon gelirleri ve bilet satışları gibi. Atlanta'nın altyapı, su ve kanalizasyon onarımlarına ihtiyacı olmuştur. Bunun için de kar getirmeyen yeni bir kurum olan Atlanta Olimpik Gelişim Ortaklığı (AOGO) kurulmuştur. 1994 yılında sadece alt yapı problemlerinin çözümü için \$150 milyonluk fon ayrılmıştır. Atlanta her ne kadar Olimpiyat Oyunları için kanalizasyon sorunlarını çözmeye çalışsa da oyunlar sonrasında 1997 yılında \$7,2 milyon para cezası ödemiştir (29).

1996 Yaz Olimpiyatları'na ev sahipliği yapmanın en istikrarlı mirasları arasında dünya çapındaki tesisler vardır. Bunların arasında da var olanlara ilaveten yeni tesisler vardır. Örneğin; \$189 milyonluk Olimpiyat Stadyumu, 1400 acrelik Georgia Uluslar arası at parkı, \$17 milyonluk Wolf Creek Shooting Range Complex, Stone Mountain'da bir tenis tesisi ve \$10 milyonluk Lake Lanier Rowing Merkezi vardır. Olimpiyat Köyünün hazırlanması ve yeni yatakhanelerin inşası için AOOOK \$47 milyon katkıda bulunmuştur. Bu yatakhaneler daha sonra

Georgia Teknik Üniversitesi ve Eyalet Üniversitesi öğrencileri tarafından kullanılacaktır. Su sporlarına ev sahipliği yapılabilmesi için Georgia Teknik Üniversitesi kampüsüne \$24 milyonluk kapalı yüzme havuzu inşa edilmiştir (41).

Tablo-15 Atlanta Olimpiyatları'nda Tesis Yatırımları

Tesis	Toplam yatırım	AOOOK Payı
Olimpiyat Stadyumu	\$189 Milyon	\$189 Milyon
Georgia Uluslar arası At Parkı	\$90 Milyon	\$28 Milyon
Wolf Creek Atış Tesisi	\$17 Milyon	\$17 Milyon
Stone Mountain Tenis Merkezi	\$18 Milyon	\$18 Milyon
Lake Lanier Kürek Merkezi	\$10 Milyon	\$10 Milyon
Georgia Teknoloji Enstitüsü		
Öğrenci Yurtları	\$194 Milyon	\$47 Milyon
Kapalı Yüzme Havuzu	\$24 Milyon	\$21 Milyon
Alexander Memorial Coliseum	\$1.5 Milyon	\$1.5 Milyon
Atlanta Üniversite Merkezi	\$51 Milyon	\$51 Milyon
Stadyumlar - Morris Brown Koleji/Clarke Atl. Un.	\$37 Milyon	\$37 Milyon
Basketbol Arena - Morehouse Koleji	\$11 Milyon	\$11 Milyon
Tenis Tesisi – Spelman Koleji	\$1 Milyon	\$1 Milyon
Doping Test Merkezi - Morehouse Tıp Okulu	\$1 Milyon	\$1 Milyon
Interdenominational İlahiyat Merkezi	\$.8 Milyon	\$.8 Milyon
Georgia Eyalet Üniversitesi		
Jimnastik Salonu yenilenmesi	\$2 Milyon	\$2 Milyon
Clayton İlçesi Uluslar arası parkı	\$3 Milyon	\$0 Milyon
TOPLAM	\$599,3 Milyon	\$384,3 Milyon

Atlanta Olimpiyatlarının Atlanta şehrine beklide en önemli ekonomik katkısı tesislerini yenileme ve yeni tesisler inşa etme üzerine olmuştur.

1996 Olimpiyat Oyunları Atlanta'ya hem ticaret hem de rekreatif etkinlik merkezi olma yolunda uluslar arası bir seçkinlik kazandırmıştır. Tesisleşmeye

yatırım oyunlardan sonra da hızla devam etmiştir. Georgia dünya kongre merkezi genişletilmiştir. Otel yenilenmeleri de hızla devam etmiştir. Amaç bugünün Atlanta'sının her çeşit gruba hitap etmesini sağlamaktır (69).

Özetle, Atlanta var olan altyapısının kullanımını maksimize ederken az sayıda yeni spor tesisi inşa ettirmiştir. Atlanta'nın bu konudaki temel anlayışı herhangi bir bütçe açığından korunmak ya da kısa dönem karı maksimize etmektir (65).

3.2.5 Atlanta Oyunları'nın Turizm Etkileri

Atlanta gerçekte Amerika'nın en fakir ve en çok şiddet olaylarının görüldüğü şehirlerinden biridir. Olimpiyatlar bunu yıkmak için çok az etkide bulunmuştur. Şehrin siyah politik gücünün rakipsiz yönetim koalisyonu ve çoğunlukla beyaz ortak sermayesi şehrin derin yapısal problemlerini ve sınırlı sosyal vizyonunu parlak bir maskeyle gizleyerek kendilerini tatmin etmişlerdir. Bu kamu sektörü ile özel sektörün işbirliğinin Atlanta Olimpiyatlarında işe yaramadığının bir kanıtıdır. Olimpiyatlara adaylığın amacı aslında tüm bunlardan sıyrılarak Atlanta'yı "bir sonraki büyük uluslar arası şehir" yapma çabası olmuştur. Milyonlarca ziyaretçiye ve televizyon seyircisine Atlanta'nın New York, Paris, Londra gibi dünya sınıfında bir şehir olduğu gösterilmek istenmiştir (68).

Tablo-16 1996 Yaz Olimpiyat Oyunları: Eyalet Dışı Ziyaretçilerin Özeti (41)

Harcama Kategorisi	Ziyaretçi Sayısı	Ziyaret Sayısı	Günlerinin
Ön olimpiyat ve olimpiyat sonrası	273,519	2,943,498	
Radyo/tv yayını	6,245	661,680	
Kültürel olimpiyat	50,200	50,200	
Pazarlama	14,180	113,803	
Olimpiyat ailesi	8,965	44,207	
Basın	7,850	164,250	
Satın alma	2,288	6,864	
Güvenlik	8,075	153,425	
Spor programı	112,012	610,709	
Savannah	51,558	112,930	
Hazırlık çalışmaları	12,146	1,025,430	
Olimpiyat Oyunları	818,642	5,376,031	
Sponsorlar	67,894	407,364	
Radyo/tv yayını	20,543	326,642	
Uluslararası	65,000	650,000	
Genel halk	603,205	3,016,025	
Olimpiyat ailesi	35,500	639,000	
Sporcular/Resmi görevliler	16,500	297,000	
Yatçılık seyircileri	10,000	40,000	
GENEL TOPLAM	1,092,161	8,319,529	

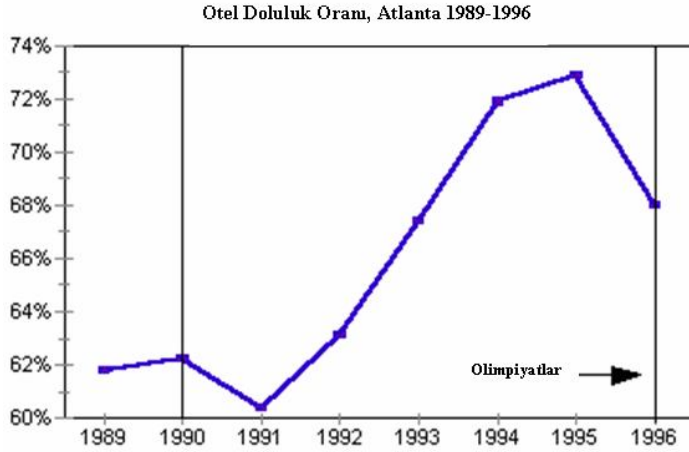
Eyalet dışı ziyaretçiler olimpiyat ilgili ziyaretçi harcamalarının en büyük parçasını oluştururlar ve 7 kategoriye ayrılırlar: Sponsorlar, yayıncılar, uluslararası seyirciler, yerel halk, olimpiyat ailesi, sporcular ve resmi görevliler, Savannah'daki yatçılık etkinliğindeki seyirciler.

Olimpiyatlara ev sahipliği yapmak aynı zamanda oyunlardan önce ve sonra da eyalete ciddi miktarda ziyaretçi akını yaratır. Ön olimpiyat ve olimpiyat sonrası ilgili harcamalar görsel basın, kültürel olaylar, pazarlama, olimpiyat ailesi, uluslar arası basın teşkilatı, satın alma, güvenlik, Savannah ön olimpiyat etkinlikleri ve ön olimpiyat hazırlık çalışmalarıyla ilgili ziyaretçi gruplarından kaynaklanır. Eyalet dışı ziyaretçilerin oyunlardan önceki ve sonraki ve oyunlar boyunca yaptığı harcamalar \$1,265 milyarı bulmuştur.

1990 yılında Atlanta'nın ev sahipliğinin ilan edilmesini takiben otel doluluk oranları önemli artış göstermiştir. Özellikle oyunlardan önceki yıllarda otel doluluk oranlarının beraberinde kongre organizasyonlarına katılım ve toplam ziyaretçi sayısı da artış göstermiştir. Ancak olimpiyat yılında doluluk oranları % 73'ten % 68'e düşmüştür. Aynı şekilde kongre katılımları da olimpiyat yılında azalma göstermiştir. Ayrıca 1993 yılından itibaren gecelik ziyaretçilerde artış olmuş ve bu artış olimpiyat yılına kadar devam etmiştir. Yine olimpiyat yılından itibaren gecelik ziyaretçiler azalma göstermiştir.

(<http://governor.utah.gov/dea/publications/oly/IV.htm>)

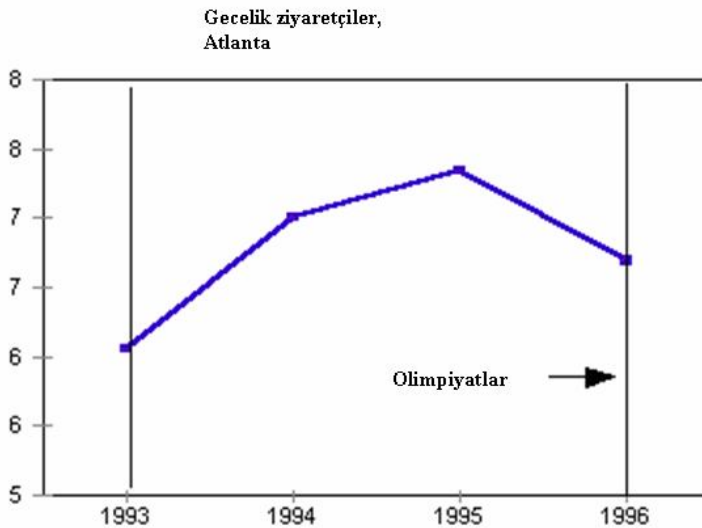
Şekil-7 Otel Doluluk Oranı, Atlanta 1989-1996



http://www.governor.utah.gov/dea/publications/oly/figures/figure_29.htm

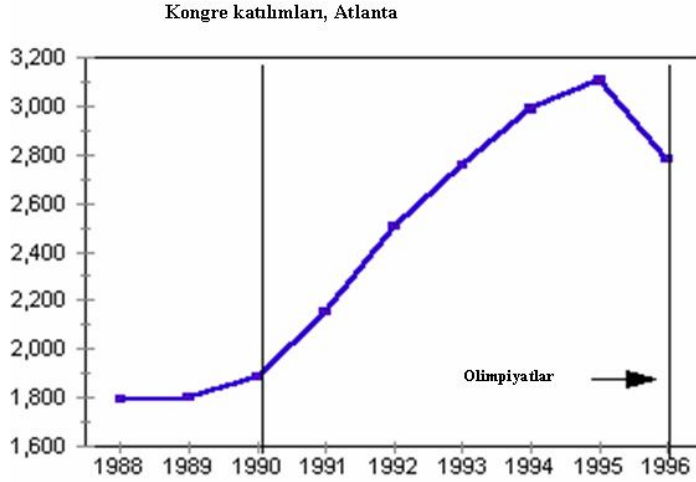
Aynı zamanda 1990-1996 yılları arasında özel yatırımlar Atlanta'ya yaklaşık olarak 7500 oda kazandırmıştır. Ayrıca 17 günlük olimpiyatlar boyunca Atlanta'ya 2 milyondan fazla ziyaretçi geldiği bildirilmiştir. (<http://www.georgiaencyclopedia.org/nge/Article.jsp?id=h-2042>)

Şekil-8 Gecelik Ziyaretçiler, Atlanta 1993-1996



http://www.governor.utah.gov/dea/publications/oly/figures/figure_30.htm

Şekil-9 Kongre Katılımları, Atlanta 1988-1996



http://www.governor.utah.gov/dea/publications/oly/figures/figure_31.htm

Gerçekte, veriler olimpiyatların turizm endüstrisi üzerinde önemli bir kalabalıklık etkisi olduğunu vurgular. Ancak olimpiyatların neden olduğu sızıntıya bağlı olarak, artan turist trafiğinden faydalanmayı uman otel ve restoranlar bundan zarar görmüşlerdir. Şehrin çeşitli bölümlerinde birçok otel ve restoran oyunlar boyunca satışlarının normalden de az olduğunu bildirmişlerdir. Hatta 150 mil uzaklıktaki mağazalar ve tatil köyleri 1996 yazı boyunca normalden daha yavaş ticari hareketlilik olduğunu bildirmişlerdir (79).

3.2.6 Atlanta Oyunları'nda Medya ve Televizyon Etkileri

UOK Olimpiyat Oyunlarının televizyon yayın haklarının sahibidir. UOK olimpiyatların tüm dünyadaki televizyon yayın haklarını hak anlaşmaları yoluyla pay etmekten sorumludur. UOK'nin amacı olimpiyat hareketinin uzun dönemde ilgi kaybetmesini önlemektir. Yaklaşık 30 yıldan fazladır olimpiyat yayın ortaklığı olimpiyat hareketi için en büyük gelir olmuştur (43).

Televizyon olimpik hareketteki gelişmeyi hızlandıran en önemli etkidir. UOK oyunların maksimum sunumunu sağlamak için bir televizyon politikası geliştirmiştir. 1984 Los Angeles Olimpiyatları'ndan itibaren özellikle Amerikalı girişimcilerin olimpiyatların televizyonda yer alması için büyük miktarlarda para yatırımlarıyla televizyon ağları arasında rekabet başlamıştır. 80lerin sonunda ise aynı durum özel ağların sayısının artmasıyla Avrupa'da da oluşmuştur. 1996 Atlanta Olimpiyatları'nda Amerika, Avrupa ve olimpiyatları yayınlayan diğer ülkelerden 884 milyon dolar (1995 US Dolarıyla) gelir sağlanmıştır (65).

Atlanta oyunlar boyunca medyada tamamen olumlu gösterilmemiştir. Oyunların ilk haftasında sık sık trafik problemiyle karşılaşmıştır ancak bu problem Centennial Park bombalanmasıyla gölgelenmiştir. Yönetimsel problemler, güvenlik ihlalleri, trafik problemleri sonucunda Atlanta medyadan beklediği olumlu ilgiyi elde edememiştir (79).

Centennial Olimpiyat Parkı Olimpiyatlar sırasında şehir meydanı olarak tasarlanmıştır. Parkta konserler de düzenlenmiş ve binlerce seyirci gelmiştir. 27 Temmuz 1996 günü olimpiyatlar sırasında düzenlenen Centennial Park konserlerinden birinde ses düzeneğinin arkasına gizlenen bomba patlamış ve biri Türk kameraman olmak üzere 2 kişi ölmüş 111 kişi yaralanmıştır. Her ne kadar üzücü bir olay yaşansa da oyunları erteleme kararı alınmamıştır.

http://en.wikipedia.org/wiki/Centennial_Olympic_Park_Bombing

Olimpiyat ateşini tüm dünyaya yayma görevini AT&T üstlenmiştir. Saç inceliğindeki fiberglaslarla ve mikroskopik yarı iletken lazerlerle binlerce mil uzaklara, 3 milyardan fazla insana olimpiyat ateşini taşımıştır. U.S televizyon hakları sahibi olan NBC'nin desteğiyle AT&T ve uluslar arası televizyon hakları sahiplerine yayın sağlamakla görevli organizasyon Atlanta Olimpiyat Yayıncılığı (Atlanta Olympic Broadcasting-AOB) 116 dijital video hizmetinden oluşan daha önce hiç kullanılmamış en büyük yayın bandı ağını kullanmışlardır. Amerika

yayını için AT&T NBC'nin Atlanta ve NewYork'taki tesislerine bağlanan "Virtual Broadcast Center"ı kurmuştur. NBC tarafından gerçekleştirilen haber yayınları AT&T tarafından sağlanmıştır. Geçmişte NBC gibi büyük televizyon yayın hakları sahipleri yayın işlemlerini televizyon veya stüdyo dışında seyyar olarak gerçekleştirirken Atlanta Olimpiyatlarında NBC yayınlar için tesis inşa ettirmiştir. AT&T oyunlar boyunca aynı zamanda iletişim ekipmanı ve altyapı desteği de vermiştir. Sporcular için 13.000 telefon sağlamıştır. NBC sahip olduğu kablolu kanalları, 9 televizyon istasyonu ve 17 farklı kablolu kanalla ortaklığı ile sadece Amerika'ya değil Avrupa, Asya ve Latin Amerika'da da olmak üzere 197 ülkeye yayın sağlamıştır (3).

Atlanta Olimpiyatları toplamda 25.000 saat televizyonda yer almıştır. NBC Atlanta Olimpiyatları'na yaklaşık olarak 220 saatlik bir süre ayırmıştır. Kanada CBC televizyonu Atlanta Olimpiyatlarına Sidney Olimpiyatları'nın üçte biri kadar yer ayırmıştır (76).

3.2.7 Atlanta Oyunları'nda Sponsorluk Faaliyetleri Etkileri

UOK tarafından 1985'te kurulan olimpiik program TOP, her 199 Ulusal Olimpiyat Komitesi için, Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komiteleri için ve UOK için fon sağlamaktadır.

1996 Atlanta Olimpiyatları'ndan AOOOK \$588 milyonluk sponsorluk geliri sağlamıştır (65).

1996 Yaz Olimpiyat Oyunları'ndaki resmi olimpiyat statüsü pazardaki rakiplerini aşmak isteyen sponsorlar tarafından daraltılmıştır. Buna güçlü yerel sponsorlar da eklenmiş ve pazar kalabalıklaşmıştır. Yerel halk üzerinde resmi sponsorları ne kadar anımsadıkları ile ilgili yapılan bir çalışmada en çok dikkati %

83 oranla Coca-Cola'nın çektiği görülmüştür. Coca-Cola'yı % 58 oranla AT&T, % 41 oranla Budweiser ve % 26 oranla Swatch takip etmiştir. Bu çalışma 1996 Atlanta Olimpiyatları'nda Centennial Olimpiyat Parkında bulunan 1512 kişi üzerinde yapılmıştır. Televizyon seyircileri arasında yapılan bir çalışmaya göre ise en çok dikkati % 64 oranla yine Coca-Cola çekmiştir. Aynı çalışmada Coca-Cola'yı % 35 oranla Mc Donalds, % 22 oranla Nike, % 16 oranla Reebok ve % 14 oranla Budweiser takip etmiştir. Samsung resmi sponsor olmamakla birlikte Panasonic yönetiminde kendini olimpiyatlara dahil ettirmiştir. Centennial Olimpiyat Parkı sınırları dışındaki otoparkla ilgilenmiştir. Panasonic 1996 Olimpiyatları'nın resmi sponsorudur ancak her ne kadar CNN binasına logosunu asıya da % 3 oranında halkın farkındalığını kazanmıştır. Buna rağmen Samsung resmi sponsor olmasa da % 9 oranda Panasonoc'in farkındalık oranını çalmıştır.

(<http://www.performanceresearch.com/olympic-sponsorship-atlanta.htm> , Watch Out For The Ambush)

Olimpiyat sponsorluğu programları ürün-kategori özelliği ilkesine göre yürütülmektedir. Örneğin; Coca-Cola alkolsüz içeceklerden, Panasonic ses düzeneğinden televizyon ve video ekipmanından, Kodak film ve fotoğraflardan, Mc Donalds perakende yiyecek hizmetlerinden sorumlu olmuştur. Uluslar arası Olimpiyat Komitesi'nin yönlendirmeleri altında olimpiyat ailesi olimpiyat sponsorlarının özel haklarını ve olimpiyat mülklerinin değerlerini korumaya çalışır. 1996 Atlanta Olimpiyatları TOP programının üçüncü dönemidir ve 10 TOP ortağı vardır. Bu 10 TOP ortağında \$279 milyon kazanılmıştır (43).

Amerika atletizm sponsoru Nike ve resmi USOC sponsoru Reebok olimpiyatlar boyunca tüm pazarlama cephanelerini birbirlerine karşı kullanmışlardır. 1996 Atlanta Olimpiyatları'nda Reebok Atlanta çevresindeki özellikle Centennial Olimpiyat Parkının çevresindeki ilantahtalarından faydalanmıştır. Nike ise Centennial Olimpiyat Parkının zirvesine bir Nike kenti-Niketown- kurmuştur. Nike bunu yaparak televizyon seyircilerine de ulaşmıştır.

Olimpiyatlara promosyonlar açısından bakıldığında ise yerel halkın dikkatini en çok % 63 oranla Coca-Cola çekmiştir. Coca-Cola'yı % 36 oranla AT&T, % 29 oranla Budweiser, % 16 oranla Nike ve % 15 oranla Swatch takip etmiştir. Televizyon seyircileri ise olimpik promosyonlar konusunda % 40 oranla Coca-Cola'yı, % 30 oranla Mc Donalds'ı, % 10 oranla Nike'ı, % 9 oranla Reebok'ı ve % 6 oranla Budweiser'ı hatırlamaktadırlar.

(<http://www.performanceresearch.com/olympic-sponsorship-atlanta.htm> , Watch Out For The Ambush)

3.2.8 Atlanta Oyunları'nda Bilet Gelirleri

Atina 1896 Olimpiyatları'ndan beri bilet satışları olimpiyat finansmanının en önemli kaynağı olmuştur. Ancak 70lerde ve 80lerde önemini yitirmiştir çünkü finansman bu dönemlerde çoğunlukla kamu kaynaklarınca yapılmıştır. Bununla birlikte, bilet satışları Atlanta ve Sidney Olimpiyatları'nda olimpiyat organizasyon komitelerine yaklaşık olarak % 23'lük bir katkıda bulunmuştur. 1996 Atlanta Olimpiyatları'nda 11 milyon bileten 8,5 milyonu yani biletlerin % 77'si satılmıştır ve toplam bilet satışlarından 416,64 milyon US\$ gelir elde edilmiştir (65).

3.3 2000 SİDNEY OLİMPİYAT OYUNLARI'NIN EKONOMİK ETKİLERİ

Son yıllarda şehirler, bölgeler ve ülkeler arasında büyük spor olaylarına ev sahipliği yapma yarışı sürmektedir. Örnek olarak Yaz ve Kış Olimpiyatları, Dünya Kupası verilebilir. Bu gibi büyük spor olaylarına ev sahipliği yapmak çekicidir ve bu nedenle hükümetler bu olayların ekonomik faydaları üzerinde durmaktadırlar (64).

Büyük spor olayları ev sahibi kent için uzun dönemli sonuçları olan kısa dönemli olaylardır. Bilim adamlarının genel yargılarına göre bu tip büyük olaylar turizmin gelişme potansiyelini arttırmaktadır. Bununla birlikte büyük spor olaylarının hem olumsuz hem de olumlu etkilerinin olabileceği gözden kaçırılmamalıdır. Gerçekten olumlu değişimlerin oluşup oluşmadığı ise yalnızca ilave turist sayısının sayımıyla ölçülemez. Bu etkileri açığa çıkarabilmenin en kolay yolu olimpiyat oyunlarının incelenmesidir.

Çoğu yorumcu, özellikle ev sahibi şehre olmak üzere oyunların iş dünyasını uyaran etkilerinden kaynaklanan büyük ekonomik faydalardan bahsetmektedir. Bu gibi spor olaylarının hükümetler tarafından sponsorluğu, zararına bile olsa da, ev sahipliği yapıldığı takdirde olayların bölge ve ülke için ekonomik faydalar sağladığı iddiasından dolayı sıkça savunulmaktadır.

Bu çeşit büyük olayların politik hedefler için kullanılabileceği gibi bir düşünce de vardır. Olimpiyat oyunlarının amatör olimpiyat ruhundan çıkıp ekonomik hedefler doğrultusunda algılanmaya başlanmasından beri oluşan genel kanı olimpiyat oyunlarının öneri süreci esnasında ev sahibi olmaya aday kentlerin liderlerinin ellerinden çıktığıdır. Sponsorluk faaliyetleri vasıtasıyla olimpiyat oyunlarının iş, ticaret ve turizm dünyasıyla ilişkisinin artması olimpiyatlara ev sahipliği yapma talebini arttırmıştır. Her ne kadar olimpiyat oyunları organizasyonlarının gelir yaratabilme etkisi olsa bile paranın dağılımı her zaman ev sahibi lehine olmaz.

Hükümetler ve büyük spor olaylarının diğer paydaşları, ekonomik etki durumları konusunda bir kurul oluşturup birlikte hareket etmekle ekonomik patlamanın sağlanacağı iddiası konusunda eski verilere dayanarak araştırmalar yapmaktadırlar. Genelde bu çalışmalar olayların dolaylı ve dolaysız etkilerini analiz edebilmek için girdi/çıktı analizini kullanmaktadırlar.

Bu çalışmalarda girdi-çıktı metodu kullanılarak, diğer sportif girişimlerin ekonomik etki analizleri sadece teknik olarak değerlendirilmiştir; özellikle yeni stadyumların inşası. Gerçekten de özel ilgi grupları ekonomik etkileri tartışmak için girdi-çıktı analizi odaklı çalışmalar için birleşmişlerdir. Hem büyük hem de küçük sportif olaylar ya da stadyumlar gibi tesisler için turist girişimleri gibi sayısız endüstriyel raporlar hazırlanmıştır. Bu sportif girişimlerin paydaşları bu ekonomik etki raporlarını kullanarak yatırımlarının iş yaratıp yaratmayacağını, gelir getirip getirmeyeceğini değerlendirmektedirler (61).

Bu gibi girdi-çıktı çalışmaları akademik literatürde sıkça tartışılmaktadır. Fakat bu çalışmalar birbirlerine tezat da oluşturabilmektedirler. Bu tezatlık girdi-çıktı modelinin yanlış kullanımından kaynaklanmaktadır.

Bu nedenlerle girdi-çıktı modelinin kullanımı uygunsuz bulunsa da Crompton (1995) sınırlılıkları ve zayıf yönleri olsa da G/Ç modelinin güvenilirlikle ve doğru bilgiyle tamamlandığı takdirde güçlü bir araç olduğunu belirtmektedir (20).

Bununla birlikte G/Ç modeli ekonomik etkiyi inceleyecek tek model değildir. HGD yani “Computable General Equilibrium Modeli” de uygundur ve daha modernidir. HGD modeli G/Ç modelinin sınırlılıklarını da ortadan kaldırmaktadır. HGD modelinin avantajı sporla ilgili harcamalardan kaynaklanan etkilerin çoğunu otomatik olarak kullanmasıdır. HGD modelleri ile herhangi bir gelir etkisi gözetmeden önce, büyük spor olayına katılan hane halkının ilave harcama yaptığı da ortaya çıkmaktadır (19).

Brunet (1995), Barselona Olimpiyatları’nı tartışırken olimpiyat çalışmalarının maliyetlerinin düşük gösterilme eğilimi olduğunu ancak oyunların getirilerinin ise büyük gösterilme eğiliminin olduğunu ifade etmiştir. HGD modeli

ile tek bir yapı altında oyunların ekonomik ve mali etkilerini analiz etmek analize tutarlılık getirecektir (9).

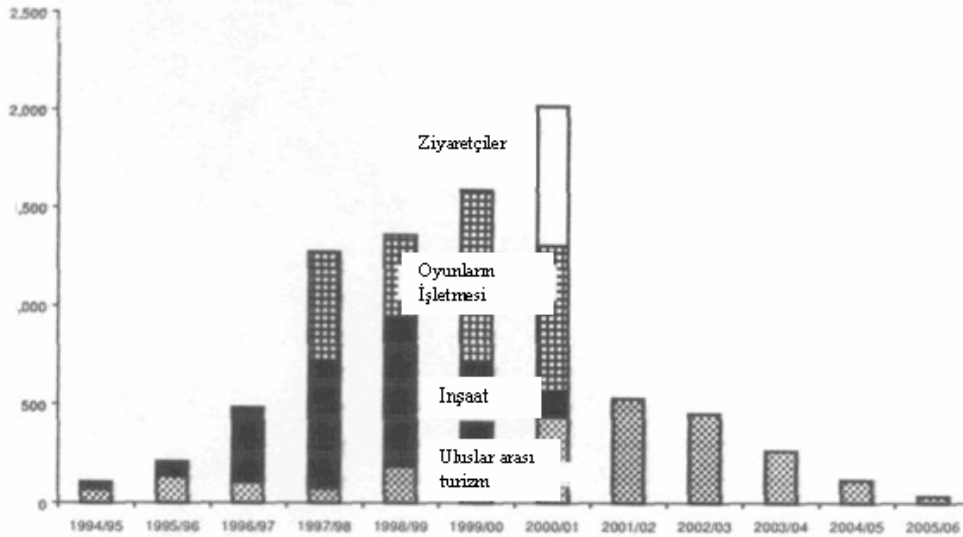
HGD modeli John R. Madden tarafından hem Dünya Rugby Kupasını hem de Sidney Olimpiyatları'nı analiz için kullanılmıştır ve MONASH MULTİREGIONAL FORECASTING MODEL (MMRF) oluşturulmuştur. Bu model olayların bölgesel düzeyde ekonomik ve finansal etkilerini ortaya koymaktadır. Bu modelin önemli bir avantajı hem bölgesel hem de ulusal etkilerin analizinde tutarlılık göstermesidir. Ev sahibi şehre etkisinin yani bölgesel etkinin değerlendirilmesi 50 bölgenin incelenmesiyle yapılmıştır (39). Bununla birlikte Sydney Olimpiyatları'ndan sorumlu olan New South Wales Hükümetidir ve bu yüzden analizin ulusal seviyesi burayı içermektedir.

Madden (2006), Sidney Olimpiyatları'nın Avustralya'nın reel tüketiminde ılımlı bir artış etkisi yarattığını ifade etmiştir. Tahmin edilen reel tüketim etkisinin bugünkü değeri \$2,5 milyar dolardır. Bu 12 yıllık reel hane halkı tüketiminin % 0,07 demektir. NSW için benzer figürler \$2 milyar doları ve % 0,14 ü göstermektedir. Bu tahminler ışığında olimpiyatların NSW'in büyüme oranlarına ve Avustralya'nın 12 yıllık dönemdeki ilk 7 yılında reel tüketimine küçük bir katkı yaptığı söylenebilir. Olimpiyatlardan sonraki 5 yılda oyunlar reel tüketim oranlarına küçük olumsuz etkilerde bulunmuştur (55).

Olimpiyatlarda ve olimpiyatlarla ilgili aktivitelerde yaklaşık \$8,4 milyar dolar dolaysız harcama yapılmıştır. Oysaki Sidney Olimpiyatları sadece 17 gün sürmüştür ancak olimpiyatlarla ilgili harcamalar 7 yıllık bir süreyi kapsamaktadır.

Şekil 10 yıllara göre dolaysız olimpiyat ilgili harcamaları göstermektedir (54).

Şekil-10 Sidney Olimpiyatları İçin Yıllara Göre Dolaysız Olimpiyat Harcamaları

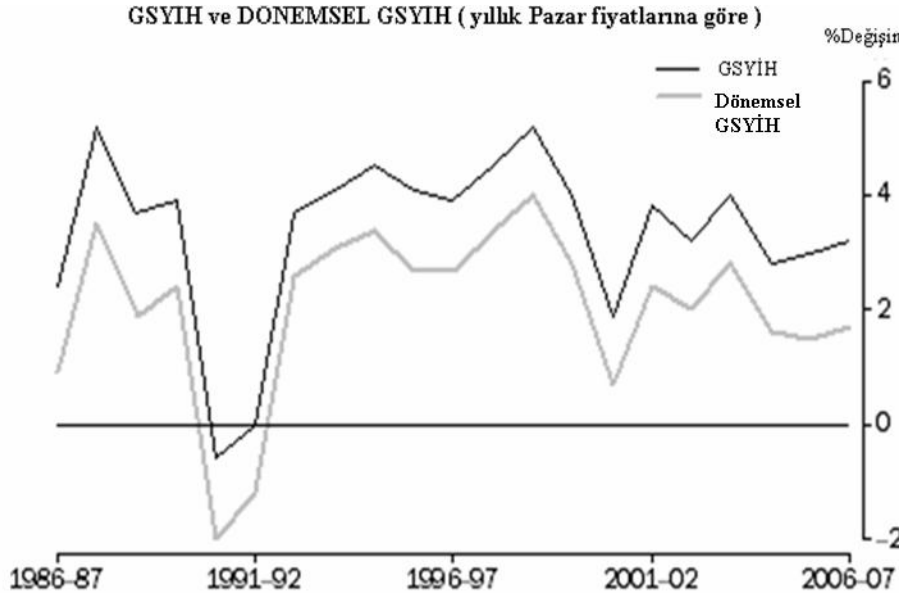


Dolaysız harcamalar 4 temel şekilde sınıflandırılmıştır:

- Oyunların gerçekleşmesi
- Oyunların gerçekleşeceği alanın inşası
- Oyunlar için gelen ziyaretçilerin harcamaları
- Turizm odaklı harcamalar

İnşaat harcamaları spor alanlarını, katılımcılar için kalacak yerleri, resmi görevliler ve medya için tesisleri ve ulaşım alt yapısını içermektedir. Seyirci, sporcu, resmi görevli, medya mensubu ve sponsor olarak gelen uluslararası turistlerin ve turizm odaklı turistlerin harcamaları turizm tahmin kurulunca belirlenmiştir.

Şekil-11 Sidney Olimpiyatları Döneminde GSYİH’da Görülen Değişmeler (Olimpiyatlar Öncesi-Oyunlar Boyunca ve Sonrası)

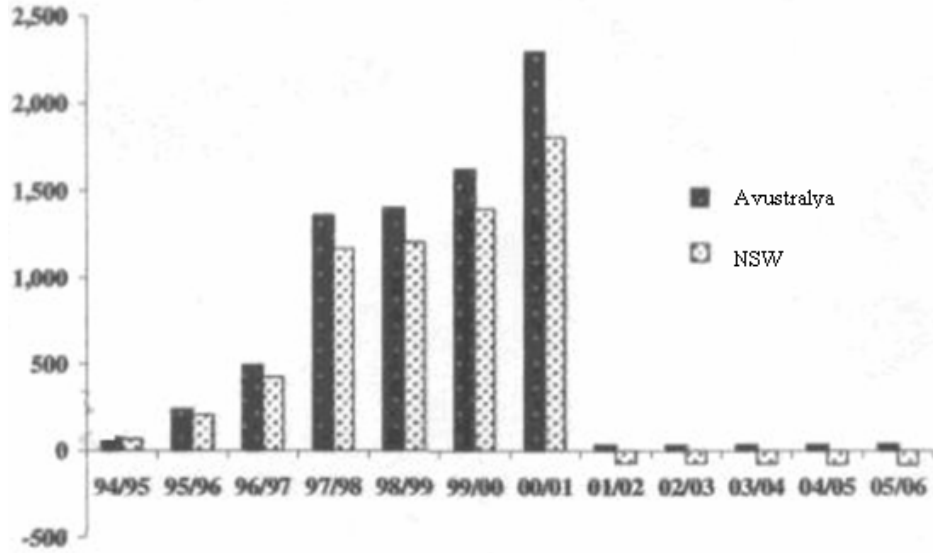


(<http://www.abs.gov.au> Australian Bureau of Statistics)

<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/Latestproducts/5204.0Main%20Features30200607?opendocument&tabname=Summary&prodno=5204.0&issue=2006-07&num=&view=>

1990-91'deki GSYİH' deki düşüşü takiben 16 yıllık dönemde ardışık büyüme gerçekleşmiştir. GSYİH 2006–2007 döneminde % 3,2 artış göstermiştir. GSYİH' deki bu hareketlerde nüfus artışının etkisi büyüktür. Yine 2006–2007 döneminde pazar fiyatlarına göre GSYİH % 1,7 artış göstermiştir.

Şekil-12 Sidney Olimpiyatları'nın Gayrisafi Yurtiçi Hasıla'ya ve Gayrisafi Bölgesel Hasıla'ya Etkisi (55)



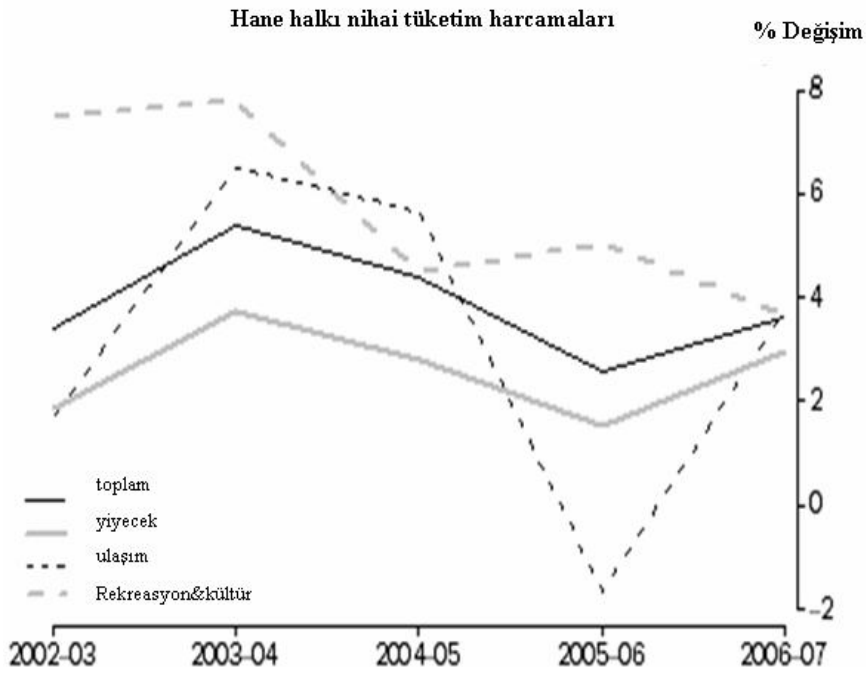
Özellikle oyunların bitişinden itibaren 4 yılda dolar ulusal ekonomi ve New South Wales ekonomisi üzerine büyük etki yapmıştır ancak yüzde terimlerinde küçük etki yaratmıştır. 1997/98 den 2000/01 e kadar olan dönemde New South Wales'in ortalama Gayrisafi Bölgesel Hasıla'sı \$1,4 milyardır ve eğer olimpiyatlar burada gerçekleşmeseydi bu rakamın da gerçek olmayacağı bilinmektedir. Yine aynı dönem içinde olimpiyatlara bağlı olarak yıllık \$0,3 milyarlık bir patlama gerçekleşmiştir. 2000 yılı yani olimpiyat yılı olimpiyatların ekonomik etkilerinin görüldüğü zirve yılı olmuştur. Tabii ki olimpiyat yılı dolaysız etkilerin görüleceği yıl olacaktır. Emek pazarındaki büyük durgunluk varsayılırsa çarpan etkisi de beklendiğinden biraz daha büyüktür. Olimpiyatların final döneminde Avustralya ekonomisine önemsiz bir katkıda bulunduğu görülmektedir. Ancak, eğer olimpiyatlar gerçekleşmeseydi New South Wales'in Gayrisafi Bölgesel Hasıla'sının \$77 milyon daha az olacağı da belirtilmiştir (55).

3.3.1 GSYİH İçerisinde Harcamalar

2005–06 dönemindeki özel sektör yatırımlarını içeren nihai tüketim harcamaları 2006–07 dönemindeki GSYİH’ deki büyümenin en büyük nedenidir. Toplam nihai tüketim harcamaları % 3,8 artmıştır ve GSYİH’ deki büyümeye % 2,9 oranında katkıda bulunmuştur.

Hane halkının nihai tüketim harcamaları da % 3.6 artmış ve 2006–07 döneminde GSYİH’ deki büyümeye % 2,1 oranında katkıda bulunmuştur. 2006–07 dönemindeki harcamalardaki büyümenin anahtar bileşenleri kiralar ve diğer ikametgâh hizmetlerindeki harcamalardaki (% 3,7’nin üzerinde), ulaşım ile ilgili harcamalardaki (% 3,8’in üzerinde), rekreatif ve kültürel harcamalardaki (% 3,7’nin üzerinde) ve mefruşat ve hane halkının diğer harcamalarındaki artışlardır (% 7,6’nın üzerinde).

Şekil-13 Sidney Olimpiyatları Sonrası Hane Halkı Nihai Tüketim Harcamaları



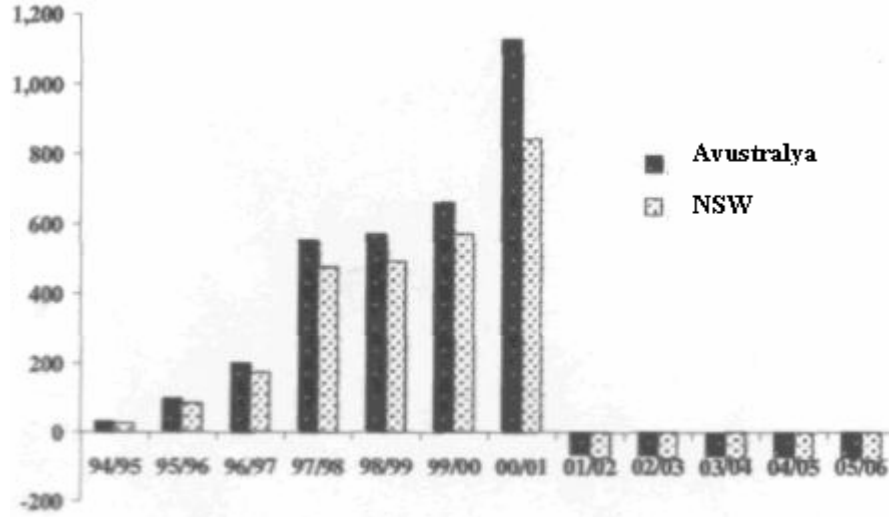
(<http://www.abs.gov.au> Australian Bureau of Statistics)

<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/Latestproducts/5204.0Main%20Features402006-07?opendocument&tabname=Summary&prodno=5204.0&issue=2006-07&num=&view=>

GSYİH içerisinde görülen bu harcamalar grafikte sunulduğu gibi 2002–03 ve 2006–07 dönemleri arasındaki rakamlarla ifade edilmiştir. Rekreatif ve kültürel alandaki harcamalardaki artıştan yola çıkarak olimpiyatların hane halkının bu yöndeki harcamalarına olumlu katkıda bulunduğunu söyleyebiliriz. Diğer taraftan oyunlardan sonra da özel sektör yatırımlarında görülen artış oyunların harcamalara olumlu etkide bulunduğunu göstermektedir.

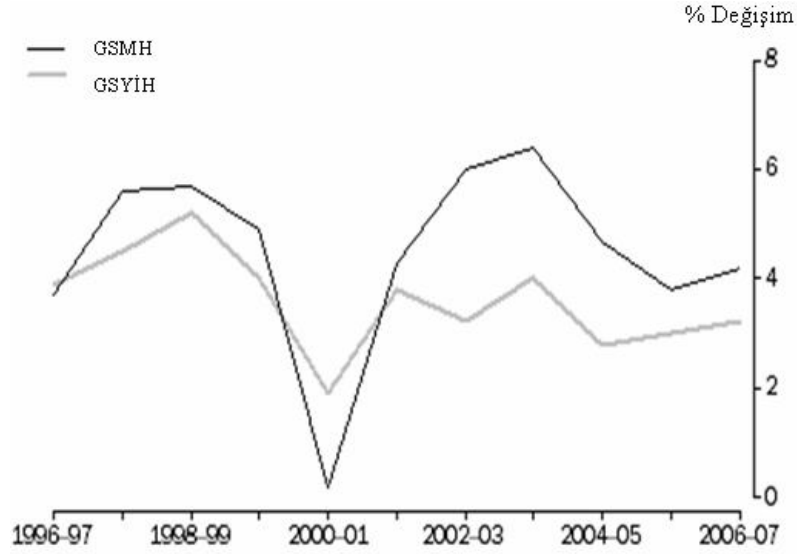
Şekil-14 Sidney Olimpiyatları'nın Reel Hane Halkı Tüketimine Etkisi

(55)



Şekil 14'den görüleceği gibi olimpiyatların hane halkının reel tüketimine etkisi hafiftir (olimpiyatlar sonrası hariç). Olimpiyatlar öncesi dönemde New South Wales'in reel hane halkı tüketiminin olimpiyatlar dolayısıyla yılda ortalama \$0,3 milyarlık az da olsa bir artış gösterdiği açıktır. Bütünüyle Avustralya ele alınırsa bu etki \$350 milyon dolardan sadece biraz fazladır.

Şekil-15 Sidney Olimpiyatları Döneminde Gayrisafi Yurtiçi Hasıla ve Gayrisafi Milli Harcama İlişkisi



(<http://www.abs.gov.au> Australian Bureau of Statistics)

<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/Latestproducts/5204.0Main%20Features40200607?opendocument&tabname=Summary&prodno=5204.0&issue=2006-07&num=&view=>

Olimpiyatlardan sonraki 5 yılda Gayrisafi Milli Harcama Gayrisafi Yurtiçi Hâsıladan daha hızlı bir büyüme sergilemiştir. Bunun son 5 yıllık dönemde ithalat ve ihracatlardaki artıştan kaynaklandığı söylenebilir.

3.3.2 Sidney Oyunları'nın İstihdam Etkileri

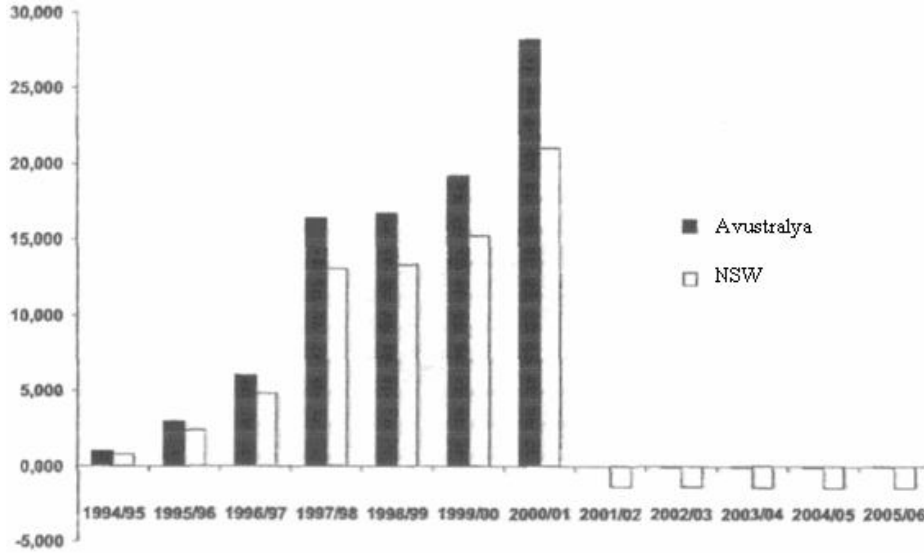
Olimpiyatların istihdam etkileri üzerine olan çalışmalar genellikle ekonomik olarak başarılı sayılan olimpiyatların istihdam üzerine olumlu etkileri olduğunu vurgulamaktadır. Bu etkilerin en yüksek olduğu dönem ise olimpiyat yılından önceki 6 yıl - ki bu dönem olimpiyatlara hazırlık evresidir -, zirve yılı olan olimpiyat yılı ve bir sonraki yılı içeren 8 yıllık dönemdir. Sadece istihdam etkisi bile olimpiyatlara ev sahipliği yapma talebini arttırmaktadır.

Tucker (2006), 1984–2004 yılları arasında gerçekleşen olimpiyat oyunlarını istihdam açısından incelemiştir. Tucker'e göre olimpiyatların istihdam etkisi refah oranı daha yüksek olan ülkelerde daha fazladır. İstihdam oranının yükselişe geçişinin daha ev sahibinin hangi şehir olacağı ilan edilir edilmez başladığını belirtmiştir. Ancak bu olumlu etkinin oyunlardan bir yıl sonraya kadar uzayabildiğini de ortaya koymuştur (83).

Miguellez ve Carrasquer (1995) 'e göre olimpiyat öncesi, olimpiyat yılı ve sonrasındaki istihdam ancak yatırımlar hesaplanabilirse hesaplanabilir. Ancak bunu tamamen ve açıkça gösteren bir çalışma yoktur (56).

1994–95 ve 2005–06 yılları arasındaki 12 yıllık dönemde New South Wales'in istihdamında yaklaşık 5300 kişilik bir artış tahmin edilmiştir. Olimpiyatlara ev sahipliği yapmanın sonucu olarak olimpiyat yılını içeren 4 yılda ise 15600 ilave iş olanağı oluşacağı hesaplanmıştır.

Şekil-16 Sidney Olimpiyatları'nın İstihdam Üzerine Etkisi (54)



3.3.3 Olimpiyat Bütçesi

Olimpiyat bütçesi 2'ye ayrılır. İlki, olimpiyat tesisleri ve altyapının inşasıyla ilgili sermaye çalışmaları, diğeri ise; 2000 yılında yani olimpiyat yılında oyunları yönetmenin gelir ve gider çalışmalarıdır. Resmi bütçe bileşenleri 1997–98 yılının New South Wales Hazinesi Bütçe Raporu 2 Bölüm 6.1 de ifade edilmiştir. Buna göre 1997–98 dolarına göre yaz olimpiyatları ve paralimpik olimpiyatlar için özel inşaat yatırımlarının toplam maliyeti \$2,1 milyardır.

Olimpiyatlar için özel sermaye harcamalarının içerisinde ise Olimpiyat stadyumu, sporcu köyü, medya, teknik ekipler ve uluslar arası resmi görevliler için köy ve çok yönlü kullanım için kapalı alan inşası vardır. Bütün bu yatırımların hükümetin katkısı olmaksızın maliyeti \$1,248.9 milyon dolar olarak hesaplanmıştır. Mayıs 1997 bütçesine göre 2000 Sidney Olimpiyatlarına ev

sahipliği yapmanın gelir-gider rakamları şöyledir: işlem maliyeti \$2.289 milyon ve işlem geliri \$2.332 milyon (53).

Haynes (2001), Sidney Olimpiyatları'nın rakamlar ışığında ne kar sağladığını ne de New South Wales hükümetine finansal bir yük yüklediğini belirtmiştir. Biletlerin % 91'i satılmış bu da finansal dengeye katkıda bulunmuştur. New South Wales Hazinesi tarafından oyunlara ev sahipliği yapmanın toplam maliyeti \$6,5 milyar olarak bildirilmiştir. Bu rakama federal hükümetin katkısı \$194 milyon, özel sektörün katkısı \$1,3 milyar ve New South Wales Hükümetinin katkısı \$2,3 milyar olmuştur (37).

Tablo 17'de olimpiyat inşaatı projeleri maliyetleriyle birlikte gösterilmiştir.

Tablo-17 Sidney Olimpiyatları İçin İnşaat Projeleri ve Maliyetleri

(1997-98 dolarıyla)

PROJE	BAŞ.	BİT.	TAH.	30-6-97	1997-98	1998-99	1999-00
				TOP.			
				MAL.	\$m	\$m	\$m
Homebush Körfezi tren hattı ve istasyonu	1992	1998	94.7	71.6	23.0
Homebush körfezindeki altyapı çalışmaları	1992	2001	805.7	419.8	211.2	112.8	34.3
Uluslar arası Regatta merkezinin inşası	1989	1998	36.0	33.7	2.3
Olimpiyat stadyumu ve altyapısına hükümet katkısı	1996	2001	121.7	29.5	34.8	27.9	2.4
Olimpiyat köyü-gelişim maliyetleri	1994	1997	9.0	7.7	1.2	0.2	...
Olimpiyat köyü alanı – ekleme ve yenilemeler	1996	2000	96.4	7.5	52.7	35.9	0.3
Diğer olimpik ve paralimpik tesis ve cadde çalışmaları	1994	2000	560.5	16.7	124.0	251.3	124.2
Relocation of the Royal Agricultural Society'nin Homebush Körfezine yerleştirilmesi (1998 Royal Easter Show için)	1992	2000	387.8	204.1	178.9	3.5	0.4
TOPLAM				790.6	628.1	431.6	161.6

http://www.treasury.nsw.gov.au/_data/assets/word_doc/0011/4700/6-1.doc

Tablo–18 Sidney Olimpiyatları'nın Makro Ekonomik Etkileri (55)

		Dönem		
Yüzde değişim		Ön olay	Olay yılı	Olay sonrası
Reel GSYİH	NSW	0.40	0.90	—0.03
	Avs.	0.16	0.39	0.01
İstihdam	NSW	0.37	0.89	—0.06
	Avs.	0.16	0.41	0.00
Sermaye stoğu	NSW	0.46	0.91	0.00
	Avs.	0.16	0.39	0.01
Reel tüketim	NSW	0.25	0.63	—0.05
	Avs.	0.11	0.32	—0.02
Reel yatırım	NSW	1.18	0.71	0.01
	Avs.	0.48	0.37	0.03
Tüketici fiyat endeksi	NSW	0.02	0.21	0.11
	Avs.	0.05	0.13	0.11
Ulusal reel ücret		0.04	0.10	0.03

Tablo 18 başlangıç yılı olarak 1994/95 ve bitiş yılı olarak 2005/06 yıllarını alarak olimpiyatların makro ekonomik etkilerini 3 bölümde göstermektedir. Oyunların öncesindeki döneme bakılırsa harcamalar içindeki artışın önemli bir

kısmını reel yatırım oluşturmaktadır. Diğer taraftan, reel tüketim üzerindeki etkisi hafiftir ve tüketici fiyatları üzerinde artan bir baskı söz konusu değildir. Bu ticaret dengesinin sektörel kontrolüyle birlikte yüksek seviyedeki yatırımın sonucudur. Olimpiyat yılında olimpiyatların fiyat seviyelerinin üzerinde çok az etkisi vardır. Örneğin; NSW tüketici fiyatları oyunlar olmasaydı gerçekleşeceğinden sadece % 0,21 yükselmiştir.

Tablo 18’de verilen sonuçlar, olimpiyatlar kadar büyük bir organizasyonun ulusal ya da bölgesel ekonomide ciddi derecede patlama yaratmayacağı gerçeğini desteklemektedir. Olimpiyatlar ilk 8 yıllık dönemde Avustralya’nın reel tüketim büyüme oranlarına çok az katkıda bulunmuştur. Avustralya’nın reel tüketimi eğer olimpiyatlar gerçekleşmeseydi olacağından ortalama % 4 kadar artış göstermiştir. Olimpiyat yılında ulusal reel tüketim ise yine olimpiyatlar olmasaydı gerçekleşeceğinden ortalama % 0,3 artış göstermiştir. Olimpiyatlardan sonraki dönemde oyunlar Avustralya’nın reel tüketimindeki büyüme oranına küçük olumsuz etkide bulunmaya başlamıştır.

New South Wales ele alınırsa, reel tüketim etkileri ulusal etkilerden daha büyüktür, ancak etkinin yine zayıf olduğu da bir gerçektir.

Tablo-19 Sidney Olimpiyatları'nın New South Wales Bütçesine Etkileri (54)

	Oyunlar Öncesi	Olimpiyat Yılı	Oyunlar sonrası
Dolaylı vergiler	7	16	0
SOOK geliri	41	106	0
Dolaysız vergiler	57	17	25
Eyalet taahütü	25	0	0
Diğer gelirler	26	27	-5
Toplam gelir	156	167	20
Finansal talep	83	41	-108
NSWHükümetiolimpik sermaye harcamaları	278	93	0
NSWHükümetiolimpik cari harcamaları	12	249	0
Diğer NSW Hükümet harcamaları	-63	-156	-88
Faizler	12	21	1
Toplam NSW Hükümet harcamaları	239	208	-88

Tablonun ilk sütunu Olimpiyatların NSW bütçesine etkilerini göstermektedir. Ekonomik değerler milyon dolar olarak ve yine 3 bölümde ele alınmıştır.

Oyunlar öncesi dönemdeki yılların ortalaması alınarak dolaylı vergiler \$7 milyon olarak hesaplanmıştır. Olimpiyat yılında bu rakam \$16 milyona ulaşmıştır. Oyunlar sonrası dönemde ise sıfırlanmıştır. SOOK geliri oyunlar öncesi dönemdeki yılların ortalaması alınarak \$41 milyon olarak hesaplanmış ve olimpiyat yılında \$106 milyona çıkmıştır. Olimpiyat sonrası ise yine sıfırlanmıştır. Dolaysız vergiler oyunlar öncesinde \$57 milyon iken olimpiyat yılında %53'lük bir azalmayla \$17 milyona inmiştir. Oyunlar sonrasında ise %48'lik bir artışla \$25 milyona çıkmıştır. Oyunlardan önce eyalet taahhüdü ise \$25 milyondur. Diğer gelirler oyunlar öncesinde ve olimpiyat yılında ciddi sayısal farklılık göstermemektedir. Oyunlar öncesi \$26 milyon ve olimpiyat yılında \$27 milyon olarak hesaplanmıştır.

3.3.4 Sidney Oyunları'nda Miras Problemi

Olimpiyat Oyunları çok büyük sayılarda katılımcı ve çeşitli spor kategorilerini içeren modern zamanların en büyük spor organizasyonudur. Aynı zamanda bir çok sektör için stratejik yarar sağlayan bir fenomen haline gelmiştir: teknoloji, iletişim, medya, kültürel ve ulusal temsilcilik, reklam, politika, turizm vb. (58).

Olimpiyatlar ev sahipliği yapmak bir şehre ve ülkeye çok büyük izler bırakır. Bu etkiler 1984'ten bu yana oyunların her bakımdan genişlemesiyle yani daha fazla spor ve sporcu içermesiyle, daha fazla medya ve sponsor katılımı ile artmıştır. Dolayısıyla olimpiyatlardan beklenenler de artmıştır. Bununla birlikte, UOK' nin de ev sahibi ülkelerden beklentisi artmıştır. Örneğin; 11 Eylül 2001 gibi büyük çaplı terör olaylarından sonra güvenlik ve sigorta ücretleri artmıştır. Ayrıca bu gibi saldırılar turizm açısından negatif etki yaratmıştır.

Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmak masraflı ve uzun soluklu bir sorumluluktur. Dolayısıyla göz önünde bulundurulması gereken birçok etki türü

vardır. Kent tasarımındaki değişiklikler, kentin, ülkenin ve kültürün tanıtılması, turizm potansiyelinde ve ticari aktivitelerde artış, oyunlardan sonra toplumun kullanması için yeni spor alanlarının yaratılması, daha geniş bir toplum bağı ve katılım yaratma, toplum gönüllüleri gibi unsurlar olimpiyat oyunlarının turizm ve tesis etkileri içerisinde değerlendirilir.

Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmanın uzun dönem faydaları nelerdir? Bu soru oyunlara ev sahipliği yapmak isteyen her ülkenin politikacılarının kendilerine sordukları en önemli sorudur. Avustralya için ise en önemli mirasın turizm olduğu düşünölmektedir. Bu mirastan sadece oyunlar boyunca değil oyunlardan önceki ve sonraki yıllarda da yararlanılmak istenmektedir. Bu nedenle Avustralya olimpiyatlar vasıtasıyla turizmini optimum düzeye çıkarabilmek için ciddi taktik ve stratejiler geliştirmiştir.

Sadece üç hafta süren olimpiyat oyunları için her sektörde çok büyük yatırımlar yapılmaktadır. Dolayısıyla bu kadar yatırımın sonucunda ne kadar kar edileceğini sorgulamak doğaldır. Oyunların en büyük miraslarından birisi yeni ve yüksek kalitedeki tesislerdir. Bununla birlikte, bu tesislerin çoğu kullanım dışı kalmakta ya da kapatılmaktadır. Altyapısal anlamda miras kaygısı ise ev sahibi şehri güzelleştirmek için gerçekleştirilen gelişmelerdir. Sidney’de şehir yönetimi sadece 1998–1999 döneminde şehri güzelleştirmek için \$115 milyon Avustralya doları harcamıştır. Buna ilaveten hava alanı genişletilmiş, yollar düzeltilmiştir. 2000 yılında olimpiyatlara ev sahipliği yapacak şehrin Sidney olduğu açıklanır açıklanmaz otel odası kapasitesi % 25 arttırılmıştır. Çünkü olimpiyatların etkisiyle şehrin turistik amaçla gezilmesinin ve bir ticaret şehri olarak kullanılmasının artacağı düşünölmüştür. Ayrıca 2000 yılında otel doluluğunun % 100, bunu takiben 2001 yılında % 65–70 dolaylarında olacağı tahmin edilmiştir. Tabii ki, fiyatlardaki % 5’lik azalma da destekleyicidir. Küçük işyeri sahipleri bu gelişmeden olumsuz etkilenmişlerdir. Büyük ortaklıkların pazar payı artmış, küçük işyerleri ise uzun dönemde değer kaybetmiştir. Sonuç olarak, 1999–00

yılında yapı faaliyetleri çok kısa bir süreye sıkıştırılmış olsa da stadyum ve oteller tamamlanmış, oturmaya elverişsiz yapılar % 18 oranında azalmıştır (14).

3.3.5 Sidney Oyunları'nın Tesisleşme ve Altyapıya Etkisi

Oyunlardan önce gerçekleştirilen tesis gelişimi ve altyapı destekleme faaliyetlerinin doğrudan etkileri vardır. Bu faaliyetler, dünya sınıfında spor tesisleri, gelişmiş ulaşım ağı, iletişim altyapısı gibi gelişmeleri miras bırakır. Örneğin; oyunlar için gerekli altyapıyı ve alanı sağlamak için NSW Hükümeti, Eyalet Hükümeti ve SOOK ve diğer organizasyonlar 1,9 milyar doların üzerinde kamu harcaması yapmışlardır. Bu harcamalara 1,1 milyon dolar değerinde özel sektör harcaması da eklenmiştir. Havaalanını yenilemek için 2 milyar dolar, şehri güzelleştirme projesi için 320 milyon dolar harcanmıştır.

(<http://www.gamesinfo.com.au/pi/ARPICOE.html>, business and economic benefits of the Sydney 2000 games-a collation of evidence ; a report by pricewaterhouse coopers)

Spor olaylarının büyüklüğü ev sahibi kentler açısından, özellikle tesis kapasitesi bakımından önemlidir. Öneri süreci ticari ve politik yozlaşmadan kolaylıkla etkilenmekle beraber büyük ölçekli bu olaylarda ev sahibi kent sakinleri için ekonomik fırsatlar ortaya çıkar. Turizmde beklenen gelişmeye bağlı olarak özel yatırımlar artar. Ancak büyük spor olaylarının bıraktığı spor tesisi ve otel miraslarından yararlanılmamakta ve pahalı tesisler kullanılmadığı için maliyeti arttırmaktadır.

Her ne kadar yerel halk kaostan kurtulma eğilimi gösterse de ev sahibi şehirde kalabalık ve izdiham kaçınılmazdır. Çoğu zaman ayrılmış ve pahalı biletler dolayısıyla yerel halk oyunlara seyirci olarak katılabilme fırsatı bulamamaktadır. Bu durumda büyük spor olaylarında ev sahibi şehir sakinlerinin

rolünün özenildiği kadar çekici olmadığı sonucuna varılabilir. Ayrıca düşük gelirli kiracılar 2bu büyük pastadan pay almak isteyen ev sahipleri tarafından evden çıkarılabilir. 1992 ve 1996 oyunlarında kayda geçen evsiz sayısı bunun en büyük kanıtıdır. Düşük sosyo-ekonomik konumdaki mahallelerdeki bu tesis gelişim çabası kentsel tasarım açısından turizmi olumsuz etkiler.

Oyunların en azından kısa dönemde uluslar arası pazarlarda ev sahibi şehrin konumunu iyileştirmesi için farklı bir etki kapasitesi vardır. Asıl olan da, kapasiteden istifade etme yolunu bulmak ve onun üzerine gitmektir. Sidney’de 2 ana stadyum inşa edilmiştir ve maliyetlerini karşılama için yılda 200 olaya ev sahipliği yapması gerektiği hesaplanmıştır. Bu rakam genel rezervasyon oranlarının 2 katından daha fazladır. Sidney’in olimpiyat havuzu da ulusal şampiyonalarda kiralanmak için oldukça pahalıdır. Ayrıca oyunlar kentsel gelişim için bir uyarıcı niteliği taşırlar. Sidney’e bakılırsa, oyunlara ev sahipliği yapmak için ciddi yapılanmalara gidilmiştir. Olimpiyatlara zemin hazırlığında yeni spor tesisleri inşa edilmiştir; var olan tesisler yenilenmiştir; yeni yollar yapılmıştır; Sidney havaalanı genişletilmiştir; otel odası kapasitesi % 25 arttırılmıştır. Sidney, kaldırımların genişletilmesini, yeni sokak döşemelerini, güvenlik artırımını, yeni peyzaj düzenlemelerini ve engelliler için de çeşitli uygulamaları içeren geniş bir kentsel güzelleştirme programı uygulamıştır. Bu program 1994–1995 bütçe yılında A\$1,5 milyonluk bir harcama ile başlamış ve 1998–1999 bütçe yılında her yıl artarak A\$114,4 milyon üzerine çıkmıştır. Bu yatırımlar ekonomik aktivite ve istihdam yaratmıştır. Ön-olimpiyat inşası tamamlandığında ve pazar talebi tatmin edildiğinde, Sidney’de oturmaya elverişsiz inşaat yapımı 1999–2000 bütçe yılında % 18 azalmıştır ve 2000–2001 bütçe yılında % 13’lük bir azalma daha gerçekleştirilmesi planlanmıştır (15).

Sidney’de belirli tesislerin inşası konusunda halkın olumsuz düşünceleri vardı. Bondo Beach Voleybol Stadyumu tartışmaya yol açan bir gelişmeydi çünkü 6 ay boyunca en ünlü sörf sahilini işgal etmişti. Ayrıca çevresel sorun oluşturacağı kaygısı vardı. Ryde yüzme havuzunun inşası da 2 yıl boyunca halka

açık bir yüzme havuzunu kapatmış ve halka açık bir parkı özel rekreasyon tesisi haline getirmiştir. Ayrıca Sidney Olimpiyat stadyumunun 110.000 kişi kapasitesiyle inşası ancak oyunlardan sonra kapasitenin 80.000 kişiye düşürülmesi de bunun gereksiz bir gider oluşturduğu konusunda tartışmalar yaratmıştır (13).

Tüm bu olumlu gelişmelere zıt olarak olumsuz gelişmeler de vardır. Örneğin; Homebush Körfezindeki 2000 olimpiyatları yaklaşık 15 km uzanan 2000 hektarlık bir alanda gerçekleşmiştir. Sporcu Köyü bu alanın yanına inşa edilmiştir ve katılımcı sayısı 10.000 kişi ile sınırlandırılmıştır. Çünkü bu alan Sidney'den, özellikle yerel olmak üzere ticaret alanlarından uzaktadır. Sporcular Sporcu Köyünde kalırlarken seyircilerin çoğu yolculuk yapmak zorunda kalmıştır. Oyunların organizatörleri kamu taşımacılığını geliştirmek istemişler ve Homebush'ın merkezine Sidney'le bağlanan bir tren yolu inşa etmişlerdir. Trenler alana saatte 50.000 kişi taşıma kapasitesindedir ve yenilenmiş otobüs hizmetleri de alana saatte 28.000 kişi taşıma kapasitesindedir. Ancak özel arabalara izin verilmemiştir. Yapılan araştırmalara göre seyircilerin % 60'ının trenle % 30'unun da otobüsle oyun alanına geldiği belirlenmiştir. Diğerleri yürümeyi ve bisikleti tercih etmiştir (60).

3.3.6 Sidney Oyunları'nın Turizm Etkileri

Higham (1999)'a göre olimpiyat oyunları gibi büyük spor olayları turizm gelişim fırsatları yaratır. Olimpiyatların kısa dönem faydalarının dönemsel seyahatler olduğunu vurgular. Ancak Sidney Olimpiyat Oyunları'nın Avustralya'nın turizmine oyunlar öncesinde ve sonrasında beklenenden daha az net faydası olacağını belirtmiştir. Ona göre elde edilen net kazanç da olimpiyat oyunları esnasında oluşacak kaostan kurtulmak isteyenlerin seyahatlerinden gelecektir. Higham bunu daha önce yapılan Yaz Olimpiyatları turizm pazarı analizlerinden yola çıkarak bulduğunu belirtmiştir (38).

Olimpiyatları gerçekleştirmek hem kamu sektörü hem de özel sektör için tatmin edici bir yatırımdır. Örneğin; Sidney Olimpiyatları'na zemin hazırlanan 10 yılda kamu yatırımlarının A\$2,3 milyar, özel yatırımların A\$1,2 milyar olduğu belirtilmiştir. Ekonomik etki tahminleri incelemesi Sidney'in Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmasının anahtar ekonomik mirasının turizm olduğunu göstermiştir. Avustralya Turizm Tahmin Komisyonu 1997–2004 yılları arasında, 8 yıllık dönemde oyunların ilave 1,6 milyon uluslar arası ziyaretçi getireceğini tahmin etmiştir. Bu rakam olimpiyatlar için Avustralya'yı ziyaret edecekleri göstermektedir. Bu rakamlar ekonomik etki tahminleriyle birleştirildiğinde, olimpiyat oyunları dolayısıyla gerçekleşecek turist akımı A\$2,9 milyarlık ilave turizm ihracatı oluşturacaktır. Bu yüzden, turizmde öngörülen ekonomik etkinin % 44,6 üzerinde hesaplanmıştır (15).

İlginç olan şudur ki, olimpiyatlar dolayısıyla gerçekleşecek turist ziyaretleri ve harcamaları 10 yıllık dönemde % 50–60 etki yaratmıştır. Gerçekten de Turizm Tahmin Komisyonu'na göre 1997–2004 yılları arasında 1,6 milyon daha fazla turist Avustralya'ya gelecektir ve 150.000 iş ve \$6,1 milyar turizm geliri demektir. Bu rakamlar oyunların anahtar ekonomik faydalarının turizm faydaları olduğunu göstermektedir (14).

Bu tutarsız bulgularla ilgili birçok açıklama vardır. Farklı zamanlarda ve farklı ülkelerde değişen sosyal, ekonomik ve politik koşulların verileri boğduğu söylenebilir, tabii bu gerçek etkileri gizlemek ya da farklı durumlarda çok farklı etkiler sunmak için de olabilir. Bu tutarsızlıklar uzun dönem turizm etkilerinin belirlenmesi için oyunların kısa süreli olduğu gerçeğinden de kaynaklanabilir. Örneğin; Avustralya ele alınırsa oyunlar için ülkeye gelen turist sayısı toplam turist sayısının yalnızca % 7'sidir. Oyunlar medyanın ciddi şekilde dikkatini çekmiştir, özellikle gerçekleştiği dönem ve öncesinde, ama güçlü bir uluslar arası etki elde edilmemiştir.

Olimpiyatların hedeflerinden biri de sadece olimpiyat şehrinin değil tüm ülkenin olimpiyatlara ev sahipliği yapmaktan fayda kazanmasıdır. Bu nedenle diğer bir amaç da olimpiyatlar için gelenleri diğer şehirlere de yönlendirmektir. Bu amaçla Sidney’de olimpiyat öncesi ve sonrası turları ayrıca olimpiyatlar boyunca turlar düzenlenmiştir. Fakat özel şirketlerin resmi olmayan ifadelerine göre katılımın azlığından dolayı yatırımlarından zarar etmişlerdir.

Olimpiyat öncesi ve sonrası tur düzenlemede görülen başarısızlık oyunların turizm açısından diğer bir yüzünü ortaya koyar. Hedef oyunlar için gelen ziyaretçiler değildir: hedef şehre ve ülkeye insanları teşvik edecek ziyaretçilerdir. Hedef, pazar farkındalığı yaratmak için oyunlara verilen uluslar arası dikkati kullanabilmek ve bu farkındalığı ziyarete dönüştürebilmektir. Dolayısıyla oyunlar bittiğinde yapılması gereken oyunların kazandırdıklarını sürdürülebilmek için yeni stratejiler ve taktikler geliştirmektir.

Olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapma –eğer bu sadece turizm içinse- bu sadece bir organizasyonun bağımsız olarak altından kalkabileceği bir görev değildir. Eğer istikrarlı bir pazar pozisyonu kazanılmak isteniyorsa hedef pazarlarda iletişim içinde olan organizasyonların pazarlama mesajları uyumlu olmalıdır.

Olimpiyat oyunları turistik imaj ve kimlik üzerine olumlu ya da olumsuz etki yaratabilir. Büyük spor olayları etiketi için yeterli olmayan sporlar uyarıcı niteliği taşırlar. Ev sahibi şehir sakinlerinin bu olaylara katılımı fanatiklik kavramlarına ve alt kültürlerine bağlı olarak oluşan atmosfere bağlıdır. Bir sporla ilgili alt kültür ev sahibi şehir sakinleri dışındakileri yani canlı spor tüketicilerinin ilgilerini de etkiler. Dahası, uluslar arası turistler şehrin kültürel cazibesinin bir parçası olarak spordan etkilenebilirler. Bu formdaki spor odaklı turizmden ortaya çıkan faydalar yerel halk tarafından paylaşılır (38).

Diğer taraftan, spor odaklı bu turistlerin tam anlamıyla turizme ekonomik katkıda bulunacağını düşünmek de yanlış olacaktır. Spor odaklı turistlerin olimpiyat etkinliklerinin dışında tur organizasyonlarıyla ya da turistik ürünlerle ilgilenme oranları düşük olabilir. Dolayısıyla ev sahibi şehir ve ülke bu çeşit turistten beklediği ekonomik girdiyi elde edemeyebilir. Ayrıca düşük ihtimalle de olsa sağlanan turizm gelirlerinin bir kısmı olimpiyatlar esnasında oluşabilecek kaostan kurtulmak isteyenlerin yaptığı seyahatlerden de kaynaklanabilir.

Bununla beraber, olimpiyat yılında uluslar arası pazarlardaki anahtar turistler Avustralya'yı olimpiyatlar dolayısıyla kapalı olarak algılayabilirler. Bu yüzden, olimpiyatlar yalnızca 3 hafta sürse de bu şaşırtmaca turizmi dalgalandırabilir. Dahası, geçmiş olimpiyat deneyimlerinden yola çıkılarak turizm faaliyetlerinde düşüş bile görülebilir. Bu nedenle tur organizatörleriyle güçlü bir iletişim ağı oluşturularak şehrin turizme açık olduğu imajı verilmelidir (14).

Turistik bir yer olimpiyat oyunları organizasyonu aracılığıyla yeniden konumlandırılabilir. Daha fazla turist çekmeyi amaçlayan yerler, ilginç bir turist bölgesi olarak imajlarını nasıl geliştirecekleri konusunda bir politikaya sahip olmalıdır. Örneğin; Avustralya uluslar arası pazarlardaki “crocodile dundee” imajından kurtulup farklı ve modern bir ülke imajı çizmek istemiştir.

Zaten Sidney'in oyunlara aday olmasındaki amaç ‘Global Kent’ imajını sergilemektir. Çevreci kesimin de ilgisini çekmek amacıyla “ yeşil oyunlar” sloganı kullanılmıştır. Cashman (2002) 'a göre bir şehir halkı adına global bir promosyonda bir yatırım yaptığında bunun yararını turizmde, iş dünyasında ve diğer ekonomik ve sosyal alanlarda görür.

Diğer taraftan, Hall (1996)'ya göre olimpiyat oyunları gibi büyük olaylar turizmin normal gelişimine zarar verebilir. Çünkü büyük olaylar uzun dönemde sürdürülebilir büyüme sağlamak için gerçekleştirilen temel gelişim stratejisinden

sapmalar oluşturabilir. Uygun şekilde ölçeklendirilmiş ve planlanmış olaylar toplumları ve şehirleri canlandırabilir, yeni imaj oluşturabilir ve yenileyebilir. Ancak, büyük ölçekli olayların, özellikle Sidney Olimpiyatları'nın, genelde sınırlı faydası vardır. Bu tip olaylar sürdürülebilir turizm gelişimi araştırmasına ve refah gelişimine zıt olarak imaj ve pazarlama kaygıları taşır (36).

Avustralya Turist Komisyonu'nun İdari Yönetmeni John Morse (2001) oyunların turizm ilgili sonuçlarıyla ilgili şu önemli noktaları vurgulamıştır: Oyunlar 1994–2004 yılları arasında \$3,5 milyarlık döviz kazancı sağlamıştır. 2000 yılında Avustralya'ya gelen ziyaretçi sayısı % 11 artmıştır. Oyunlardan sonraki ilk 3 ayda Avustralya'ya gelen ziyaretçi sayısı % 15 artmıştır ve ilave \$320 milyon döviz bırakmıştır. Araştırmalar oyunlar için Avustralya'ya gelen uluslar arası ziyaretçinin % 88'inin tekrar Sidney'e turist olarak geleceğini göstermiştir. Çeşitli ülkelerde yapılan araştırmalarda tüketicilere oyunlardan sonraki 4 yılda bir zaman Avustralya'ya tatil için gelmeyi düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Özet olarak rakamlar şöyledir (59).

Hindistan-% 45 artış

Hong-Kong-% 19 artış

Endonezya-% 56 artış

Japonya-% 24 artış

Malezya-% 41 artış

Kore-% 15 artış

Tayland-% 43 artış

USA-% 24 artış

Çin-% 37 artış

Yeni Zelanda-% 17 artış

Singapur-% 37 artış

İngiltere-% 13 artış

Tayvan-% 26 artış

Almanya-% 21 artış

3.3.6.1 Büyük Spor Olaylarına Katılan Ziyaretçilerin Ekonomik Etkileri

Şehirler ve bölgeler Olimpiyat Oyunları, Asya Oyunları, Eyalet Oyunları gibi büyük spor olaylarında milyarlarca dolar harcamaktadırlar. Asıl ekonomik fayda ise olay boyunca ziyaretçilerin tüketimlerinden ve olay sonrasında turizmdeki artıştan elde edilir. Ancak bu tip spor olaylarının ekonomik etkilerinin araştırılmasındaki en büyük engel ziyaretçilerin tüketimiyle ilgili bilginin yetersiz kalmasıdır. Bununla birlikte, büyük spor olaylarının var olan turizm ürünlerini arttırdığı bir gerçektir. Neticede, elde edilen faydanın ana kaynağı olan organizasyon odaklı ziyaretçiler oyunlara aday olup olmama konusunda karar verme sürecinde etkilidirler.

Büyük spor olaylarının öncelikli etkileri 3 unsurdan kaynaklanmaktadır: organizasyon komitesinin tüketimi, turizm ve ihracatlar, altyapı yatırımları. İhracat ve turizm her ikisi de bölgesel ekonomiye yeni dolarlar getirir. Bu yüzden, ülkenin kültürünü tanımak ve güzelliklerini görmek için gelen ziyaretçiler de ihracat malı olarak düşünülebilir. Turizm, büyük spor olayı boyunca otonom paranın geldiği ana kaynaktır. Çok iyi planlanmış bir turizm stratejisi olay sonrasında da turizmin devamını sağlar. Çünkü binlerce turisti olay sonrasında da şehri ve bölgeyi ziyarete iten yeni spor tesisleri değildir. Büyük spor olaylarının turizm odaklı ekonomik etkileri arttırdığı gerçektir. Yine de en büyük etki ev sahibi şehir ve bölgede görülmektedir.

Preuss (2005) olay odaklı turistlerin bölgesel etkilerini aşağıdaki denklemlerle tanımlamıştır (67).

$$\Delta Y = x_a - x_b + \Delta x_K + \Delta x_{H,G}$$

Olay odaklı turistlerin bölgesel ekonomik etkisi (ΔY) şu şekilde hesaplanabilir: bölgedeki tüm ilave turistin tüketimi (x_a) eksi olaya bağlı olarak gerçekleşen kalabalık dolayısıyla şehirden ayrılanlardan kaybedilen tüketim (x_b) (fırsat maliyeti) artı şehir sakinlerinin tüketimlerdeki değişiklik (Δx_K) ve her şeye rağmen şehirde kalacak ziyaretçilerin tüketimlerdeki değişiklik ($\Delta x_{(H,G)}$). Daha detaylı olarak, 1. denklemden ihracat (X) da şu şekilde tanımlanabilir: gün sayısı (t) çarpı ziyaretçi sayısı (X) çarpı tüketim özellikleri (CP).

O halde denklem şu hali alacaktır:

$$\Delta Y = CP_a * t_a * x_a - CP_b * t_b * x_b + \Delta CP_K * t_K * x_K + \Delta CP_{H,G} * t_{H,G} * x_{H,G}$$

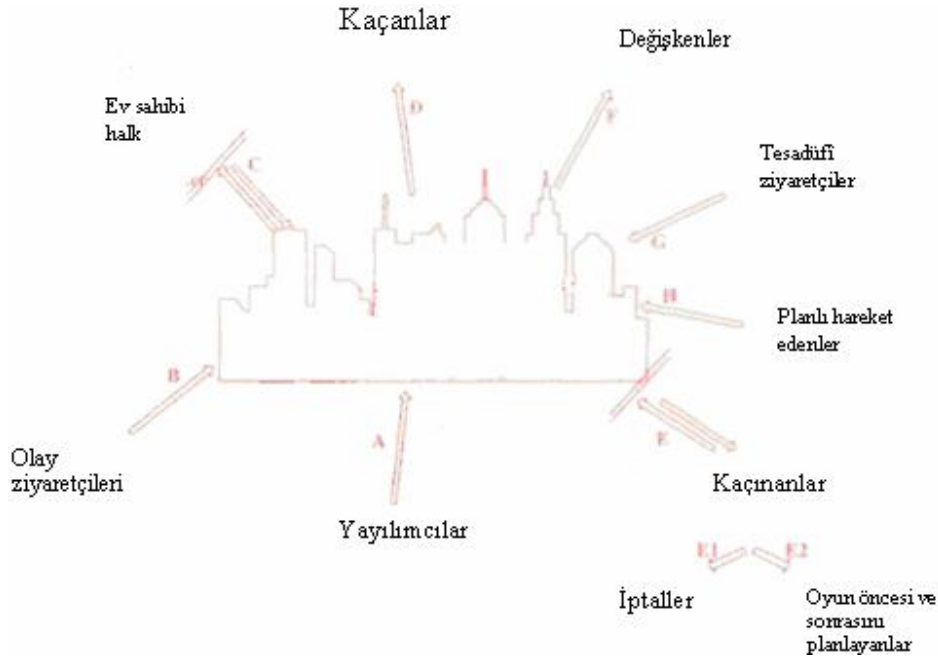
Preuss bu metodu kullandığı Manchester 2002 eyalet oyunlarında bölgeye gelen ve bölgeden ayrılan farklı insan gruplarının olduğunu (i) bu grupların da farklı tüketim özellikleri (j) olduğunu görmüştür.

Denklem son olarak şu hali almıştır:

$$\Delta Y = \sum_{i=A}^C \sum_{j=1}^J CP_{(i,j)} * t_{(i,j)} * x_{(i,j)} - \left(\sum_{i=D}^{E1} \sum_{j=1}^J CP_{(i,j)} * t_{(i,j)} * x_{(i,j)} \right) + \Delta \sum_{j=1}^J CP_{K(j)} * t_{K(j)} * x_{K(j)} + \left(\Delta \sum_{i=E}^H \sum_{j=1}^J CP_{(i,j)} * t_{(i,j)} * x_{(i,j)} \right)$$

Olay boyunca şehir sakinlerinin tüketimi elde para tutma veya daha fazla harcamalarına bağlı olarak olay sonrası dönemlerde telafi edilebilir. Uzun dönemde şehir sakinlerinin marjinal tüketim oranları değişmeyecektir ve bu yüzden şehir sakinleri odak noktası değildirler (67).

Şekil-17 Olimpiyatlar Boyunca Olay Odaklı Ziyaretçilerin Hareketleri (67)



3.3.7 Sidney Oyunları'nda Medya ve Yeniden Konumlandırma

Oyunların medyanın ilgisini çekmeye başlamasıyla farkına varılan ilk şey bu ilgiyi en kısa zamanda olumlu olarak kullanabilmektir. Teknolojik gelişim bu sonuca ulaşmak için önemlidir ama daha önemlisi dünyanın dört bir tarafından gazetecilerin Avustralya'nın belirli yerlerini tanıtmaya değer bulmalarıdır. Böylelikle ülke yaratılan yeni imajla yeniden konumlandırılacaktır (15).

Yeniden konumlandırma stratejisinin 2 anahtar taktiği vardır: Yazılı Basın ve Ziyaretçi gazeteci programı, Sponsor ilişkileri programı

3.3.7.1 Yazılı Basın ve Ziyaretçi Gazeteci Programı

Sidney’de gerçekleşen Olimpiyat Oyunları’nın Avustralya gazete ve dergileri üzerinde çok büyük etkisi olmuştur. Günlük gazeteler ve pazar gazeteleri olimpiyat haberlerine ve olimpiyatlarla ilgili makalelere daha geniş yer vermiştir. Diğer taraftan gazetelerin normal haber sayfaları küçülmüştür çünkü tamamıyla olimpiyatlara odaklanılmıştır. Ya da gazeteler yine aynı düzende basılsa da yanında olimpiyat gazetesi eki de basılmıştır. Sydney Morning Herald buna en güzel örnektir. Olimpiyatlar süresince haberler ve reklamlar eskiden olduğundan daha az yer kaplamıştır. Olimpiyatlar boyunca 4 Sidney gazetesi sabah, öğlen ve akşam basılmıştır: Daily telegraph, Sydney Morning Herald, Sunday telegraph ve Sun Herald. Olimpiyat Oyunları boyunca yazılı basının en büyük sürprizi popüler alman dergisi Bild’ ın Sydney basımının gerçekleşmesi olmuştur. Bild dergisi gündüktür ve 2 Avustralya dolarına satılmıştır. Gazete ve dergilerin olimpiyatlar için yaptıkları düzenlemeler ve çıkardıkları ekler satışların artış göstermesiyle de desteklenince fiyatlar da yükselmiştir. Örneğin; Weekend Australian \$1,85’den \$1,90’a çıkmış Sydney Morning Herald 10c artmıştır (44).

Avustralya Turist Komisyonu 1989’dan beri ziyaretçi gazeteci programı uygulamaktadır. Oyunlardan dolayı medyanın ilgisini çekmek için 1996–2000 dört yıllık döneminde bu programa ayrılan bütçe A\$12 milyon arttırılmıştır. Program kapsamında, yazılı ve görsel basından dünyanın her tarafından gazeteciler ülkenin filmlerini çekmeleri veya yazmaları için işe alınmışlardır. ZGP’ndakiler gazetecilerle birlikte hareket etmişlerdir. Gazeteciler onların işlerini desteklemek için altyapı bilgiler ve görsel öğeler sağlamışlardır. Oyunlardan 2 yıl önce bu program altında Avustralya’ya her gün hemen hemen 2 gazeteci gelmiştir. Bu programın sonucu olarak Avustralya A\$2,3 milyarlık medya kazancı elde etmiştir. Oyunlar öncesi oluşan aşırı ilgiden dolayı Avustralya, özellikle Sidney, olimpiyatlar süresince medya akını beklemiştir. 6000 resmi yazılı basın

ve 12000 resmi görsel basın ve teknik ekip beklenmiştir. Basın özellikle olimpiik sporlara odaklanacaktı ama hikâyelerini tamamlayıcı unsurlara da ihtiyaçları vardı. Bu ihtiyaca uygun olarak, ZGP olimpiik tv/radyo ekipleri için video, fikir, bilgi sağlamak üzere Sidney olimpiik yayın organizasyonuyla birlikte çalışmıştır (15).

Ancak resmi medyadan daha önemli olduğu düşünölen bir başka grup söz konusudur: resmi olmayan medya. Oyunlar esnasında Sidney'e 15.000 in üzerinde resmi olmayan basının gelmesi beklenmiştir. Resmi olan meslektaşları gibi onlar da evlerine çeşitli hikayelerle dönecek olsalar da resmi medyanınkilerle aynı değerde olmayacaktır. Tesis yetersizliği ve onlara verilen desteğin azlığı bu gazetecileri olumsuz hikayeler yazmaya sevk etmiştir.

Bu olumsuz olasılığı bertaraf edip bir medya merkezi yaratmak için, özellikle resmi olmayan basın için, ZGP diğer acentelerle bir ilişki kurmuştur. Merkez Darling Körfezine kurulmuştur, şehir merkezine ve olimpiyatların gerçekleştiği alanlara yakındır. Oyunlar esnasında her gün 15,5 saat açık kalmış ve toplantı odaları, basın konferansları, internet iletişimi sağlanmıştır. Verilere henüz ulaşılmasa da merkez oyunlar boyunca çok yoğun olmuş ve bu hizmetten memnun kalındığı ifade edilmiştir. Oyunların gerçekleştiği dönemin kendisi medyayla işbirliğini uyaran tek fırsat olmamıştır. Meşalenin yanmasının naklen yayını da bir fırsat yaratmıştır. Bu naklen yayının her şeyden önce yerel medyayı çekmesi beklenmiştir. Daha sonra bu önemli görselliklerin uluslar arası medyayı çektiği fark edilmiştir. Bu yüzden meşale koşusu şehir merkezinden başlamıştır - Uluru'dan (Ayre Kayasından)-dünyanın en büyük monolithi ve Avustralya'nın bir ikonu (15).

Oyun sonrası dönemde de medyanın olumlu etkisinden yararlanabilmek için planlama yapma gereği duyulmuştur. Çünkü medya ve kamu kesimi Sidney Olimpiyatları Organizasyon Komitesinin faaliyetlerinin gizliliği konusunda

hemfikirdirler. Olimpiyatlar her ne kadar kent insanları tarafından desteklense de gizlilikten dolayı tepki toplamış ve olumsuz imaj yaratmıştır. Bu olumsuz imajdan da sıyrılmak amacıyla oyunların birinci yıl dönümünde festival düzenlenmiş ve medyanın tekrar dikkatini çekmek amaçlanmıştır (13).

3.3.8 Sidney Oyunları'nda Televizyon Etkileri

Olimpiyatlar boyunca belki de en önemli çalışma Sidney Olimpiyatları'nı yayınlamak için yüz milyonlarca hatta milyarlarca dolar ödeyen televizyon yayıncıları tarafından yürütülmüştür. Televizyon yayıncılarına başka bir ulusal turist ofisi gözüyle bakılmaktadır. Dolayısıyla televizyon yayın hakkı sahipleri çalışmalarımız içerisinde belki de en önemli hedefdir. Onların olimpiyatlar boyunca milyarlarca insana şehir ve ülke hakkında sunacakları haberler, yorumlar, filmler ve hikayeler bizim için önemli olduğu kadar kritiktir de. Çünkü onlar şehir ve ülkenin ya bir marka olmasını sağlayacak ya da ulaşmak istediği global imajına taş koyacaklardır. Oyunlardan sonrasını da düşünürsek medya bizi milyarlarca insana doğrudan ulaştıracaktır. Avustralya Turist Komisyonu bu yüzden oyunların 12 ay öncesinden itibaren 100 yayın hakkı sahibini ağırlamıştır. Bunlardan en önemlisi Amerika patentli NBC'dir. NBC sadece olimpiyat oyunlarını yayınlamaz aynı zamanda takımın bir parçasıdır. NBC spor başkanı Dick Ebersol'a göre insanlar sadece olimpiyatları değil olimpiyatların gerçekleştiği ülke ve şehri de merak etmektedirler. NBC bu yayın anlayışıyla hareket etmiştir ve oyunlardan sonra yerel halkın bile kendi ülkesini yeterince tanımadığı ortaya çıkmıştır (59).

2000 yaz olimpiyatlarında NBC, CNBC ve MSNBC kablolu kanallarında 172 saatlik bir yayın programı planlamıştır. Eylül ayında Avustralya Sidney'de gerçekleşecek olan oyunların bir kısmı ilk kez bir kablolu kanalda gösterilecektir. Daha önce kış olimpiyatlarında bu gerçekleşmiştir. NBC daha önce 1992 Barselona Olimpiyatlarında bir yayın deneyimi yaşamış ancak bu deneyim

fiyaskoyla sonuçlanmıştır ve \$100 milyon kaybetmiştir. General Electric Co.'nin bir birimi olan NBC, 1995 yılında 2008'e kadar olan tüm Yaz ve Kış Olimpiyatlarının televizyon haklarını almak için \$3,5 milyar dolar üzerinde harcamıştır. Bu fiyat etiketi oldukça yüksek olmakla birlikte CBS Cor.'nin National Collegiate Athletic Association basketbol şampiyonası turnuvalarıyla 11 yıllık anlaşmasının \$6 milyar dolar tutmasının yanında sönük kalmaktadır. NBC Kablolu kanalarındaki yayınlarıyla elde edeceği ilave gelirlerin maliyetin karşılanmasına destek olacağını düşünmüştür. CNBC ve MSNBC aboneleri için uzun dönem yenilenme anlaşmaları hazırlanmıştır. Bu anlaşmalarda aşırı lisans fiyatı artışları planlanmıştır. CNBC üyelerinden aylık 20 cent ve MSNBC üyelerinden aylık 18 cent alınırken maliyetleri karşılamak amacıyla 2008'e kadar CNBC üyelerinden aylık 39 cent, MSNBC üyelerinden aylık 32 cent talep edilmesi uygun görülmüştür. Sonuçta, NBC'nin planı yeni lisans anlaşmalarıyla 10 yılda yıllık \$100 milyon kazanmayı amaçlamıştır. Kanallarla yeni anlaşma imzalayan şirketler arasında Hughes Electronics'in şubesi olan 15 milyon aboneli ülkenin en büyük kablo operatörü AT&T Corp. ve General motor Corp.'ın bir birimi olan kablolu yayın hizmeti Direct TV. de vardır. Bununla birlikte, bazı kablolu operatörler fiyat artışlarından dolayı anlaşmaya direnmişlerdir. CNBC'nin prime time da yayın yaparken MSNBC'nin gün boyu yayını sürdürmesi planlanmıştır. (ABD) Boks, beyzbol ve tenis gibi sporları içeren 30 dan fazla final kablolu yayında olacaktır (27).

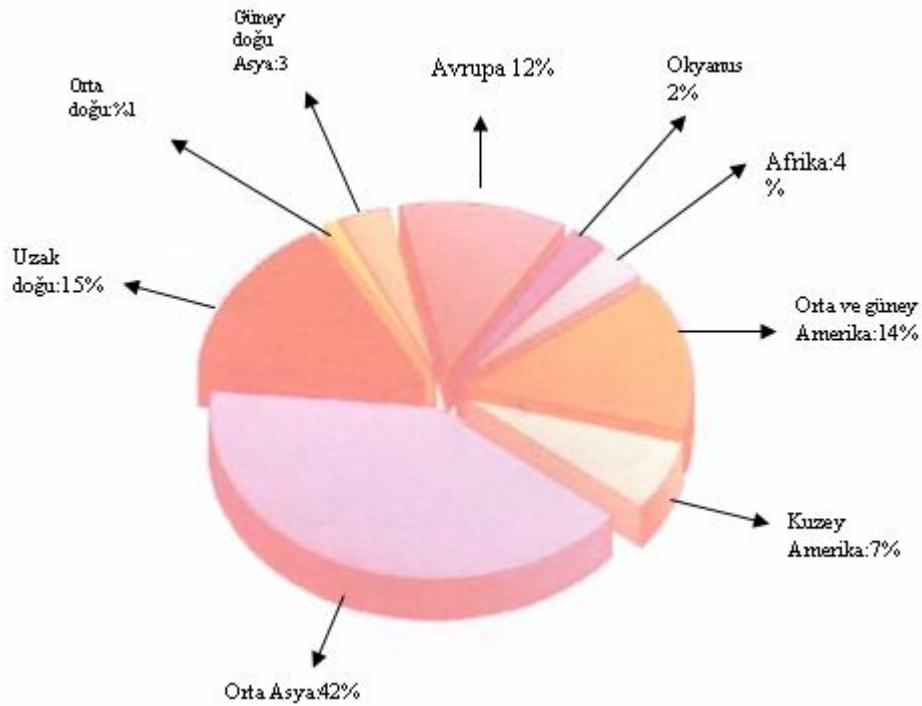
Brüt satışların 24 milyon doları oyunların prime time yayınından gelmiştir. NBC'nin prime time yayınında 30 saniyelik bir reklam 1996 yılında 420.000 dolar iken olimpiyat yılında 615.000 dolara gitmiştir. Büyük bir reklam pazarı tarafından desteklenen NBC 2000 Olimpiyatlarının yayını için brüt satışların \$900 milyona vardığını kaydetmiştir. Sonuç beklenenden daha iyidir. NBC satış müdürü Keith Turner'a göre yaklaşık \$780 milyon satış tahmin edilmiştir. NBC oyunları kablolu kanalları olan CNBC ve MSNBC de yayınlamakla reklam miktarlarında olacak artışı da hesaba katmıştır. Bu üç kanal paket halinde sunulsa da asıl büyük geliri sağlayan prime time yayınları olmuştur. Ayrıca NBC Sidney

Olimpiyatları'nın yayın hakkı için 705 milyon dolar ödemiştir ve yapım maliyeti de 125 milyon dolara çıkmıştır. NBC'ye göre reytingler yüksek olacaktır. Çünkü 2002'ye kadar 74 milyon CNBC abonesinin 80'e, 59 milyon MSNBC abonesinin 70'e çıkacağı tahmin edilmiştir. Bu abone ücretlerinin NBC'ye \$1,5 milyar kazandırması hesaplanmıştır (28).

Tedesco (2000)'e göre ise oyunların final haftası en iyi ve en kötü NBC Yaz Olimpiyatları yayını gerçekleşmiştir. Amerikalı sporcuların karıştığı doping skandalı reytingleri olumsuz etkilemiştir. NBC Yaz Olimpiyatları reytingleri beklenenin altında olsa bile hala bir başarı modeli olarak görülmektedir (78).

Sidney 2000 seyircisi toplamda 6,7 milyon bilet satın almıştır ve oyunların 3,7 milyar televizyon seyircisi tarafından seyredildiği vurgulanmıştır. Sidney 2000 Olimpiyatları'na yaklaşık 24000 medya üyesi gelmiştir. 70000 metre karelik Sidney yayın karargâhında 12000 televizyon personeli çalışmıştır ve 300 müsabakayı içeren 3500 saatlik yayın yapılmıştır. Sydney 2000 220 ülkede yayınlanmıştır ve toplamda 36,1 milyar saat izlenmiştir. 4800 den fazla akrediteli gazeteci ve 1100 den fazla akrediteli fotoğrafçı gece gündüz Sidney Olimpiyat parkındaki ana basın merkezinde çalışmıştır. 3000 den fazla resmi olarak tanınmamış gazeteci de Darling Körfezindeki basın merkezine kayıt yaptırmıştır (76).

Şekil-18 2000 Olimpiyatları Toplam İzlenme Saatleri (77)



Sidney Olimpiyatları'na televizyonda toplam 29.600 saat yer verilmiştir. Bu rakam 1220 güne denktir. Oyunlar Kanada'da CBC tarafından yayınlanmıştır. Kore'de KBS, MBC ve SBS tarafından yayınlanmıştır. Avrupa'da BBC tarafından yayınlanmıştır. Almanya'da ARD, ZDF ve 3sat tarafından yayınlanmıştır. 8,7 milyondan fazla ziyaretçi olympics.com u ziyaret etmiştir ve site olimpiyatlarla ilgili haberlere ulaşılabilmesi için 11,3 milyar kez tıklanmıştır (7).

Olimpiyatlar dünyanın dört bir yanında televizyonlarda yayınlanmaktadır. Dolayısıyla pazarın büyüklüğünü tahmin etmek de zor olmayacaktır. Kanallar yayın hakkını alabilmek için yarış halindedirler ve çok büyük paralar dönmektedir. Örneğin; NBC Sidney 2000'den 2008 olimpiyatlarına kadar UOK'ne yayın hakları için \$3,5 milyar ödeme yapacaktır (85).

3.3.9 Sidney Oyunları'nda Sponsorluk Faaliyetleri Etkileri

Olimpiyat oyunları tartışmalı olarak dünyanın en büyük spor ve kültür olayıdır ve dünyadaki en büyük gösteri olarak kabul edilir. Her dört yılda bir gerçekleşen olimpiyatlarda sponsorluk birçok şirket için pazarlama iletişim aracı olarak büyük önem taşır (81). Oyunları finanse etmek ve pazarlamak tartışmaya yol açan bir konudur ve tüm ev sahibi kentler için bu büyük olay finansal risk taşır (10).

Sponsorluk olay yönetiminde kritik bir konu ve spor pazarlamasında incelenmesi gereken asıl nokta olmuştur. Sponsorluk artık büyük olayların önemli bir parçası haline gelmiştir ve yatırımlarından maksimum kazanç elde etmek için yeni yollar arayan olimpiyat ortakları için devamlı bir sorumluluktur (8).

Büyük olaylar ekonomik yeniden yapılanma politikalarının ayrılmaz bir parçasıdır. Ekonomik terimlerle olimpiyatlara ev sahipliği yapmak oldukça yüksek spekülasyon bırakır. Montreal hariç Sidney Olimpiyatları'na kadar son 30 yılda her olimpiyat kara dönüşmüştür. Bunun nedeni Münich 1972'den beri bütçedeki maliyetlerin operasyonel maliyetler ve altyapı maliyetleri olarak ayrılarak hesaplanmasıdır. Sidney 2000 Olimpiyatları'ndan elde edileceği düşünülen kar tahmin edilen A\$1692 milyonluk (reklam, medya, bilet satışları, hediyelik eşya) gelirden sadece A\$50 milyon fazladır. Buna zıt olarak, Peat Marwick tarafından yapılan bağımsız bir çalışmada oyunların Avustralya ekonomisine \$7.3 milyarlık katkıda bulunacağı tahmin edilmiştir (87). Bu çelişkili bulguların ortak noktasının kar olduğu gerçeğinden yola çıkarak sponsorlar kendi fırsatlarını yaratmak için harekete geçmişlerdir.

Sadece yakın dönemdeki sponsorluk harcamalarının büyüklüğüne dikkat edilirse 1995-1996'da harcamalarda % 15 artış olmuş ve 1996-1997 döneminde bu artışa % 7'lik bir artış daha eklenmiştir. Toplamda dünya çapındaki

organizasyonlar \$15,3 milyar sponsorluk harcaması yapmıştır. Avustralya'da 1991'de Avustralya Ticari Ekonomik Danışmanlık Hizmeti harcamaların \$253 milyonu aştığını belirtmiştir. Bu rakam 1997'de \$700 milyonu bulmuştur. İlginçtir ki Sidney 2000 Olimpiyat Oyunları'nda SOOK'nin sponsorluk bütçesine bakıldığında bu rakam düşüktür. Sidney Olimpiyat Oyunlarına sponsor katılımı beklenenden fazla olsa da bütçe \$200 milyon yetersiz kalmıştır. Sponsorlar genellikle sponsorluk katkıları için eşit miktarlarda harcama yaparlar ve bu yüzden toplam harcama Sidney için \$500 milyonu aşmıştır (12).

Olimpiyat Oyunlarının sponsorluk hakları UOK'nin sponsorluk paketleri ile uluslar arası ve yurt içi bazda satılmıştır (Olimpiyat Sponsorluğu Programı). Sponsorluk hakları dört farklı seviyede görüşülüp satılabilir: UOK, SOOK, Ulusal Olimpiyat Komitesi, Özel Spor Yönetim Kurulları (Athletics Australian). Olimpiyat promosyonları hem özel sponsorlar hem de UOK ve SOOK gibi olimpik otoriteler tarafından üstlenilebilir (81). UOK ulusal seviyede pazarlamada önemli rol oynamaya devam etmektedir çünkü pazarlama desteği vermek ve programları geliştirmek için gerekli fikirleri sağlar. Bununla birlikte, UOK ve partnerleri arasında uzun dönemli ilişkiler kurma arzusunda temel bir fark vardır. Medyanın da belirttiği gibi sponsorlar olimpiyat organizasyon komitelerinden nefret ederler. Oyunlar bittikten sonra sponsorların hala koşturacak işleri vardır ama organizasyon komitesinin artık işi bitmiştir (8).

Tablo-20 Sidney Olimpiyatları Sponsorları

TOP Partnerleri	Milenyum Takımı Olimpik Partnerleri	Destekçiler	Tedarikçiler	
		2UE/ABC Radio	Avis	Ramler
		Adecco Lyncroft	Balsam Pacific	Rogen Australia
		Arthur Anderson	Buspak	Saunders Design
Coca-Cola	AMP	Bonds	Cadbury	Schenker Int'l
		Bonlac	Cleanevent	Show Power
Fuji Xerox	Ansett Australia	Boral	Clipsal	Speedo Australia
IBM	BHP	CUB	Crown Lift Trucks	Surveyor-General's dept of NSW
John Hancock	Energy Australia	Dunlop	Diamond Press	Val Morgan
		Goodman Fielder	Frazer Nash	Visy
McDonald's	Fairfax	Goodyear	Generale Location	Waste Services NSW
		Nike	George Weston Foods	Woolcott Research
Panasonic	News Ltd.	Perth Mint	Gerard Industries	Wool mark
		Robert Timms	Great White Shark Enterprises	
Sports Illustrated/Time Inc.	Seven Network	Royal Australian Mint	Harley Davidson	
		Shell Australia	Lindemans Wines	
United Parcel Services	Swatch	Sleepmaker	Linfox	
		Street Ice Cream	Mistral	
Visa	Telstra	TAFE NSW	Olex Cables	
		Traveland	P&O Services	
	Westfield	Tyco Int'l	Pacific Waste Management	
	Westpac			

AMP resmi bir sigorta şirketi olmakla beraber işlerinin % 80'ini yatırım hizmetlerinden kazanır. Özellikle yaş sınırından dolayı emekli olanlara hizmet

verir. AMP çalışanlar için bir tanınma programı olan “şampiyonlar”ı hazırlamış ve bu program dahilinde onlara bilet sağlamıştır. Ayrıca 200 çalışanına meşale yürüyüşünde flamayı taşıma fırsatı yaratmıştır. Hem müşterilerine hem de çalışanlarına bu büyük organizasyona katılım şansı yaratmıştır. AMP'nin finansal katkısına gelince; AMP SOOK için sigorta poliçesi ve SOOK çalışanlarına emeklilik hizmeti sağlamıştır. Ayrıca oyunlardan bir yıl önce “Ignite the dream tour” adıyla 143 şehri içeren 30000 km.lik ulusal bir tur düzenleyerek halkın olimpiyat bilincini uyandırmıştır. Bu tur vasıtasıyla ürünlerini de tanıtmaya fırsatı yakalamıştır. Ayrıca Sidney'in merkezinde, tepesinde olimpiyat sembolleri olan ve geriye doğru sayan bir saati olan AMP kulesi inşa edilmiştir (8).

Olimpiyat sponsorları sponsorluk yatırımlarından olumlu sonuçlar alabilmek için önemli medya satın alımları yapmak zorunda olduklarını fark etmişlerdir. Sponsorların medya kampanyaları onların olimpiyat sponsorları olduklarının da altını çizmelidir.

Diğer bir ana sponsor olan Ansett Australia ülkenin 2 büyük havayolundan biridir. Ansett daha çok yurtiçi çalışmaktadır. Ancak Asya'ya da uçuşları olsa da 1990'da \$3,5 milyarlık yıllık gelirinin \$3 milyarını yurtiçinden kazanmıştır. Ansett Sidney 2000 Oyunları için resmi bir havayolu takımı kurmuştur (OHT-Olimpik Havayolu Takımı) ve altı uluslar arası havayolu ile anlaşma yapmıştır. Bunlar; Air New Zealand, Lufthansa, Malaysia Airlines, South African Airways, Thai International Airways, United Airlines'dır. OHT 120 ülkeye hizmet vermiş ve 2000 yılına kadar yarım milyar sponsoru, resmi görevliyi, medya çalışanlarını ve seyirciyi taşımıştır. Ayrıca Ansett OHT programı kapsamında uçuşlarda bilet kazanma uygulaması yapmıştır. Bir başka sponsor da Global Rewards'ın Westpac Visa kredi kartıdır. Bu kredi kartıyla harcanan her bir dolara bir uçuş puanı verilmiş ve her yeni kart üyeliğiyle Avustralya Olimpiyat Takımına \$10 bağış sağlanmıştır. 1997'de 65.000 eski üye yeni kartlardan almış ve 50.000 yeni üye eklenmiştir (8). Sonuç olarak, Ansett Australia'nın oyunlara katkısı büyük olsa da yapılan araştırmalarda insanlar tarafından Qantas'ın sponsor olduğunun

algılandığı görülmüştür. Çünkü Qantas uluslar arası bir havayolu şirketidir ve olimpiyat oyunları dünya çapında bir organizasyon olarak algılanır (75).

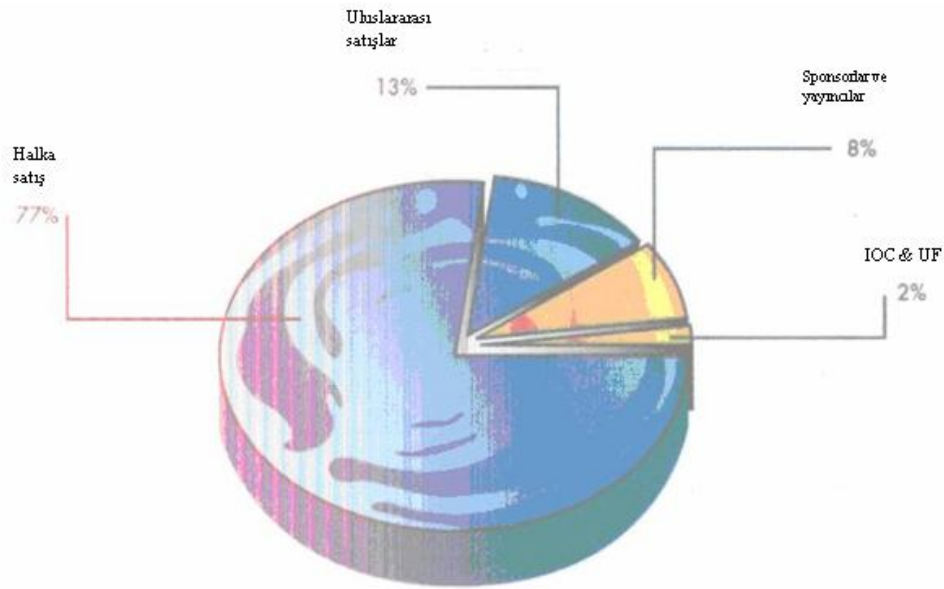
Bir çok sponsor ucuz reklam yapabilmek, reklamlarında Sidney ve Avustralya'nın imajlarını inşa etmek için ziyaretçi gazeteci programına katılmıştır. Sadece Visa A\$30 milyon üzerinde şehirle ilgili harcama oluşturmuştur. Benzer olarak, Kodak Amerika'da yeni film ve kameralarının promosyonunu yapmak için Avustralya imgelerini kullanarak promosyon başlatmıştır. ZGP sponsorlarla birlikte oluşturdukları reklamlara A\$160 milyonluk değer biçmiştir (15).

Olimpiyatlardan sonra sorgulanması gereken olimpiyatlara ev sahipliği yapmanın sonucu olarak kazanılanlardan yararlanmaktır. Yeniden konumlandırma stratejisinin etkilerini belirlemek için, ZGP uluslar arası pazarlarda denetim yapmıştır. Bu denetim yüz yüze araştırma şeklindedir. İnsanların Avustralya'yı ziyaret etme maksatları, Avustralya'yı algılayış tarzları araştırılmıştır. Ayrıca bu araştırma medyanın oyunlar boyunca etkisini belirlemek için olimpiyatlarla ilgili sorular da içermektedir. Sonuç olarak elde edilen veriler yeni reklam ve halkla ilişkiler kampanyaları için kullanılmaktadır.

3.3.10 Sidney Oyunları'nda Bilet Gelirleri

Sidney 2000 o zamana kadar olan olimpiyatlar arasında bilet satış rekoru kırmıştır. 7,6 milyon mevcut biletlerden ayrı olarak 6,7 milyon bilet satılmıştır. Yani biletlerin % 92,4'ünden fazlası satılmıştır. Bilet satış dağılımı Şekil 19'daki gibidir.

Şekil-19 Sidney 2000 Bilet Dağılımı (76)



Sidney 2000 biletlerinin yaklaşık % 90'ı kamu satışı aracılığıyla satın alınmıştır: (% 77 Avustralya kamu satışları, % 13 internet satışları). Sidney 2000 bilet satışından AU\$787 milyon kazanılmıştır. Bu rakam hedeflenen gelirin 3 katıdır.

Sidney 2000 biletlerinin Spora göre satış yüzdeleri (ilk 10) (76)

Açılış seremonisi % 99,77

Kapanış seremonisi % 99,73

Atletizm % 99,70

Triatlon % 99,38

Jimnastik-Ritmik % 99,32

Tekvando % 98,94

Yüzme % 98,83

Hentbol % 98,78

Tenis % 98,14

Bisiklet – track % 97,82

Sidney 2000 biletlerinin spora göre elde edilebilir sayıları (ilk 10) (76)

Atletizm 1,530,683

Futbol 1,393,592

Hokey 539,817

Basketbol 421,385

Voleybol 298,494

Beysbol 282,604

Hentbol 200,415

Yüzme 198,790

Binicilik-3 gün 188,966

Tenis 175,627

3.4 2004 ATINA OLİMPİYAT OYUNLARI'NIN EKONOMİK ETKİLERİ

Olimpiyat Oyunları bir şehrin organize edebileceği en büyük olaylardan biridir. Olimpiyat Oyunlarının büyüklüğü ve hazırlık aşaması için gerekli aktiviteler ve olimpiyatlara ev sahipliği yapmak tamamlanması yıllarca sürecek değişiklikleri destekleyen kentsel yenilenme ve gelişim bir katalizör olarak hareket eder. Dolaysız bir sonuç olarak, gerçekleştirilen yatırımlar ve şehrin yeniden yapılanması bölge ve çevresinde güçlü bir etki yaratır.

Olimpiyat Oyunları gerçekten dünya çapında etki yaratan büyük bir olaydır. Dolayısıyla bu büyük olaylardan yerel etkinin ötesinde, ülke ve bölgesel düzeyde etki beklenebilir. Bu etkiler üç alanda incelenebilir:1) Olimpiyat öncesi ve sonrası etkilerle olimpiyatlar boyunca görülen etkiler 2) teknolojiyi etkileyen mekanizmalar: sermaye stoğu, istihdam ya da tüketim davranışları 3) başarıya götüren sosyal etkileşimler. Olimpiyat öncesi dönemde yatırımların artması olasıdır. Ancak yatırımların özel ya da kamu yatırımı olması önemlidir. Olimpiyatlar boyunca tüketim harcamaları da artar. Turizm faaliyetleri harcamaları teşvik eder. Büyük olaylardan sonra yerel ekonomi artan altyapı kalitesinden ve talep şokundan faydalanabilir. 2005 yılı itibariyle büyük olayları organize etmek yaklaşık 10 milyar dolardan 20 milyar dolara kadar varmaktadır. Bu rakamların en az kısmını yaklaşık 5 milyar dolarla operasyonel maliyetler kaplar. Hem kamu hem de özel fonlar kullanılır, bazen de her ikisi birden kullanılsa da hala büyük finansal belirsizlikler vardır. Son yıllarda oyunların finansmanında tv yayın gelirinin ve sponsorlukların rolü artmıştır. Televizyon yayın gelirleri ve sponsorluklar cari operasyonel harcamaların yaklaşık % 70'ini karşılamaktadır (73).

En büyük olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapacak en küçük ülke olarak Yunanistan'a yeteri kadar güvenilmemiştir. Ancak oyunlar rekor kırmıştır. 2004 Atina Olimpiyat Oyunları'na 202 ülke katılmıştır. Atina 11.069 sporcuyu ağırlamıştır ki bu sayı şimdiye kadar gerçekleşen en büyük sayıdır. Ayrıca ilk defa bir olimpiyat oyununa bu kadar çok kadın sporcu katılmıştır ve ilk kez olimpiyat ateşi tüm kıtaları dolaşmıştır.

Oyunların ekonomik etki boyutu oyunların hem kendisi hem de paraya dönüşümü ile oluşur. 2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nın toplam gideri, hem işletme hem de sermaye, olimpiyatlarla ilgili, aktiviteler 11,274 milyar euroya eşittir. Bu maliyetin sadece % 20,1'i özel fonlar tarafından karşılanmıştır. Geri kalanı ise tamamen kamu sübvansiyonudur. Olimpiyat Oyunları küresel etki projesinin sınıflandırmasına göre (OOKE) giderlerin toplam miktarı şöyle

ayrılabilir: olimpiyat ilgili genel faaliyetlere yapılan para harcaması 6,025 milyar euroya eşittir, yani toplam miktarın % 53,4'ü, olimpiyat ilgili genel faaliyetlerdeki işletme harcamaları (operasyonel harcamalar) 0,619 milyar eurodur. Olimpiyat ilgili aktivitelere sonuç olarak toplamda 2248 milyar euro para harcanmış ve işletme gideri de 2382 milyar euroyu bulmuştur. Bu harcamaların büyüklüğü olimpiyat oyunlarının bölgesel ekonomiye ne kadar önemli etkisinin olduğunun kesin kanıtıdır (84). Olimpiyatlara hazırlık evresi olimpiyat alanlarının tamamlanması ve Yunan inşaat endüstrisindeki gider fazlası ve verimsizliklerle ilgili kaygılarla geçmiştir. Altyapı sisteminin gelişimi temelde kamu otoritelerince desteklenirken işletme maliyetlerinin yaklaşık % 20'si özel sektör tarafından desteklenmiştir. Bütçedeki işletme maliyetleri \$611 milyondan \$2,5 milyara erişmiştir. Yani altyapı maliyetleri orijinal bütçe tahminlerini % 30 aşmıştır (51).

Ek olarak, oyunların katalizör etkisi, olimpiyat faaliyetleri üzerine yapılan masraf tarafından bölünen olimpiyat ilgili faaliyetlere harcama oranı olarak tanımlanabilir. Kamu sektörünün rolü kritik önem taşır. Çünkü olimpik faaliyet harcamalarının % 95,6'sı kamu payıdır. Oyunların etkilerinin sürdürülebilirliği oyunları gerçekleştirmek için kullanılan tesislerin devamlılığı ile belgelenebilir. Olimpiyat tesislerinin yenilenmesi ve yeni inşaatlar için harcanan 1975 milyar eurodan sadece % 10.2'si geçici tesislere gitmiştir (84).

2004 Atina Olimpiyat Oyunları için yapılan bir diğer büyük harcama da güvenlik çalışmaları üzerine olmuştur. Oyunların finansman tahminlerinde yaklaşık \$1 milyar olarak görülen güvenlik harcamaları 11 Eylül saldırılarından sonra artmıştır (21). 2004 Atina Olimpiyatları'nda 11 Eylül Saldırılarından sonra yapılacak ilk olimpiyatlar olmasından dolayı daha önce eşi görülmeyen güvenlik önlemleri alınmıştır ve bu önlemler Yunanistan'a Sidney'in güvenliğe harcadığı paranın 4 katına, yaklaşık \$1,2 milyara mal olmuştur (47). Oyunların güvenliğinin bir parçası olarak keşif balonlarının kullanılması da maliyeti arttıran unsurlardandır. Ayrıca su altı algılayıcıları ve 1000 güvenlik kamerası

kullanılmıştır. Aynı zamanda 70.000 Yunan askeri ve polisi oyunlar için görevlendirilmiştir (11).

2004 Olimpiyat Oyunları'nın Yunanistan üzerinde kesin etkilerinin belirlenmesi için çok erken olmakla birlikte olumlu etkilerinin de artık yavaşlamaya başladığı söylenebilir. Örneğin; büyüme etkisi. 2005 yılında reel gayrisafi milli hasıla % 3,7 büyümüştür. Bu büyüme 2004 yılındaki % 5'lik büyüme oranına göre yavaştır. Bu yavaşlama oyunlardan sonra kamu yatırımdaki keskin azalmayı gösterir. Tüketimdeki büyüme de 2005 yılında biraz yavaşlamıştır. Yetersiz talep dış sektörlerle de etki etmiştir. İthalattaki büyüme 2004 yılındaki yükselişten sonra duraklamıştır. Sonuç olarak, net ihracat da çıktı büyümesine eklenmiştir. Bu süre içinde cari hesap açığı genişlemiştir (18).

2003 yılında ekonomi zayıf ihracatı telafi eden yerli taleple canlılık göstermeye devam etmiştir. Ancak, gayri safi milli hâsiladaki hükümet açığı % 3 artmıştır. Olimpiyatlarla ilgili yatırımlar sonlanınca etkinlik azalmış ama büyüme devam etmiştir. 2003 yılında gayrisafi milli hâsiladaki büyüme oranı % 4'ü aşmıştır. Bu büyümenin büyük kısmı yerli talepteki dalgalanmaya bağlıdır (31).

Yunan Yatırım Acentesi ELKE'nin genel müdürü Loukas Valetopoulos'a göre Yunanistan'ın 2004 Oyunları'na ev sahipliği yapacağı belli olur olmaz ülke yabancı yatırımcıların ilgisini çekmiştir. Örneğin; bir Birleşik Krallık şirketi turizm sektörüne milyar dolarlık yatırım araştırması yapmıştır. Çünkü Atina'nın yeni tesislere, limanlara, spa merkezlerine ihtiyacı vardır. İngiliz ve İtalyan yatırımcılar da eski konaklar ve saraylarla onları otel yapmak için ilgilenmişlerdir. Yunanistan'ın başlıca yabancı yatırımcıları Almanya, Amerika, İtalya ve Fransa olmuştur. Sadece 1997 yılında ülkeye gelen \$218 milyonluk yabancı dolaysız yatırımın \$165 milyonu da bu büyük yatırımcılardan gelmiştir. Kanadalı

Madencilik Şirketi TVX Gold Inc.ELKE'nin önerdiği şirketlerden biridir. Tek başına Yunanistan'a \$500 milyonluk yatırım yapmıştır (49).

Tablo-21 Yunanistan: Talep, Çıktı ve Fiyatlar (18)

Yunanistan: Talep, Çıktı ve Fiyatlar						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
	Cari fiyatlar, m ^r €	Yüzde değişmeler, (1995 fiyat değerleriyle)				
Özel tüketim	83.9	2.8	2.8	4.0	3.8	3.2
Kamu tüketimi	19.1	—1.0	5.8	6.0	2.3	0.9
Brüt sabit sermaye formasyonu ^a	28.7	6.5	5.7	12.6	7.6	5.0
Nihai yerel talep	131.7	3.2	3.9	6.3	4.6	3.3
Stoklama ^{b,c}	0.4	—0.2	0.1	0.1	0.0	0.0
Toplam yerel talep	132.1	2.9	4.0	6.3	4.6	3.3
Hizmet ve ürünlerin ihracatı	31.1	—1.0	—7.7	1.6	5.9	7.9
Hizmet ve ürünlerin ithalatı	41.5	—3.4	—4.7	10.2	7.3	5.9

Net ihracatlar ^b	—10.4	0.9	—0.4	—2.7	—1.1	—0.2
Pazar fiyatlarıyla GSYİH	121.7	4.0	3.9	4.2	4.0	3.5
GSYİH deflatörü	—	3.5	3.9	3.6	3.8	3.6
Hatırlatma maddeleri	—					
Uygun tüketici fiyat endeksi	—	3.7	3.9	3.4	3.3	3.2
Özel tüketim deflatörü	—	3.4	3.4	3.5	3.4	3.3
İşsizlik oranı	—	10.5	10.2	9.5	8.8	8.4
Genel kamu mali dengesi ^d	—	—1.4	—1.5 ^e	—3.0	—3.2	—2.9
Cari hesap dengesi ^f	—	—8.1	—7.6	—6.5	—6.5	—6.1

Yukarıdaki tabloda ‘a’ deniz aşırı çalışan gemiler hariç anlamına, ‘b’ Reel GSYİH’ daki değişmelere katkı anlamına, ‘c’ istatistiksel çelişki içerdiği anlamına,

‘d’ GSYİH yüzdesi olarak ulusal hesap esası anlamına, ‘e’ GSYİH yüzdesi olarak hesap görme esası anlamına gelir.

Olimpiyatlarla birlikte girişimcilikte patlama olmuş, küçük işyerleri stoklarını tüketmiş, yeni mal alabilmişlerdir. Ancak, olimpik harcamalar Yunanistan’ı bütçe açığına itmiştir ve inşaat sektörü gibi sektörler çok çabuk durgunlaşmıştır. Yunan hükümeti oyunları planlarken maliyete yakın bir tablo çizmiş, bu tabloda maliyet aşağı yukarı 9 milyar dolar olarak tahmin edilmiştir. Ancak maliyet 12 milyar doları bulmuştur. Atina Olimpiyat Oyunları en pahalı oyun olmamasına rağmen küçük bir ülke için ezici bir yükür. Yunan hükümeti borçlarını ödemek için özellikle turizm sektöründe oyunlardan Barselona etkisini beklemişlerdir. Ama çoğu ekonomiste göre sonuç Montreal 1976 etkisine yaklaşmaktadır. Montreal oyunlardan sonra finansal bir çöküşe sürüklenmiştir ve borçları 2006’ya kadar sürmüştür. Hellenic Foundation for European and Foreign Policy analisti Thanos Veremis’e göre hangi etkinin gerçekleşeceğini söylemek henüz zordur. Thanos Veremis’e göre büyük bir borçla ve kalkınmadaki yavaşlamayla ciddi bir resesyon olabilir. Ama oyunlar aynı zamanda altyapı gelişimini desteklemiştir. Eğer maliyetler tehdit edici olursa işte o zaman olimpiyatlar başarısızdı denebilir. Tüm gelişmelerin sonunda Yunanistan’ın kamu açığı gayrisafi milli hâsılanın % 100’üne yaklaşmıştır ve 2004’deki bütçe açığı % 3,2’dir. Bu rakam Avrupa Komisyonunda belirlenenin üzerindedir ve komisyon Yunanistan’a 3 aylık bir borç azaltma olanı tasarlatmıştır (25). Hükümet bütçe açığını azaltmak için harcamayı kesecektir. Amaç 2005’den sonra ekonominin eski hızına geri dönmesidir. Bunun için oyunların pozitif mirasının üzerine gidilmelidir. Örneğin; Atina taşıma sistemlerine yapılan büyük yatırım yıllarca verimliliğini koruyacaktır (26).

2004 Atina Yaz Olimpiyat Oyunları’nın kötü etkisi Yunan Hükümetinin bütçe açığının oyunları organize etmenin net zararlarına bağlı olarak ciddi derecede artmasıdır. Oyunların sonunda Yunan Organizasyon Komitesinin tahmin edilen bütçe açığı 8,6 milyar dolara ulaşmıştır. Operasyonel maliyetlerin yalnızca

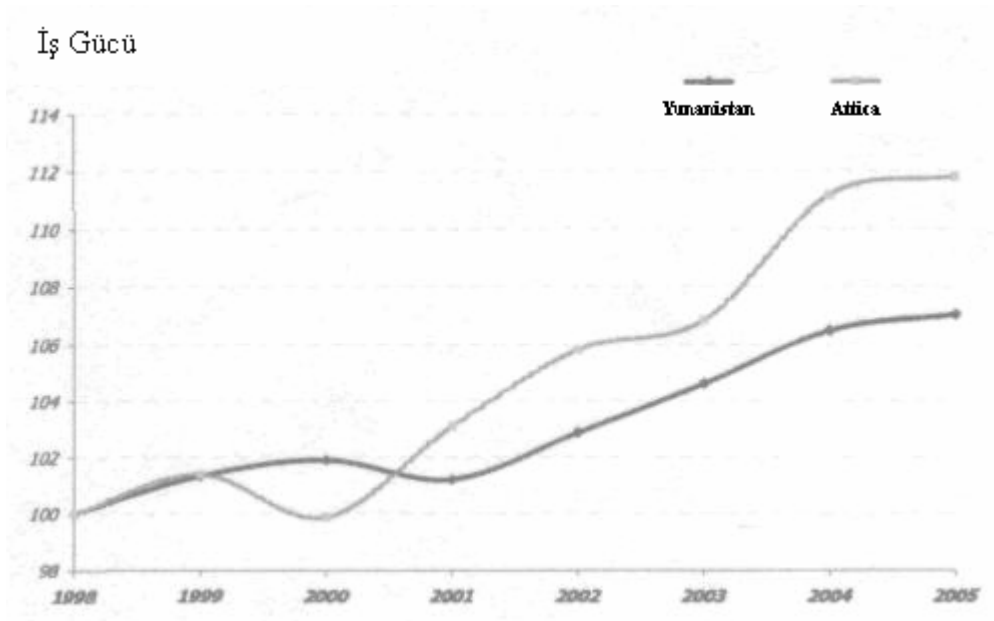
% 12'si yani yaklaşık 3 milyar euro Yunan kamu sermayesi ile karşılanmıştır ancak yeni tesisleşmedeki yatırımlar bu maliyetleri oldukça aşmıştır ve tamamen Yunan hükümeti tarafından karşılanmıştır. Dolayısıyla 2004 Atina Oyunları'nın bütçe açığı yaratma konusunda 1976 Montreal Oyunları'na benzediği söylenebilir (73).

2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nın sonunda UOK'nin başkanı Jacques Rogge “Yunanlılar kazandı” demiştir. UOK'nin resmi başkanı Juan Antonio Samaranch da Atina'nın inanılmaz ve şaşırtıcı bir olimpiyat hazırladığını ve Atina 2004'ün Beijing'e olimpik know-how ihraç ettiğini belirtmiştir (47).

3.4.1 Atina Oyunları'nın İstihdam Etkileri

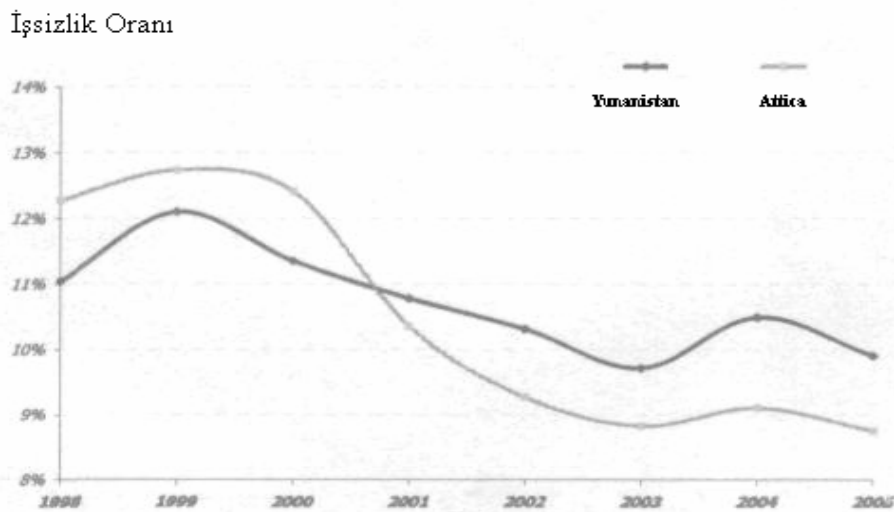
Ülke istihdamı 1998'de 4526 milyondan 4844 milyona çıkmıştır. Yani % 7'lik bir artış söz konusudur. Aynı dönemde Attica valiliğinde istihdam 1596 çalışandan 1784'e çıkmıştır, % 11,8 genişlemiştir. Rakamlardaki bu değişiklik olimpiyat oyunlarına yorulmuştur. Attica'nın istihdamının büyük bir kısmındaki artış oyunların gerçekleştiği yıldadır. Diğer bir deyişle, oyunlar Atina'da ilave istihdam oluşmasının en önemli nedenidir. Ayrıca bu artış oyunlardan sonra da devam etmiştir.

Şekil-20 Yunanistan ve Attica'da İşgücünün Görelî Değişim Endeksi
(84)



Hem Yunanistan'daki hem de Attica valiliğindeki işsiz yüzdesi 1999'da % 12'dir. Bu yüzde 2003 yılını takip eden yıllarda azalma eğilimi göstermiştir. Bu trend tüm ülkeye göre Attica'da daha şiddetlidir. Sonuç olarak, 2003 yılından 2005 yılına işsizlik oranı başkent bölgesinde % 9, ulusal seviyede % 10'dur.

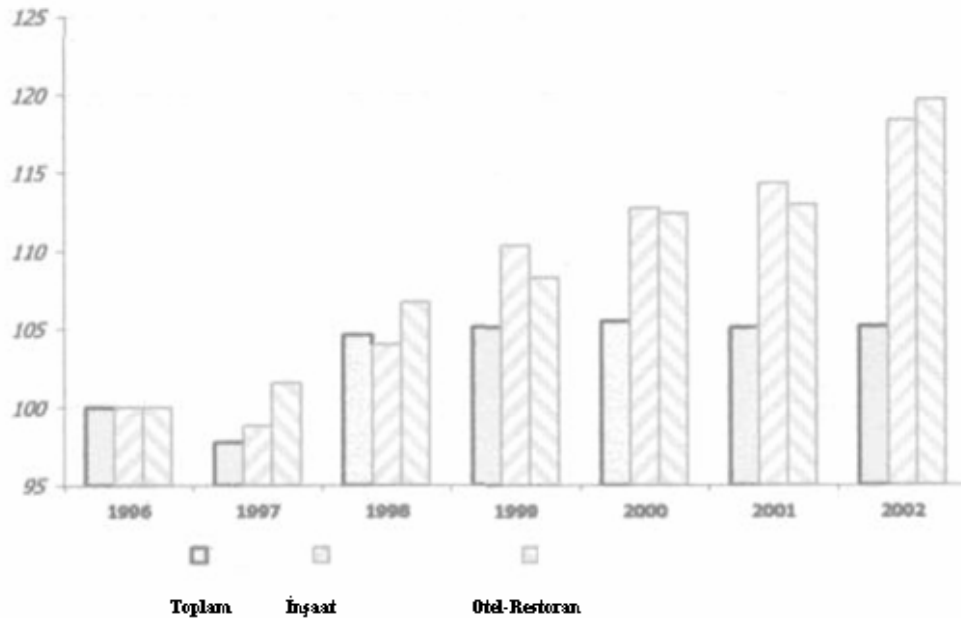
Şekil-21 Yunanistan ve Attica'daki İşsizlik Oranı (84)



Olimpiyatların ekonomik etkisi ulusal ekonominin özel sektörlerinin gelişimi ile doğrulanabilir. 1998–2002 dönemi için, ulusal ekonomide tam zamanlı çalışanların toplam miktarı sabittir, yaklaşık olarak 4000 kişi. Zıt olarak, tam zamanlı çalışanlar, olimpiyat ilgili sektörlerde yani okul, restoran, inşaat sektörlerinde önemli derecede artmıştır (84).

Şekil–22 Yunanistan’daki Tam Zamanlı Çalışanların Görelî Değişim Endeksi (84)

Tam Zamanlı Çalışanlar
Yunanistan



Daha detaylı olarak, 1996 yılında 252.000 olan inşaat çalışanı 2002 yılında 298.000’e çıkmış yani % 7,7 artmıştır. Otel ve restoranlarda çalışanlar ise aynı dönemde 194.000 den 232.000’e çıkarak % 6 artış göstermiştir.

İstihdam koşulları 2003’ten itibaren iyileşmiş ve işsizlik oranı tahmin edilen yapısal oranı olan yaklaşık % 9,5’ten aşağı düşmüştür. 2003 yılında

euronun değer artışından dolayı enflasyon oranı 2002’de % 3,6 iken 2003’de % 3’e düşmüştür (31).

Oyunların bitişini takiben olumlu istihdam etkisi ters dönmüştür. Oyunlardan 3 ay sonra, Eylül-Kasım 2004, Yunan endüstrileri 70.000 işgücü kaybetmiştir ve bunların çoğunluğu inşaat sektöründendir. İnşaat sektöründeki küçülmenin ters etkisi Yunan ekonomisi üzerinde görülmüştür. 1997 ve 2003 yılları arası inşaat endüstrisi 6 milyar eurodan 13 milyar euroya artış göstermiş yani bir dönüş yaşamıştır. Bu rakam 2003 yılında gayrisafi milli hâsılanın % 10’nu temsil eder. Oyunların tamamlanmasını takiben sektör varlıklarındaki ani azalma Yunan ekonomisinde ticari güvene etki etmiştir (51).

3.4.2 PLATO Projesi

“Eve dönüş” sloganıyla yola çıkan 2004 Atina Olimpiyat Oyunları \$2,5 milyarlık bütçesiyle Atina Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi’nin (ATOOOK), \$5,5 milyarlık bütçesiyle Yunan Hükümeti’nin ve güvenlik personelinin de içeren 130.000 kişilik işgücünün etkili ve koordineli çalışmasıyla gerçekleşmiştir. Bu çalışma PLATO Projesiyle yürütülmüştür. Hem yarışmaların gerçekleştiği olimpiyat alanlarında hem de diğer olimpiyat alanlarında hizmet verilmiştir. PLATO Projesi’nin sağladığı faydalar aşağıdaki gibi özetlenebilir (4):

Tablo-22 PLATO Projesinin Faydaları

FAYDALAR	PLANLAMADA	OYUNLARDA	UZUN DÖNEMDE
ATOOOK Faydaları	<ul style="list-style-type: none"> Plan ve tasarı çabalarındaki azalmadan sağlanan kazanç Yapı çalışmalarının azalmasından sağlanan kazanç Teknolojik kaynakların optimum düzeye getirilmesinden sağlanan kazanç Alan planlama işlemlerinde yönetim bilgisinin artması Kaliteli ve olay bazlı yönetimde organizasyon kültürünün artırılması 	<ul style="list-style-type: none"> Gönüllü sayısındaki azalmadan sağlanan kazanç Tesislerin verimliliklerinin artması 	<ul style="list-style-type: none"> Uygulanabilir
Ulusal Faydalar	<ul style="list-style-type: none"> Uygulanabilir 	<ul style="list-style-type: none"> Uluslar arası medyada oyunların yönetiminin başarılı olarak yansıtılması Dünya'nın Atina ve Yunanistan'a odaklanması 	<ul style="list-style-type: none"> Yabancı yatırımlarda artış Turizmde artış Büyük ölçekli olayların organizasyonunun alınabilmesi için rekabet gücünde artış Yönetim alanında insan kaynakları gelişimi
Uluslar arası Faydalar	<ul style="list-style-type: none"> Diğer Olimpiyat Oyunları Organizasyon komiteleri için planlama maliyetinin azalıp yönetim bilgisinin artması 	<ul style="list-style-type: none"> Gelecekteki olimpiyat oyunları için kaynak tahminin yapılabilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> Oyunların doğasının uzun dönem sürdürülebilirliğinin sağlanması

PLATO Projesiyle sağlanan kazançlar rakamlara da yansımıştır. Atina Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi dolaysız olarak \$69,7 milyonluk fayda sağlamıştır. Planlama evresindeki tesis ve alan çalışmalarından \$14,7 milyon elde edilmiştir. İstihdam çalışmalarından yaklaşık olarak \$14,7 milyon tasarruf edilmiştir. Ayrıca gönüllü sayısındaki azalma otomatik olarak masrafları da azalttığından \$27,2 milyon kasada kalmıştır (4).

3.4.3 Atina Oyunları'nın Tesisleşme ve Altyapıya Etkileri

Yapı sektörü Olimpiyat Oyunlarından olumlu şekilde etkilenmiştir. Toplamda 500-600 milyon dolarlık doğrudan Olimpiyat Oyunları ile ilgili projeleri tamamlamak için yeni pazarlara girilmiştir.

(the impact of the 2004 olympic games on sectors of the economy, <http://www.acci.gr/trade/No19/04-11.pdf>)

Yunanistan yeni yollara, otobanlara, dünya sınıfında bir havaalanına ve metro sistemine, yeni otellere, tarihi bina ve alanların yenilenmesine büyük paralar yatırmıştır. Yeni spor tesisleri inşa etmiş ve yenilerle birlikte var olanları yenileyerek bu tesislerin oyunlardan sonra da kullanımını hedeflemiştir (47). 20.000 sürekli iş yaratmıştır. Sportif alanların yaklaşık % 73'ü zaten hazır olmasına rağmen modernizasyon ve onarım çalışmaları gerekmiştir. Bu projelerin hepsinde dikkat çeken nokta otoparkla ya da özel sermaye ile karşılanmasıdır. Ne kadar yabancı sermaye çekilirse olimpiyatların o kadar başarılı olacağı düşünülmüştür. Tesisleşme projelerinin en önemlileri Olimpiyat Köyü, çok amaçlı spor kompleksi ve yatçılık merkezidir. Olimpiyat Köyüne \$330 milyon, çok amaçlı spor kompleksine \$116,6 milyon bütçe ayrılmıştır. Ayrıca 28 bağımsız oyun alanında Telekom tesisleri de kurulmuştur (49).

Yunanistan'ın oyunlara ev sahipliği yapacağı belli olduktan sonra uzun bir süre tesisler konusunda girişimlerde bulunulmamıştır. Altyapı ve tesis çalışmaları çok geç başlamış bu yüzden de son dakikaya kadar devam etmiştir (62).

Atina Olimpiyatları 36 ayrı alanda gerçekleşmiştir. Hükümet ve organizasyon komitesi ziyaretçilerin sadece kamu ulaşım yoluyla alanlara gelebileceğini belirtmiştir. Bu nedenle Atina hükümeti tren yollarına büyük yatırım yapmıştır. Eski raylar yenilenmiş, vagonların taşıma kapasiteleri

arttırılmış ve farklı yönere yeni raylar döşenmiştir. Böylelikle kamu taşımacılığında olimpiyatların neden olacağı kalabalık azaltılmaya çalışılmıştır. Bu ağlar 380 milyon euroya mal olmuştur ve bu maliyeti Avrupa Birliği ve Hükümet yarı yarıya karşılamıştır. Atina metro genişletmeleri ve maliyetleri Tablo 23’de gibidir (50).

Tablo–23 Atina Metro Genişletmeleri ve Maliyetleri

Yapım aşamasında	Uzunluk Km.	İstasyonlar	Maliyet Euro (milyon)	Açılış
Ethniki Aymyna- Plakentia	5-9	5	465	2004
Sepolia-Thivon	3-0	3	170	2004
Monastiraki-Egaleo	4-3	3	650	2007
Aghios Dimitrios- Elliniko	5-5	4	400	2008
Planlanan				
Panormou-Maroussi	7-5	6	813	2008
Panepistimio-Galatsi	6-3	6	727	2010
Haidari- Piraeus	7-0	5	700	2010

Olimpiyat Oyunlarına hazırlık döneminde planlanan otel inşaatları var olan oteller için negatif etki yaratacaktı ancak bu planların küçük bir kısmı gerçekleştirilebilirdi. Bu gibi küçük bir envanterle olimpiyat oyunlarına ev

sahipliği yapan şehirlerle karşılaştırılınca Atina'da yeni oteller inşa edilmemiş dolayısıyla bir fazlalık oluşmamıştır (74).

3.4.4 Atina Oyunları'nın Turizm Etkileri

Atina ve çevresi, Attica 2004 Oyunları'ndan çok yönlü olarak faydalanmaya çalışmıştır. İlk olarak, şehrin altyapısı, özellikle ulaşım sistemleri, büyük yenilikler gerektirmiştir. İkinci olarak, şehir 1980'den 1990'a % 40'dan % 16'ya düşen turist ziyaretini, yani turizm payını arttırmak istemiştir. Üçüncü olarak, oyunlardan iş yaratma konusunda faydalanılmıştır. Son olarak, Atina bir ticaret ve turizm şehri imajını yenilemiştir. Her ne kadar Atina turizmindeki uzun dönem eğilimleri ortaya çıkartmak için çok erken olsa da Atina Olimpiyatları'nın turizm etkilerindeki başlangıç verileri incelenebilir. Yunanistan'ın sağlıklı bir turizm endüstrisi olsa da bunun büyük çoğunluğu çevresindeki adalara ve sahillere bağlıdır. Bu nedenle Yunanistan'a gelen turistler kesinleşmemiştir ama merkeze gelen turistler kesindir. Yunanistan'da turizm, olimpiyat oyunları bir yana, her zaman mevsimsellikten olumsuz etkilenmiştir. Çünkü turizminin ana ürünleri güneş, deniz ve kumdur. Bununla birlikte, olimpiyatlardan beri, fon akışı artmıştır ve Yunan turizmini yeniden konumlandırmak için planlara girişilmiştir (51).

Yunan Ulusal Turist Organizasyonu oyunlara hazırlık döneminde 2004 Olimpiyat Oyunları'nın promosyonunu yapmak için acente araştırmaları yapmıştır. Öncelikli olarak New York'dan olmak üzere resmi olarak açıklanmamış 11 Kuzeydoğu acentesi ile görüşülmüştür. Yapılan harcamalar açıklanmasa da organizasyonun planları reklam çabalarını ciddi şekilde arttırmıştır. Pazarlama konusunda girişken davranıp turizmin, kültürün ve olimpiyatların promosyonunu birlikte yapmaya çalışmışlardır (52).

Yunanlılar 2004 Yaz Olimpiyatları'nın turizm endüstrisinde atılım yapmasını ve \$7,46 milyarlık bir yatırım geri dönüşümünü ummuşlardır. Ancak izlenen pazarlama ve planlama politikalarının hataları nedeniyle oyunların başında olimpiyat yılındaki ziyaretçi sayısının % 10 azalacağı beklenmiştir. Dolayısıyla beklenen geribildirim 15 yılı alabilir. Yunanistan'ın en büyük hatası olimpiyat oyunlarını organize etmenin yeterli reklam olacağına inanmasıdır. Bu nedenle bir seyahat ve turizm merkezi olarak küresel imajını artırma fırsatını kaçırmıştır. Doğru bir turizm politikası yürütülemediği (45).

Atina Oyunları'nın organizatörleri Yunan Adalarının çekiciliğine dikkat çekmişlerdir. Oyunlar esnasında olimpiyat stadyumunun nadiren dolu olmasının bir nedeni de Atina'nın buz mavisi sularıdır. Atina halkı ülkelerinin olimpiyat çabasından gurur duyduklarını belirtirken bilet satışlarına bakıldığında oyunlara ev sahipliği yapmanın maliyetinin çok zor karşılanacağını da farkındadırlar. Yunanlılar stadyumlara gitmeye alışık değildirler. Çoğunlukla Yunanlı sporcuların katıldıkları yarışlar için stadyuma gitmeyi tercih etmişler diğer zamanları ise plajlarda geçirmeyi tercih etmişlerdir (23).

Oteller her ne kadar Olimpiyat Oyunları'nın reklamı ile milyonlarca turist akın edeceğini düşünseler de bunun için hazırlıklı değildiler. Oyunlardan önce turizm patlamasını gerçekleştirmek için kamu sektörü ve özel sektör arasında ortaklaşa bir pazarlama çabası içerecek şekilde daha fazla gayret sarf edilmesi gerekmektedir. Atina'nın bir dünya şehri sayılabilmesi için otellere düşen görev de hazırlıkların ve hizmet standartlarının kontrolüdür (74).

Atina yakınlarındaki Grand Resort Lagonissi'nin müşteri koordinatörü Stephanos Vrakas "Eğer turizm patlama yapmıyorsa biz bir şeyi yanlış yapıyoruz demektir" demiştir (25). Oyunlardan önce yapılan alternatif turizm senaryolarına göre aşağıdaki tablo oluşturulmuştur

Tablo-24 Atina 2004 Olimpiyat Oyunları Boyunca Beklenen Ziyaretçi Sayısı İçin Alternatif Senaryolar (34)

Dönem	Ay	En Büyük Olasılıklı Senaryo	Gerçekleşmesi Muhtemel Senaryo	En Az Olasılıklı Senaryo
Ön-Olimpiyat Dönemi	Haziran/Temmuz	450.000	200.000	100.000
Olimpiyat Dönemi	Ağustos/Eylül	3.570.000/460.000	1.500.000/250.000	850.000/50.000
Toplam	2004 Yazı	4.480.000	1.950.000	1.000.000

1980 yılında Atina otellerine 8,3 milyondan fazla gecelik ziyaretçi kaydolmuştur ancak 2001 yılı itibariyle bu rakam 5,1 milyona düşmüştür. Bu azalma 1985 sonrası gerçekleşen bir dizi terör olayları ve hava ve trafik kirliliği gibi kötü reklam dolayısıyla olmuştur. Aynı dönemde Yunanistan otellerinde kalan toplam gecelik ziyaretçi sayısı 1980’de 36,1 milyondan 2002’de 61,6 milyona ulaşmıştır. Ayrıca konferans turizmi de Yunan turizminin mevsimsellikle savaşmasında karlı olabilir. Ancak Atina’nın büyük bir konferans merkezinin olmaması hayati bir kayıptır (74).

Otel kapasitesine, biletlerin elde edilebilirliğine ve sayısına bağlı olarak turist sayısı da oyunlardan oyuna değişiklik gösterir. Aşağıdaki tabloda bu rakamlarla gösterilmektedir (66).

Tablo-25 1984-2004 Yılları Arası Olimpiyat Oyunları İçin Gelen Turist Sayıları

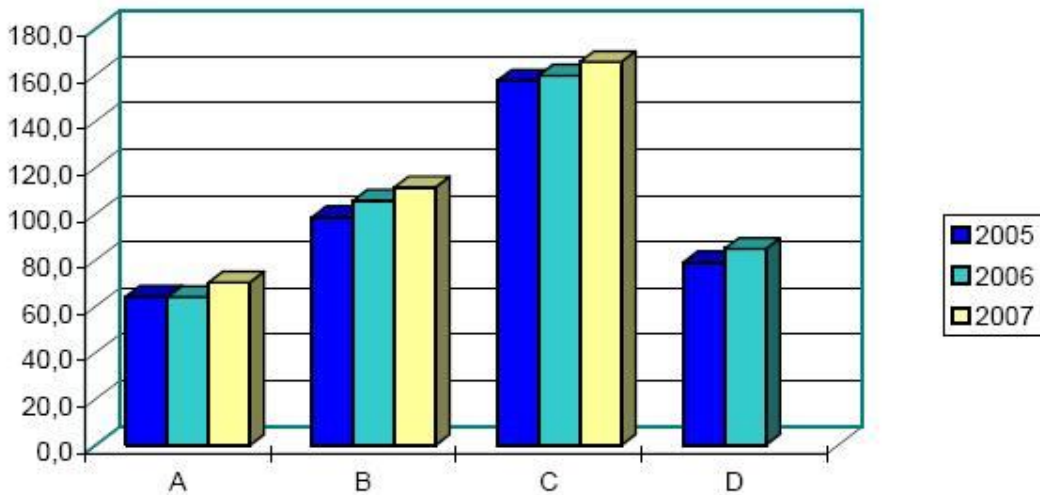
	Şehir Dışından Gelen Ziyaretçiler	Olimpiyat Ailesi	Şehir Dışından Gelen Ziyaretçiler(toplam)
Los Angeles 1984	400.000–608.760	28.460	770.000
Seoul 1988	240.000 den az	39.332	240.000
Barselona 1992	250.000–422.666	55.000	450.000
Atlanta 1996	736.100–2.000.000	72.543	968.000
Sidney 2000	110.000	57.000	475.000
Atina 2004	150.000	60.000	660.000

Toronto Üniversitesinde olimpiyatlar üzerine uzmanlaşmış sosyolog Helen Lenskj'e göre Barselona'nın yaşadığı gibi bir turizm patlamasını oyunlardan sonra Atina'da beklemek pek gerçekçi olmaz çünkü Barselona zaten İspanya turizminin en önemli parçasıdır (21).

Yapılan çalışmalarda oyunlardan sonra insanların Atina ile ilgili daha olumlu düşündükleri görülmüştür. Bu olumlu etki turizm endüstrisinin güçlenmesiyle sonuçlanmıştır. Gerçekten de, Amerikalıların % 38,7'si gelecekte Yunanistan'ı ziyaret etme düşüncelerinin olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde Avrupalıların da % 49,2'si de bu fikri desteklemiştir. Her iki grup da İtalya'dan sonra Atina'nın en popüler destinasyon olduğu konusunda fikir birliğine sahiptirler (47).

Atina 2005 yılında olimpiyat sonrası patlama yaşamıştır. Olimpiyat oyunları dolayısıyla Atina'nın basında yer alması şehrin eskiden olduğundan daha turist canlısı olarak görünmesini sağlamıştır. Atina artık yenilenmiş otelleri ve modern altyapısı ile modern, heyecan verici ve kabul edilebilir bir şehirdir. Bununla birlikte, Atina'nın popülaritesindeki artışa rağmen bazı tur operatörlerine göre başarılı olimpiyat oyunlarının ardından turizm pazarı için çok az şey yapılmıştır (5). Yine de Atina rezervasyonları geçen yıla oranla sürekli artış göstermiştir. Olimpiyat oyunlarından beri Atina'nın yeniden doğuşu rezervasyonlara olumlu etki yapmıştır. Şehrin gürültülü, kirli ve yoğun imajının olimpiyatlardan sonra silinmesi bu artışlardaki en büyük etkendir (32).

Şekil-23 Turizm Sektöründeki İş Hacmi Gelişimi



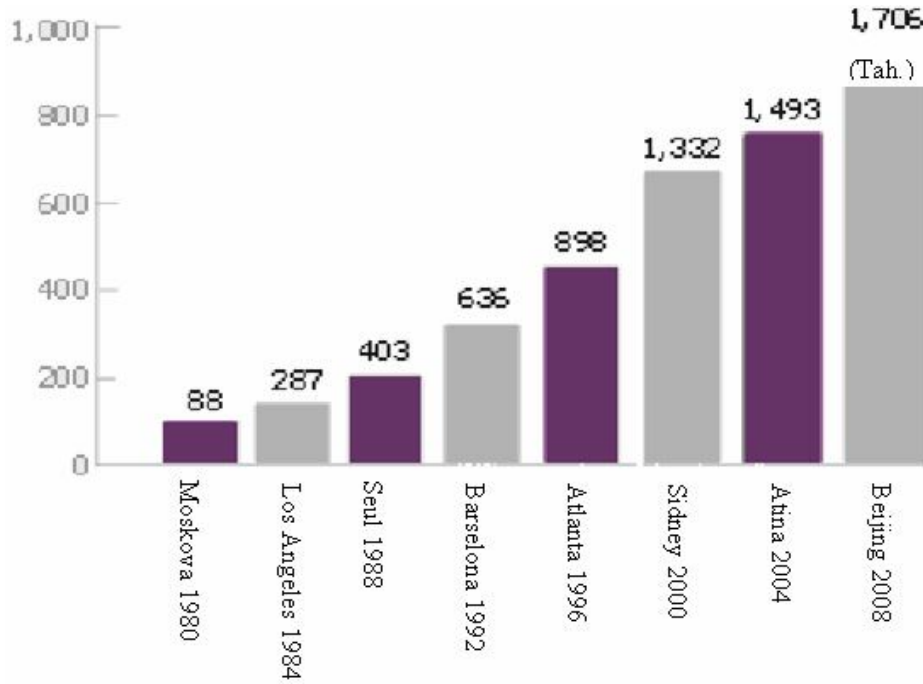
http://www.statistics.gr/eng_tables/S604_DK_02_TS_Q3_07_Y_EN.pdf

3.4.5 Atina Oyunları'nda Medya ve Televizyon

Son 20 yılda olimpiyat oyunlarının televizyon yayını olağan üstü bir büyüme göstermiştir. Olimpiyat oyunları bu başarıyı olimpik tüzük düzenlemeleri yaparak televizyonlara ayrıcalık yapmaksızın kazanmıştır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi bu büyümeyi doğrudan müzakerelerle oluşturmuştur. Olimpiyat oyunları yayın gelirlerindeki büyüme aşağıdaki şekilde gösterilmiştir

(http://www.olympic.org/uk/organisation/facts/revenue/broadcast_uk.asp).

Şekil-24 1980-2008 Arası Olimpiyat Oyunları Televizyon Yayın Gelirleri



Amerika dışındaki olimpik yayın hakları çarpıcı bir şekilde büyüme göstermiştir. Yani olimpik hareketin amerikan yayın gelirine bağılılığı azalmıştır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi uzun dönem televizyon yayın hakları için geleceğin organizasyon komitelerinin bütçelerini planlamalarına imkan tanımak üzere strateji geliştirmiştir. Daha önceki oyunlarda televizyon yayın tecrübesi olanlarla anlaşma yapılmıştır.

2004 Olimpiyat Oyunları'nın televizyon yayın başarısını şu şekilde özetleyebiliriz. 2004 Yaz Oyunları çok sayıda kanal tarafından yayınlanmıştır. Bir önceki olimpiyat oyunlarına göre seyirci sayısı ve prime time yayın seviyeleri artmıştır. Atina 2004 ilk etkileşimli ve internet üzerinden verilen oyunlardır. Atina Olimpiyat Oyunları toplamda 44.000 saatlik bir izlenme payına ulaşmıştır. Bu Sidney 2000 olimpiyatlarına göre % 49'luk bir artış demektir. Atina Olimpiyatları'nın en çok izlendiği ülkeler Tablo 26'de gösterildiği gibidir (2).

Tablo-26 Atina Olimpiyatları'nın En Çok İzlendiği Ülkeler**Tüketim – İlk 10**

	Ülke	Tüketim (s/d)
1	Japonya	30:29
2	Endonezya	26:37
3	Finlandiya	24:12
4	Avustralya	23:42
5	İzlanda	22:12
6	Arjantina	20:31
7	İsveç	19:34
8	Bosna-Hersek	18:36
9	Danimarka	18:07
10	Yunanistan	17:33

Son yıllarda, olimpiyat oyunları ile ilgili çalışmalar oyunların sosyal ekonomik etkilerine ve medyanın oyunlar üzerindeki rolüne odaklanmıştır. Görsel ve yazılı basın ülkenin her türlü imajı için hayati önem taşımaktadır. Bir çok çalışmada resmi basına önem verilmiştir ancak resmi olmayan basın görevlileri de aynı hayati önemi taşımaktadırlar, özellikle kültürel etkileşim boyutunda. Bu nedenle Atina Olimpiyat Oyunları'nda ilk kez Sidney Olimpiyat Oyunları'nda uygulanan bir program gerçekleştirilmiştir. 2004 Atina Olimpiyatları'nda da Sidney Olimpiyatları'nda olduğu gibi resmi olmayan basın mensupları için de bir merkez kurulmuştur (30).

17 gün süren 2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nı 220 ülkeden 3,9 milyar seyirci izlemiştir. Oyunların yayın hakkına sahip olanlar oyunların sahnelenmesinde eşi görülmemiş bir olimpik hareket desteği sağlamıştır. Atina 2004 Olimpiyat Oyunları yayını US\$1,476.6 milyonluk bir gelir sağlamıştır. Uluslar arası Olimpiyat Komitesi Atina Organizasyon komitesine oyunları sahnelemesi için bu gelirin yanında US\$723.6 milyonluk bir katkıda bulunmuştur. Bu rakam toplam gelirin % 49'udur. Geri kalan % 51 Uluslararası olimpik spor federasyonları, ulusal olimpiyat komiteleri ve UOK arasında dağıtılmıştır. 2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nın yayın hakkına sahip olanlar ve ödedikleri miktarlar Tablo 27'de gösterilmiştir (1).

Tablo-27 2004 Atina Olimpiyatları Yayın Hakkı Sahipleri ve Ödedikleri Miktarlar

Ülke / Bölge	Yayın Hakkı Sahibi	Hak Ücretleri
Amerika Birleşik Devletleri	(NBC)	US\$ 793.0 milyon
Kanada	(CBC)	US\$ 37.0 milyon
Latin Amerika	(OTI)	US\$ 17.0 milyon
Porte Riko	(WKAQ)	US\$ 1.25 milyon
Karayipler	(CBU)	US\$ 350.000
Asya-Pasifik	(ABU)	US\$ 14.5 milyon
Japonya	(AOJC)	US\$ 155.0 milyon
Arap Eyaletleri	(ASBU)	US\$ 5.5 milyon
Çin	(CTAP)	US\$ 3.65 milyon
Kore	(AOKP)	US\$ 15.5 milyon
Avrupa	(EBU)	US\$ 394.0 milyon
Avustralya	(Seven)	US\$ 50.5 milyon
Yeni Zelanda	(TVNZ)	US\$ 3.5 milyon
Afrika	(URTNA - SABC - SSI)	US\$ 9.25- 3.0 milyon
Toplam Yayın Geliri		US\$1,476,911,634 milyon

3.4.6 Atina Oyunları'nda Sponsorluk Faaliyetleri Etkileri

Atina 2004 Olimpiyat Oyunları dünya çapındaki olimpiyat sponsorluğuna yeni pozisyonlar getirmiştir ve TOP partnerlerine dünyanın en büyük spor ve kültür olayını daha öncekinden daha anlamlı yapabilmesi için kuvvet katmıştır. Top partnerleri ya da dünya çapındaki olimpiyat partnerleri çok büyük ürün, hizmet, teknoloji, uzmanlık ve finansal kaynak desteğinde bulunmuşlardır. Bu katkılar Uluslar arası Olimpiyat Komitesi'ni, Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitelerini, her ulusal olimpiyat komitesini destekler. TOP Programının beşinci döneminde Atina 2004 Olimpiyat Oyunları'na her anlamda büyük katkıda bulunmuştur. Olimpiyat Oyunları 1896'dan sonra ilk kez Yunanistan'a gelmiştir. Dolayısıyla Atina Sponsorluk Programı Yunan şirketlerine oyunları gerçekleştirmede hayati fırsat tanımıştır. Atina 2004 sponsorlukları olimpiyat tarihindeki yerli anlamdaki en yüksek sermaye desteğini sağlamıştır. Atina 2004 Sponsorluk Programı, TOP Partnerlerinin ve yerel sponsorların ortaklığıyla, oyunları gerçekleştirmedeki ikinci en büyük gelir kaynağı olmuştur. Organizasyon Komitesi'nin bütçesine yaklaşık % 23'ünü karşılamıştır. Ayrıca Atina sponsorluk programını maksimum 40 ortakla sınırlandırmıştır (1).

Tablo-28 Atina Olimpiyatları Sponsorları

Büyük Ulusal Sponsorlar		
Kategori	Miktar (EUR milyon)	Sponsor
Telekomünikasyon	58.7 (50% in hizmet ; 50% in nakit)	<u>Hellenic Telecommunications Organisation SA</u> (OTE - Cosmote - OTEnet Konsorsium) Ses ve Veri Hizmetleri, Radyo Hizmetleri, Telefon Hizmetleri
Banka	70.0 (EUR 50 milyon nakit ; EUR 20 milyon çeşitli hizmetler)	<u>Alpha Bank SA -- Official Bank of the Athens 2004 Olympic Games</u>
Bira	17.6	<u>Heineken/Athenian Brewery SA</u>
Günlük Ürünler	18.4	<u>DELTA</u> (süt ve dondurma için) <u>FAGE</u> (yoğurt, peynir ve krem ürünler için)
Televizyon ve Radyo	16.7 (bedava reklam ; nakit yok)	<u>Hellenic Broadcasting Corporation SA</u> (ERT)
Otomotiv	N/A	<u>Hyundai Hellas - P&R Davari SA</u>
Posta ve haber hizmetleri	11.7 (50% nakit ; 50% çeşitli hizmetler)	<u>Hellenic Post SA</u> (ELTA)
Hava Yolları ve uçak biletleri	N/A ()	<u>Olympic Airlines SA</u>

http://www.invgr.com/olympics_sponsorship.htm

Uluslar arası Sponsorlar - Resmi Dünya Çapındaki Olimpiyat Partnerleri		
Kategori	Merkez Büro	Sponsor
Alkolsüz İçecekler	ABD	<u>Coca-Cola</u>
Hayat Sigortası/Maaş	ABD	<u>John Hancock</u>
Film/fotoğraf ve görüntüleme	ABD	<u>Kodak</u>
Perakende yiyecek hizmetleri	ABD	<u>McDonald's</u>
Radyo/televizyon ve video malzemeleri	Japonya	<u>Panasonic</u> <i>(Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.)</i> TV, Video bordları and ses sistemleri
Kablosuz iletişim malzemeleri	Güney Kore	<u>Samsung</u> Trunk radio sistemleri, Hücresel malzeme
Bilgi teknolojisi/Sistem toplayıcısı	Fransa	<u>Atos Origin</u>
Sürelî yayınlar / Gazeteler / Dergiler	ABD	<u>Sports Illustrated/Time International</u>
Tüketici ödeme hizmetleri	ABD	<u>Visa</u> (Yunanistan)
Doküman yayımı, veri işleme ve tedarik	ABD	<u>Xerox</u>
Resmi Saat hakemi		
Zamanlama, skor sistemleri ve hizmetleri	İsviçre	<u>Swatch</u>
Resmi Yardımcılar		
Kategori	Kontrat zamanı	Yardımcı
Petrol ürünleri	Temmuz 2002	<u>Shell Hellas SA</u>

	(miktar: EUR 5.56 milyon)	
Bilet hizmetleri	Mart 2002	<u>Ticketmaster</u>
Elektrik dağıtım fabrikaları	Eylül 2002	AASD konsorsium (<u>ABB-ALSTOM-Siemens-DIEKAT SA</u>)
Konukseverlik yönetimi/seyahat acentaları	Mart 2003	<u>Jet Set Sports</u>
Spor giyim (forma)	Şubat 2003	<u>Adidas</u> (<u>Adidas Solomon AG</u>)
Resmi Tedarikçiler		
Kategori	Kontrat Zamanı	Tedarikçi
Nakliye gönderimi & müşteri geçirme	Ocak 2003	<u>Schenker A.E.</u> (<u>Schenker AG's Greek subsidiary</u>)
İş istasyonu, bilgisayar hizmeti ve dijital depolama	Nisan 2003	KOEP (4 yunan şirketinin oluşturduğu bir konsorsium: Altec SA, Info-Quest SA, Intracom SA and PC Systems SA)
Atletizm pisti ve malzemesi	Temmuz 2003	Mondo
Softball, baseball ve judo malzemesi	Temmuz 2003	Mizuno

http://www.invgr.com/olympics_sponsorship.htm

3.4.7 Atina Oyunları'nda Bilet Gelirleri

2004 Atina Olimpiyat Oyunları organizatörlerinin belirttiklerine göre 2004 Yaz Oyunları için ulaşılabilen 5,3 milyon biletin üçte birinden fazlası satılmıştır. Sidney Olimpiyatları'nda biletlerin yüzde sekseninden fazlası satılmıştı. 2004 Yaz Oyunları'nın baş organizatörü Gianna Angelopoulos Daskalaki Yunanlıları dünyanın en büyük spor olayı olan olimpiyatlarda ulusal itibarlarını korumaları için bilet almaya teşvik etmiştir (63).

Oyunlardan önce Amerika'da 150.000 bilet Cartan, Jet Set Sports ve CoSport Acenteleri tarafından ayarlanmıştır. 5,3 elde edilebilir biletten 3 milyonu Yunanlılar, Avrupa Birliğine üye ülkeler için ayrılmıştır. Atina organizasyon komitesi bilet fiyatlarını 2000 Yaz Oyunları'na göre % 34 aşağıya çekmiştir. Ortalama bir biletin \$30'dan fazlaya mal olması planlanmıştır (71).

Bilet satışlarının 4 yıl önceye göre neden bu kadar düştüğü konusunda birçok teori ortaya atılmıştır. Bunlardan en önemlileri güvenlik kaygıları ve euronun amerikan dolarına karşı değerinin artmasıdır. Ayrıca Atina Avustralya'nın yaptığı gibi bir reklam kampanyası düzenlememiştir. Yine de Yunan organizatörler yerel televizyonlarda biletlerin \$12,40 tan \$10'a düştüğünü duyuran reklam kampanyaları yayınlamıştır. Atina ve çevresindekiler oluşabilecek trafik kargaşasından dolayı müsabakalara gelmeye çekinmişlerdir (63).

Atina Olimpiyat Oyunları'nı 220 ülkede 4,2 milyar televizyon seyircisinin izlediği belirtilmiştir. Bilet satış gelirleri ise aşağıdaki tabloda belirtildiği gibi yaklaşık 202 milyon dolardır (16).

Tablo-29 2000-2006 Arası Olimpiyat Oyunları Biletleri ve Gelirleri

Olimpiyat Oyunu	Elde Edilebilir Biletler	Satılan Biletler	Satılan bilet yüzdesi	Bilet gelirleri
Sidney 2000	7.600.000	6.700.000	% 88.2	451.533.000
Salt Lake 2002	1.605.524	1.525.118	% 95.0	183.000.000
Atina 2004	5.300.000	3.581.080	% 67.6	202.500.000
Torino 2006	1.124.000	898.631	% 79.9	82.400.000

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Spor turizminin anası olan olimpiyat oyunlarının öncesi ve sonrasındaki işsizlik, istihdam oranı gelir gibi ekonomik göstergelerin ve oyunların sağladığı televizyon yayın gelirleri, destekleme faaliyetleri ve reklam gelirlerinin incelenmesi sonucunda ev sahibi ülke ve kente beklendiği düzeyde ekonomik katkıda bulunup bulunmadığının incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilmesine bu bölümde yer verilmiştir.

Dünyanın en büyük ve popüler organizasyonu olan olimpiyat oyunlarını organize etmenin ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve itibarına kayda değer katkı sağladığına olan inanç ülke ve kentleri oyunlara ev sahipliği yapmaya aday olmaya itmektedir. Her şey planlandığı gibi giderse bu faydaların gerçekleşmesi kaçınılmazdır ancak yine de tüm alanlardaki ekonomik getiri ve götürüleri tam anlamıyla ölçmek çok güçtür.

Bilindiği gibi ülke ekonomileri bu denli büyük bir organizasyondan mutlaka etkilenmektedir. Çünkü artık olimpiyat oyunlarına adaylık amatör ruhundan çok ekonomik kaygılarla gerçekleşmektedir. Özellikle az gelişmiş ve küçük ülkeler olimpiyat oyunlarını bir mucize olarak, gelişmiş ülkeler ise daha çok itibar kazanmak için oyunları bir katalizör olarak görmektedir.

Bu araştırmada olimpiyat oyunlarının bir kurtarıcı mı ya da bir destekleyici yoksa tam aksine oyunları organize etmede başarısız olduğunda bir engel mi olduğu konusu üzerinde durulmuştur.

Finansal kaynaklar artık küreselleşmiştir ve ekonomik etkiyi ölçmek zordur çünkü ülkeden ülkeye ve şehirden şehre değişmektedir (65). Özellikle

uzun dönem ekonomik etkiyi ölçmek zordur çünkü uzun dönemde gerçekleşmesi muhtemel bir ekonomik kriz, bir terör saldırısı ya da başka bir büyük olayın organizasyonunun alınması olimpiyat oyunlarının olumlu ya da olumsuz etkisini saf dışı bırakabilir. Ayrıca görülen ekonomik etkinin olimpiyat oyunları kaynaklı mı yoksa diğer olaylardan mı kaynaklı olduğunun açıklanması zor olacaktır.

Ekonomik etki çalışmaları için gayrisafi yurtiçi hasılaya dikkat çekmek oldukça yaygın bir bakış açısıdır (55). Avustralya'da oyunlar dolayısıyla 1994–2005 döneminde ki bu dönem oyunların öncesini ve sonrasını da içine almaktadır, GSYİH ortalama % 12'lik bir artış göstermiştir. Yine aynı dönemde oyunların NSW'e \$5,1 milyar bıraktığı düşünülürse Sidney Olimpiyat Oyunları'nın ülke ve kente GSYİH bakımından olumlu etkisi olduğu söylenebilir.

Aynı olumlu etkinin 1996 yılında Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda görüldüğünü söylemek mümkün değildir. Ön olimpiyat projelerinde olimpiyatların eyalet ekonomisine \$5,14 milyarlık bir kazanç bırakacağı belirtilse de olimpiyat sonrası çalışmalar bu rakamın milyonlarca dolar aşağısını göstermektedir (29). Uzun dönemde ise Atlanta Olimpiyat Oyunları'nın en büyük etkisinin bölgenin ekonomik canlılığını artırması, tesis yenilenmesi ve gelişimini desteklemesi ve oyunlar dolayısıyla iş anlaşmalarının artması olduğu söylenebilir (41).

2004 Olimpiyat Oyunları'nın Yunanistan ekonomisi üzerindeki kesin etkilerinin belirlenmesi için erken olmakla birlikte olumlu etkilerinin artık yavaşladığını söylemek mümkündür. Oyunların gerçekleştiği yılda gayrisafi yurtiçi hasıla % 5'lik bir büyüme gösterirken oyunlardan bir yıl sonra % 3,7'lik bir büyüme gerçekleşmiştir (18). Bu, Atina Olimpiyat Oyunları'nın gayrisafi yurtiçi hasılaya olumlu etkisinin Sidney Olimpiyat Oyunları'nda olduğu gibi uzun dönemli bir yayılma göstermediğinin kanıtıdır. Aynı durum Atlanta Olimpiyat Oyunları için de geçerlidir. Dolayısıyla gelişmiş ülke ve kent olma özelliğinin

oyunların olumlu etkilerini uzun dönem yayabilmeye katkısı olduğunu söylemek mümkündür.

Yukarıda belirttiğim gibi bir ülkede Olimpiyat Oyunları dışında başka bir büyük olay gerçekleşmekte ise ekonomik etkiyi ölçmek çok daha zorlaşmaktadır. 1992 Barselona Olimpiyat Oyunları buna güzel bir örnektir. Barselona 1990lı yılların başların Avrupa'yı saran ekonomik krizden ciddi şekilde etkilenmiştir. Özellikle bu nedenle Barselona Olimpiyat Oyunları'nın İspanya ve Barselona'ya ekonomik etkisinin açıklanabilmesi güçtür. Ancak olimpiyat oyunlarının Barselona'nın bu ekonomik krize direnmesinde büyük rol oynadığını söyleyebiliriz.

Zaten oyunların artık bir ekonomik kazanç olarak değerlendirilmeye başlaması 1992 Barselona Olimpiyat Oyunları'yla başlamıştır. Bu fırsatı ilk yakalayan ülke olan İspanya ve ev sahibi şehir Barselona oyunları iyi değerlendirmiştir. Barselona'nın ekonomik konumu oyunların alınmasından 1992'ye kadar kayda değer bir şekilde gelişim göstermiştir. Kriz sona ermiş genel bir canlanma başlamıştır. Oyunlar Avrupa'yı etkileyen ekonomik krize karşı koruyucu bir tampon görevi görmüştür (9).

Yine de büyük bir olayın ekonomik faydalarını ölçmek için gayrisafi yurtiçi hasıla sadece küçük bir ölçektir. Zaten gayrisafi yurtiçi hasıla etkisinin büyük bir kısmı artan tüketimden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden olimpiyat oyunlarının uyarmasıyla artan gayrisafi yurtiçi hasıla ve gayrisafi eyalet hasılası artan yatırımlarla ilgilidir.

Olimpiyat oyunlarının ekonomik etkisini inceleme de diğer bir ölçek de istihdamdır. Oyunlar dolayısıyla özellikle inşaat sektörü olmak üzere çeşitli sektörlerin hareketlilik kazanması iş olanaklarının da artması anlamına gelir. Turistik kaynakları olan ev sahibi ülke ve kentler için ise daha büyük bir artı söz

konusu olmaktadır. Çünkü olimpiyatlara hazırlık boyunca ve oyunlar sonrası en çok hizmet sektörü faaliyet göstermektedir. Bu da hizmet sektöründeki istihdamın artış göstermesi anlamına gelir.

1992 Olimpiyatları'nın organizasyon şehri Barselona'da olumlu bir istihdam etkisi görülmektedir. 1986'ya kadar artış göstermekte olan işsizlik oranı 1992'ye kadar gittikçe azalmıştır. Bu oyunların alınmasından itibaren istihdama ne denli büyük etkisinin olduğunun göstergesidir. İşsizlik oranı hem ülke genelinde hem de Barselona'da azalma göstermiştir. Olimpiyat oyunları sonrası da işsizlik azalmaya devam etmiştir. Oyunlar Barselona'ya ciddi istihdam mirası bırakmıştır. Bunda iş anlaşmalarının artış göstermesinin de etkisi büyüktür. Bu olumlu istihdam etkisinin olumsuz yanı ise sadece belirli sektörlerde görülmesidir. Dolayısıyla temel olarak istihdam geçici özellik taşımaktadır.

1996 Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda ise aynı önemde bir istihdam etkisi görülmemiştir. Planlanan istihdam rakamları gerçekleşmese de yine de oyunların Atlanta'nın önceki konumuna göre istihdamı arttırdığı söylenebilir.

Bade ve Matheson'ın 2002 yılında yaptığı çalışmaya göre istihdamda ılımlı bir artış gerçekleşmekle beraber bu artış pek de uzun sürmemiştir (79). Ayrıca oyunlar öncesi Barselona'ya zıt olarak Atlanta ve Georgia'nın işsizlik oranları azalırken ülke genelinde işsizlik oranları artış göstermiştir.

2000 Sidney Olimpiyat Oyunları ise olumlu bir istihdam grafiği çizmiştir. İstihdam oranlarında artış belirli bir döneme ya da olimpiyat yılına değil oyunlara hazırlık döneminden oyunların sonrasına da yayılmıştır. Ayrıca Sidney Olimpiyat Oyunları'nın bıraktığı istihdam mirası geçici istihdama göre daha olumludur.

2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nda da istihdam oranı hazırlık döneminde artış göstermeye başlamıştır. Ayrıca istihdam artışı hem Atina'da hem de Attica valiliğinde gerçekleşmiştir. Ek olarak, istihdamın olumlu etkisi sadece olimpiyat ilgili sektörlerde gerçekleşmiştir ve oyunların sona ermesiyle beraber olumlu istihdam etkisi de ters dönmüştür.

Sonuç olarak, istihdam çok uzun zaman önce artmaya başlar, bu artış inşaat sektöründeki gelişmelerden ve uluslar arası görünürlükten kaynaklanmaktadır. Büyük şehirlerdeki hızlı gelişim istihdam seviyelerinin artması anlamına gelebilir. Yani oyunların istihdam üzerinde genel anlamda olumlu etkisi vardır. Ancak bazı oyunlar bu konuda daha başarılıdır. Refah seviyesi yüksek olan ülkelerde oyunlar daha fazla istihdam yaratmakta ancak refah seviyesi düşük olan ülkelerde ise istihdam etkisinden yeterince faydalanılamamaktadır. Yani bilinenin ötesinde istihdam patlamasında daha az gelişmişlik seviyesinde olan ülkeler faydalanamamaktadır. Bu doğrudan ülke yatırımlarıyla ilgilidir.

Örneğin; 1992 Barselona Olimpiyat Oyunları'nda ciddi altyapı yatırımları gerçekleştirilmiştir ve bu yatırımlar kamu sektörü ve özel sektör arasında paylaşılmıştır. Ancak kamu yatırımları özel sektör yatırımlarından fazladır. Barselona'da istihdam artışının belirli sektörlerde olmasının sebebi olarak yatırımlar özellikle inşaat ve turizm sektöründedir. Ayrıca yatırımların oyunlardan sonra da devam etmesi kalıcı istihdama neden olmuştur.

Atlanta'nın ise yatırımlarda bakımından zengin olduğu söylenemez. Yapılan yatırımlar ise sadece altyapı ve olimpik tesis yatırımlarıdır. Atlanta'nın yatırımlardan kaçmasının nedeni ise bütçe açığından korunmak ve kısa dönem karı maksimize etmeye çalışmaktır. Ancak bu çaba Atlanta ekonomisini olumlu etkilemeye yetmemiştir.

Aslında olimpiyat oyunlarını gerçekleştirmek hem kamu sektörü hem de özel sektör için tatmin edici bir yatırımdır. Örneğin; Sidney Olimpiyatları'na hazırlık döneminde hem özel yatırım hem de kamu yatırımı artmıştır. Özellikle özel inşaat yatırımları artış göstermiştir.

Yunanistan'ın 2004 Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapacağı belli olur olmaz ülke yabancı yatırımcıların ilgisini çekmiştir. Atina'da yatırımlar özellikle turizm sektörüne yapılmıştır. Sadece 1997 yılında, ülkeye \$218 milyonluk yabancı yatırım gelmiştir. Ayrıca oyunlar dolayısıyla canlanan yerel ekonomi girişimcilikte patlama yaratmıştır. Atina'nın olimpik yatırımlarının istihdama olumlu etkisinin devam etmemesinin nedeni ise bu yatırımların çoğunlukla turizm sektörüne yapılması ve turizm sektörünün de dönemsel olmasıdır.

Ekonomik hareketi harcama cephesinden incelersek; Barcelona Olimpiyat Oyunları'nda dikkatli harcamalar yapılmıştır ve olimpiyatlarla ilgili harcamaların büyük bir kısmı hizmet ihtiyaçlarına yapılmıştır. Barcelona Olimpiyatları'nda harcamalar konusunda dikkatli davranılması oyunlar sonunda organizasyon komitesinin olumlu hesap bakiyesi çıkarmasına neden olmuştur. Zaten harcamaların büyük bir kısmı sponsorlar tarafından karşılanmıştır. Ayrıca organizasyonel harcamalar gerçek maliyeti oluşturduğu için mümkün olduğunca en aza indirilmeye çalışılmıştır. Yatırım harcamalarına ise kar gözüyle bakılmış ve maksimize edilmeye çalışılmıştır.

Atina ise harcamaları kısma konusunda Barcelona kadar şanslı değildir. Özellikle 11 Eylül saldırılarından sonra güvenlik harcamaları arttığı için bütçe üzerinde artı bir yük oluşturmuştur. Bu organizasyonel bir harcama olduğu için maliyeti de arttırmıştır.

Sidney Olimpiyat Oyunları'nda ise yine miras bırakan harcamalara gidilmiştir. Özellikle şehri güzelleştirmek için harcama yapılmıştır. Oyunlar için gerekli harcamaların büyük bir kısmı da kamu harcamasıdır.

Olimpiyat harcamalarıyla ilgili Sidney hükümeti tarafından yapılan cari harcamalar ve sermaye harcamaları olimpiyatlarla ilgili olmayan harcamalardan farklılık gösterirler. Bu harcamalar \$685 milyon tutmuştur. Bu rakam oyunların Sidney bilançosuna uzun dönemde etkisinin olmayacağını gösterir (54).

Olimpiyat oyunları ile ilgili genel yargıya göre oyunların tüketimi arttırıcı etkisi vardır. Gerek ekonomik canlılık yaratması gerekse oyunlar dolayısıyla ülke ve kente gelen turistlerin tüketimi genel anlamda tüketim oranını arttırır. Tabi bu tüketim artışının büyüklüğü de ekonomide gerçekleşen büyümeye, yatırım ve harcama artışına, gelir seviyelerindeki artışın büyüklüğüne bağlıdır.

Hotchkiss'e (2003) (40) göre büyük spor olaylarının yerel ekonomiye olumlu etkisi vardır. Bu olumlu etki tüketimde de kendini göstermektedir. Avustralya'da o dönemin satın alma gücüne göre tüketim ulusal anlamda artış göstermiştir ve bu artışın büyük kısmı NSW kaynaklıdır (53).

Sterken'e (2005) göre de büyük spor olaylarını organize etmek yerel ekonomide patlama yaratabilir. Altyapı yatırımı, cari tüketimdeki patlama ve tüketici güveninin artması ilave büyüme fırsatları yaratabilir (73).

Atina Olimpiyat Oyunları'na hazırlık evresinde de tüketim artmıştır ancak tüketimdeki bu artış devamlılık göstermemiştir. Oyunlardan bir yıl sonra tüketimdeki büyüme yavaşlamaya başlamıştır ve yetersiz talep dış sektörlerle de etki etmiştir (18). Yerel ekonomide canlanma Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda da

görülmüştür. Tüketici güvenindeki artış Atlanta'nın net ihracatının da artmasını sağlamıştır (79).

Preuss'a (2005) göre Olimpiyat oyunları'nın ekonomik etkisi için sadece oyunlara gelen turistlerin tüketimini dikkate almak yeterli değildir. Ekonomik etki analizine şehir sakinlerinden oyunlara katılanların da tüketimi eklenmelidir. Olimpiyatların temel ekonomik etkisi olarak turizm harcamalarını gören şehirler otel kapasitesinin sınırlayıcı bir kaynak olduğunu dikkate almalıdırlar. Ayrıca olimpiyat dönemindeki tüketim ile olimpiyat öncesi ve sonrası tüketim farklıdır. Olimpiyatların yaratacağı kaostan kurtulmak isteyen ülke ve şehir potansiyel turistlerinin o dönem için başka bir yeri seçmelerinden doğan kayıp da dikkate alınmalıdır (67).

Olimpiyat oyunlarını mali açıdan başarılı ve ya başarısız olarak nitelendirmenin en kısa yolu oyunların maliyetlerini değerlendirmektir. Oyunların sonunda bütçe açığı çıkıyorsa oyunları mali açıdan başarısız olarak nitelendirmek mümkündür. Zıt olarak, oyunların gelirleri maliyeti karşılıyor ya da geçiyorsa oyunların mali açıdan başarılı olduğunu söyleyebiliriz.

1992 Barselona Olimpiyat Oyunları'nın gerçek maliyeti yani organizasyonel harcamaların oluşturduğu maliyet yalnızca 162.880 milyon peseta idi. Bu gerçek maliyet Barselona kaynaklarının sadece % 14,5'ini oluşturduğuna göre oyunların organizasyon komitesinin geliri ile kendi kendini finanse ettiğini söyleyebiliriz. Ayrıca Barselona'nın en büyük gelir kaynağının sponsorluk gelirleri olduğunu belirtmeliyiz.

Bununla birlikte, Barselona Olimpiyat Oyunları, Olimpiyat Oyunları Organizasyon Komitesi için kar bırakmış ancak hükümet için \$6,1 milyarlık borç bırakmıştır. Borçlar ise İspanyol hükümeti ve Barselona valiliğince paylaşılmıştır (10).

1996 Atlanta Olimpiyat Oyunları da bütünüyle kendi kendini geçindirmiştir. Zaten gelir düzeyi pek iyi olmayan Atlanta halkına vergilerin artmayacağı konusunda söz veren Atlanta hükümeti'nin oyunlar için öncelikli gelir kaynakları tüm olimpiyatlarda olduğu gibi televizyon yayın gelirleri, sponsorluk gelirleri ve bilet satış gelirleridir. Oyunlar görünürde özel sermaye ile finanse edilse de gerektiğinde kamu fonları da kullanılmıştır. Sonuç olarak, Atlanta özel sektör ve kamu sektörünün işbirliğiyle gerçekleşmiştir ve bu işbirliğinin Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda işe yaradığını söylemek mümkün değildir.

2000 Sidney Olimpiyat Oyunları ise rakamlara bakıldığında ne kar sağlamış ne de Sydney hükümetine ve organizasyon komitesine finansal bir yük getirmiştir. Oyunlara ev sahipliği yapmanın toplam maliyeti \$6,5 milyar olarak belirtilmiş ve bu maliyet kamu sektörü ve özel sektör işbirliğiyle karşılanmıştır (37). Buna göre Sidney Olimpiyat Oyunları'nda özel sektör ve kamu sektörü işbirliğinin işe yaradığını söyleyebiliriz.

2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nın toplam maliyetinin büyük kısmı kamu fonlarınca karşılanmıştır. Özellikle altyapı maliyetleri beklendiğinden fazla yük getirmiş ve bütçe tahminlerini aşmıştır. Ayrıca 11 Eylül saldırılarından sonra güvenlik maliyetlerindeki artış da bütçenin açık vermesine neden olmuştur. Güvenlik maliyetleri Sidney Olimpiyat Oyunları'nın neredeyse dört katıdır.

Oyunların sonunda bütçe açığı kaçınılmaz olmuştur ve Yunan Hükümeti bir borç planı hazırlamak zorunda kalmıştır. Atina Olimpiyat Oyunları da özel sektör ve kamu sektörü işbirliğinin işe yaramadığı olimpiyatlardandır.

Olimpiyat Oyunlarını sadece turizm faaliyetleriyle kara dönüştürmek mantıklı olmasa da bu faaliyetlerin tutarlı bir turizm planı çizildiğinde, özellikle uzun dönemde, kar getirdiğini söylemek mümkündür. Bu nedenle ekonomik

canlılığın anahtar bileşenlerinden biri de turizmdir. Olimpiyat oyunları ev sahibi ülkenin ve kentin turizm faaliyetlerini hem öncesinde hem de sonrasında etkilemektedir. Ancak ülkelerin turizme yaptıkları yatırımların büyüklüğüne bağlı olarak turizm gelirleri de değişmektedir. Otellere, çevre düzenlemelerine, organizasyonlara ve turistik tesislere yapılan yatırımlar önemlidir.

1992 Barselona Olimpiyatları'nda oyunların alınmasından itibaren başarılı bir turizm politikası yürütüldüğü için turizm patlaması yaşanmıştır. Barselona, rekreasyon turizmi için de alternatif alanlar yaratmış ve oyunlar dolayısıyla sağladığı olumlu imajı bu şekilde sürdürmeyi başarmıştır. Turizm endüstrisi yönünden Barselona Olimpiyatları'nın en önemli özelliği şehrin oyunlardan sonra bir kongre ve toplantı merkezi haline gelmesidir. Otel sayısının ve kapasitesinin artmasına bağlı olarak şehir hem bir ticaret şehri hem de bir turizm merkezi haline gelmiştir.

Oyunların turizm üzerindeki etkisini ekonomik büyüklüklerle ifade etmek gerekirse turizm endüstrisi yerel ekonomideki faaliyeti arttırmış ve gayrisafi yurtiçi hasıla içerisindeki payını yükseltmiştir. Turizm yatırımları oyunlardan sonra da devam etmiştir.

Atlanta Olimpiyatları'nın ise bir önceki oyunlar gibi turizmde sürdürülebilirliği sağladığını söylemek mümkün değildir. Oyunlardan önceki yıllarda otel doluluk oranları ve kongre organizasyonları artış gösterse de olimpiyat yılında bu oranlar azalmıştır. Her ne kadar oyunlardan sonra da otel yatırımları devam etse de olimpiyat oyunlarının ilk haftasında gerçekleşen bomba patlaması tüm turistik imajı zedelemiştir.

Sidney ise Olimpiyat Oyunları'nı ülkeyi ve şehri yeniden konumlandırmak için başarıyla değerlendirmiştir. Oyunlara hazırlık döneminden itibaren ülkenin başarılı turizm politikası dolayısıyla yabancı turist sayısı sürekli bir artış

göstermiştir. Sidney'in oyunlardan başarıyla sıyrılması yabancı turistler ve yatırımcılara olumlu izlenim bırakmış bu da turizm endüstrisindeki canlanmanın oyunlardan sonra da devam etmesine sebep olmuştur. Olimpiyat yılında ise otel doluluk oranları zirve yapmıştır. Dolayısıyla döviz kazancı da tatminkârdır.

Yunanistan ve Atina ise Olimpiyat Oyunları'nın yaratması muhtemel olumlu turizm etkisinden yeteri kadar yararlanamamıştır. Yunanistan'ın en büyük yanılgısı oyunların başlı başına bir promosyon olduğunu varsayıp gerekli çabayı sarf etmemesidir. Doğru bir turizm politikası yürütülememesi dolayısıyla Yunanistan bir turizm merkezi olma fırsatını kaçırmıştır. Bununla beraber bir kongre turizmini de geliştirememiştir. Zaten yeterli kapasiteye sahip bir kongre merkezi inşaatına girişilmemiştir. Hedef otel doluluk oranları kısa bir dönem için gerçekleşse de bunun devamı gelmemiştir. Zaten Atina otel sayısı bakımından yetersiz kalmıştır.

Tesis ve altyapı yatırımları ise Barselona Olimpiyat Oyunları'nın en büyük mirasıdır. Barselona uzun yıllar sürebilecek tesisleşme ve altyapı yatırımları altı yıl gibi kısa bir sürede başarıyla tamamlamıştır. Diğer olimpiyat oyunlarına bakılınca Barselona kentsel dönüşümün en güzel örneğidir. Tüm tesis ve altyapı çalışmaları geleceğe dönük yapılmış ve maliyet gözüyle bakılmamıştır. Ayrıca bu çalışmaların tümü sadece Barselona odaklı değildir. Oyunlardan sonra bu tesislerin atıl durumda kalmaması da bu gerçeği doğrulamaktadır. Ayrıca tesis ve altyapı çalışmaları inşaat sektöründeki patlamanın da tetikleyicisi olmuştur.

Atlanta Olimpiyat Oyunları da dünya çapında tesis mirası bırakması bakımından karlı sayılabilir. Ancak Atlanta Barselona'dan farklı olarak daha çok tesis yenilemelerine ve kapasite artırımına gitmiştir. Atlanta var olan altyapının kullanımını maksimize etmeye yönelmiş ve bütçe açığından bu şekilde korunmayı tercih etmiştir (65). Buna ek olarak, tesis yatırımları ve otel yenilemeleri oyunlardan sonra devam etmiştir.

Sidney Olimpiyat Oyunları'nda da büyük bir yapısal dönüşüm planı hazırlanmıştır. Ancak maliyetler beklendiğinden fazla olmuştur. Özellikle oyunlar için iki büyük stadyum inşa edilmiş bu maliyetleri arttırmıştır. Oyunlardan sonra bu tesisler yeni organizasyonlarda kullanılmadığı için atıl durumda kalmıştır. Kentsel dönüşüm planı sadece Sidney merkezli kalmamış ancak yerel halk için olumlu sonuçlar vermemiştir. Oyunlara hazırlık evresinde halk birçok alandan ve tesisten yararlanamamıştır.

Ayrıca Sydney Olimpiyat stadyumunun 110.000 kişilik kapasitesi oyunlardan sonra 80.000 kişiye düşürülmüş ve bu gereksiz bir gider olarak hesaplara geçmiştir (13).

Atina Olimpiyat Oyunları'nda ise tesis inşaatlarına ve altyapı çalışmalarına çok geç başlanılsa da yeni yol yapımlarına, havaalanı inşasına, dünya çapında tesis yapımına ve tesislerin modernizasyon çalışmalarına bütçede büyük bir pay ayrılmıştır. Ancak Sidney'den farklı olarak en azından bu yatırımlar atıl kalmamıştır.

Bilet satış gelirleri de olimpiyat oyunlarının gelir getiren unsurlarındandır. Bilet satışlarının artması tesis kapasiteleriyle ve oyunların tanıtımıyla doğrudan ilişkilidir. Buna göre Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda biletlerin % 82,3' ü satılırken Sidney Olimpiyatları'nda biletlerin % 92,4'ü satılmıştır. Atina Olimpiyat Oyunları'nda ise bilet fiyatları düşürülmesine rağmen bir önceki oyunlara göre beklenen bilet satış geliri elde edilememiştir. Atina Olimpiyatları'nda biletlerin sadece % 77'si satılabilmektedir. 11 Eylül saldırılarından kaynaklanan güvenlik kaygısı Atina Olimpiyatları'nı bilet gelirleri konusunda da olumsuz etkilemiştir.

Olimpiyat oyunlarını televizyon yayın geliri bakımından da kıyaslamak gerekirse; Barselona televizyon yayın haklarının satışından 635 milyon dolar elde

edilmiştir (7). Buna karşılık Atlanta Olimpiyat Oyunları'ndan 884 milyon dolarlık bir televizyon yayın geliri sağlanmıştır (65). Sidney Olimpiyatları ise en büyük televizyon yayın organizasyonunu gerçekleştirmiştir. Kesin bir rakam verilmemekle beraber Sidney televizyon yayın gelirinin yaklaşık 3,5 milyar doları olduğu belirtilmektedir. Atina pazarlama raporu verilerine göre Atina Olimpiyatları'nın televizyon yayın geliri ise yaklaşık 1,5 milyar dolardır.

Sponsorluk gelirleri olimpiyat oyunlarının en önemli finansman kaynağıdır. Sponsorlar için de eşi bulunmaz bir varlık ispatlama ve marka güvenini arttırma fırsatıdır. Barcelona olimpiyat oyunlarında sponsorluk geliri bir önceki olimpiyatlara göre 3,7 kat artmıştır (9). Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda \$588 milyonluk sponsorluk geliri sağlanmıştır (65). Sidney Olimpiyat Oyunları'nda ise sponsorluk gelirleri milyar dolarları bulsa da yetersiz kalmıştır. Rakamın ne kadar büyük olduğu değil, organizasyon faaliyetlerinin genişliğine göre yeterli olması önemlidir. Barcelona Olimpiyat Oyunları'nda ise farklı bir sponsorluk anlayışı güdülmüştür. Oyunlara ekonomik fayda açısından bakılmasının ilk yıllarına denk gelen Barcelona Olimpiyatları'nda az sayıda sponsordan büyük miktarlarda para teklif edilmiştir. Ancak sponsorluk anlayışının yeni yeni oturmaya başladığı bu dönemlerde Barcelona Oyunları'na sponsorluk geliri bakımından başarılı denilebilir. Atina da sponsor sayısını sınırlamış ancak diğerlerinden farklı olarak yerel sponsorlara ağırlık vermiştir. Başarılı bir sponsorluk programı yürütülen Atina Olimpiyat Oyunları'nda sponsorluk bütçenin çeyreğini oluşturmuştur.

Elde edilen bulguların karşılaştırılması sonucunda olimpiyat oyunlarının hedeflenen her alanda karla sonuçlandığını söylemek mümkün değildir. Buna zıt olarak, olimpiyatların başarılı ya da başarısız olduğunu sadece yarattığı bütçe açığına ve makro ekonomik büyüklüklerde yarattığı değişikliklere bağlı olarak da ifade etmek de sağlıklı değildir. Önemli nokta, aslında ev sahibi ülke ve kentin neyi ya da neleri hedeflediğini ve bu hedeflere ulaşip ulaşmadığını değerlendirmektir. Araştırma sonunda kamu sektörü ve özel sektör işbirliğinin

Barselona ve Sidney Olimpiyat Oyunları'nda doğru kullanımının başarıyla sonuçlandığı ancak Atlanta Olimpiyat Oyunları'nda var olan siyasi zıtlığa bağlı olarak işe yaramadığı görülmüştür.

Ayrıca olimpiyat oyunlarının olumlu etkilerinin her ülke ve kentte oyunlardan sonra da devam etmediği tespit edilmiştir. Bu tespit, olimpiyat oyunlarının kalkınmakta olan ülkeler için bir katalizör etkisi yaratmadığının aksine bu ülke ve kentleri finansal yüke sürüklediğinin göstergesidir. Olimpiyat oyunları küçük ve gelişmekte olan ülkeler için bir mucize yaratmamıştır. Avustralya ve İspanya gibi zaten refah düzeyi küçük ülkelere göre yüksek olan büyük ülkeler açık verseler bile oyunlardan karlı çıkmışlardır.

Araştırma sonucunda, olimpiyatların gerçekleştiği döneme rasgele ekonomik krizlerin ve büyük terör saldırılarının oyunların başarısına etki ettiği yani oyunların dışsalılıklardan oldukça etkilendiği tespit edilmiştir.

Her ev sahibi ülke ve kentin ortak hedefleri olan dünya şehirleri arasına girme ve farkındalığı artırma hedefleri oyunlar esnasında gerçekleşen olaylara göre olumlu ya da olumsuz nitelik kazanmıştır. Atlanta Olimpiyatları'nda gerçekleşen bomba saldırısı Atlanta'nın hali hazırdaki olumsuz imajına bir yenisini daha eklemiştir. Aksine, yeşil oyunlar sloganıyla yola çıkan Sidney Olimpiyat Oyunları insanların beynine çevre bilinci olan bir ülke ve kent olarak yer etmiştir. Dönemin ekonomik krizini olimpiyatlar esnasında da başarıyla atlatan Barselona ise hem oyunların hem de krizin üstesinden gelebilecek kadar güçlü bir ülke imajı çizmiş ve İspanya'ya olan güven oyunlardan sonra da devam etmiştir.

Araştırmada incelemeye alınan dört olimpiyat oyunu ana hatlarıyla aşağıdaki tablodaki gibi özetlenebilir (42).

Tablo-30 Ana Hatlarıyla 1992 Barselona, 1996 Atlanta, 2000 Sidney ve 2004 Atina Olimpiyat Oyunları

	Barselona 1992	Atlanta 1996	Sidney 2000	Atina 2004
Hedef	Şehrin yenilenmesi ve güçlenmesi	Emlak pazarını ve altyapıyı güçlendirme	Güçlü çevresel sorumluluk	Turizm patlaması
Olimpiyat Alanları	Sahil şeridi ve şehir merkezi	Şehir merkezi	Şehrin çevresi ve Banliyö	Atina ve Attica
Politik ve idari yapılar	Diktatörlükten demokrasiye geçiş, hükümet desteği	Özel sektör desteği	Kamu ve özel sektör birlikte, gelişime açık	Kamu ve özel sektör birlikte
Planlama	Etkili, uzun dönem fayda hedefi	Temel hedef dönüşüm, ancak küçük etki	Etkili, çevre ve uzun dönem fayda hedefi	Temel hedef turizm, ancak küçük etki
Finansal strateji	Kamu ve özel sektör desteği	Özel fonlar ve sponsorluklar	Kamu ve özel sektör desteği	Kamu ve özel sektör desteği
Çarpan etkileri	Olimpik çalışma merkezi, hizmet sektöründe gelişim	Güçlenmiş emlak pazarı ve üniversitelerin tesis ve barınma yeri kazanımı	Potansiyel olarak olumlu; barınma yerleri ve tesisleri hala yeni	Turizm yabancı yatırımlarında artış
Önemli noktalar	Katılımcı liderlik	Oyunlar boyunca nüfus yoğunluğu ve aşırı dönüşüm	Yerel hükümetin katılımı, oyunlar sonrası boş Olimpiyat Parkı	Bütçe açığı
GSYİH Etkisi	Artış	Etkisiz	Artış	Artış
İstihdam Etkisi	Artış-sürdürülebilir	Artış-devamsız	Artış-sürdürülebilir	Artış-devamsız
Harcamalar	Harcama Kısıtlaması	Maliyet Artışı	Harcama Kısıtlaması	Maliyet Artışı
Turizm Etkisi	Kongre Turizmi, sürdürülebilir	Olumsuz İmaj	Sürdürülebilir etki	Yetersiz turizm Politikası
Tesis ve Altyapı	Başarılı yatırım	Başarılı yatırım	Atıl tesisler	Başarılı yatırım

Araştırma sonucunda aşağıdaki tespitler yapılmıştır.

- Sidney Olimpiyat Oyunları ülkenin GSYİH'sını ve kentin gayrisafi bölgesel hasılasını arttırmıştır. 2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nda ise Sidney'e göre düşük olmasına rağmen olumlu GSYİH etkisi görülmüştür. Olimpiyatlar Barselona GSYİH'sının artış göstermesine neden olmuştur. Aynı olumlu etki Atlanta Olimpiyatları'nda görülmemiştir.
- Oyunlar farklı oranlarda da olsa ev sahibi ülke ve kentlerin istihdam oranlarını arttırmıştır. Ancak bu olumlu istihdam etkisi sadece Barselona ve Sidney Olimpiyat Oyunları'ndan sonra devam etmiştir. Atlanta ve Atina Olimpiyatları'ndan sonra istihdam oranları azalış göstermiştir.
- Dört olimpiyat oyununda da yatırımlar sadece inşaat, altyapı ve turizm alanlarıyla sınırlı kalmıştır.
- Barselona ve Sidney Olimpiyat Oyunları'nda gerçek maliyeti oluşturan harcamalar kısılrken Atlanta ve Atina Olimpiyatları'ndaki organizasyonel harcamaların maliyetleri arttırdığı görülmüştür.
- Ev sahibi ülke ve kentlerde tüketim, yatırım ve harcamalara doğru orantılı olarak artış göstermiştir.
- Barselona Olimpiyat Oyunları hükümeti borçlu bırakırken Atina Olimpiyat Oyunları da bütçe açığı bırakmıştır. Sidney Olimpiyatları ise ne kar ne de zarar oluşturmuştur.
- Barselona ve Sidney Olimpiyatları başarılı bir turizm politikası çizmiş ve turizm endüstrisi yatırımlarını oyunlardan sonra da devam ettirmiştir. Ancak turizmdeki bu olumlu etki Atlanta ve Atina Olimpiyatları'nda görülmemiştir.
- Barselona ve Sidney Olimpiyatları dolayısıyla başarılı tesis ve altyapı yatırımları gerçekleşmiştir. Ancak Barselona'dan farklı olarak Sidney Olimpiyatları'nın tesis mirası atıl kalmıştır. Atlanta ve Atina Olimpiyatları'nda da

tesis ve altyapı yatırımlarına büyük fonlar ayrılmış ve tesislerin atıl kalmaması sağlanmıştır.

- Büyük olaylara ev sahipliği yapabileceğini ispatlama konusunda Barcelona Olimpiyat Oyunları İspanya ve Barcelona için örnek olmuştur. Diğer olimpiyatlar ev sahibi ülkeler için aynı etkiyi yaratmamıştır.

- Bilet gelirleri, televizyon yayın gelirleri ve sponsorluk gelirleri her olimpiyat oyunun da bir önceki olimpiyatlara göre artış göstermiştir.

- Özel sektör ve kamu sektörü işbirliği Atlanta ve Atina Olimpiyat Oyunları'nda başarısız olmuştur.

- Ekonomik kriz ve terör saldırıları gibi büyük olaylar olimpiyat oyunlarının başarılı olup olmamasında paya sahiptirler.

- Refah düzeyi daha yüksek olan ülkeler refah düzeyi daha düşük olan ülkelere göre oyunların olumlu etkilerinden daha fazla yararlanmışlardır.

5. ÖNERİLER

Olimpiyat Oyunları bütünüyle olumlu bir ekonomik etki yaratmak için bir mucize olmasa da refah seviyesi düşük ev sahibi ülke ve şehirlerde ekonomiyi canlandırdığı, refah seviyesi yüksek ev sahibi ülke ve şehirlerde ise ilerlemeyi hızlandırdığı ortadadır. Ancak olimpiyat oyunlarının ekonomik etkilerinin daha geniş analiz edilebilmesi için var olan çalışmalara yenileri eklenmelidir. Özellikle olimpiyatlar ev sahipliği yapmayı hedefleyen ülkemiz için bu oldukça gereklidir.

Hala gelişmekte olan ülkeler sınıfında olan ülkemiz için olimpiyatlara ev sahipliği yapmaya aday olmaktan önce gerekli tüm ekonomik değerlendirme ve planlama yapılmalıdır. Araştırmada yer alan olimpiyat örneklerinden de görüldüğü gibi artık küresel bir dünyada yaşadığımız için uzak ve yakın kavramları anlamını yitirmiştir. Dolayısıyla her hangi bir bölgede yaşanan ekonomik kriz veya terör saldırısı o dönemde oyunlara ev sahipliği yapıyor olsak bile ya bir kurtuluş ya da tam anlamıyla bir mali çöküş olacaktır.

Oyunlara ev sahipliği yapmayı arzulayan bütün ülkelerin öncelikli amacı varlıklarını ispatlamak ve ev sahibi şehri de tanınmış dünya şehirleri arasına sokmaktır. Ancak yapılan çalışmalar tek hedefin tanınma ve turizm olması durumunda o olimpiyatın bir fiyasko olacağını göstermektedir. Bu nedenle oyunlara ev sahipliği yapmak için çok yönlü düşünülmeli ve organizasyon ve planlama dönemlerinde alternatif senaryolar hazırlanmalı ve her zaman ikinci bir plan olmalıdır. Oyunların yaratması muhtemel olumlu etkilerin negatif dışsallıklardan çok çabuk etkilenip tersine dönebileceği unutulmamalıdır.

Ülkemizin oyunlara ev sahipliği yapma isteğini değerlendirmek gerekirse bunun için öncelikle güçlü bir stratejik çalışma yürütülmesi gerektiği ortadadır. Bu denli büyük bir organizasyonun altından başarıyla kalkılabilmesi için hali hazırdaki ekonomik göstergelerin olumlu trend çiziyor olması sanıldığından daha

önemlidir. Gerçekte oyunların ülkemiz gibi küçük ülkeler için bir kurtarıcı olmadığı oldukça açıktır. Ülkemiz gerek yönetsel yapıdaki eksiklikler, gerek sürekli dalgalanan ekonomik göstergeler dolayısıyla böylesine büyük bir organizasyonu üstlenmek için yetersizdir.

Olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapmak ciddi tesis ve altyapı yatırımları gerektirmektedir. Bunun için ev sahibi olması planlanan İstanbul'un fazlasıyla tesis ve altyapı yatırımlarına ihtiyacı vardır. Olimpiyat stadı ile ilgili tartışmalar ise hala sürmektedir. Ulaşım problemleri, konaklama yerleri, çevre düzenlemeleri ve sporcular için gerekli alanlar konularında yürütülmesi gereken çalışmalar aslında adaylığın düşünülmesinden itibaren başlatılmalıdır. Oysa İstanbul için yapılan bu çalışmalar hayal kırıklığı yaratmıştır. Tüm bunlar organizasyonun mali boyutunun sadece bir kısmıdır. Ancak bu denli büyük bir organizasyon ciddi bir mali yapılanma, organize politikalar ve ilgili tüm alanlarda yatırım gerektirmektedir.

Ülkemizin içinde bulunduğu şartlar göz önüne alınırsa Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapabilmek bizim için uzun dönemli bir hayal olmaktan öte değildir.