

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ETKİNLİKLERİN DESTİNASYONA ETKİLERİ:
2011 ERZURUM UNİVERSİADE KIŞ OYUNLARI

Tuba BERBEROĞLU

Danışman
Prof. Dr. Saime ORAL

İZMİR - 2012

YÜKSEK LİSANS
TEZİ PROJE ONAY SAYFASI

2010800225

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : Tuha BERBEROĞLU
Tez Başlığı : Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Üniversiade Kış Oyunları

Savunma Tarihi : 18.12.2012
Danışmanı : Prof.Dr.Saima ORAL

JÜRİ ÜYELERİ

Ünvanı, Adı, Soyadı

Üniversitesi

İmza

Prof.Dr.Saima ORAL

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

Yrd.Doç.Dr.Gürhan AKTAŞ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

Prof.Dr.Mustafa ÖZATEŞLER

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

Oybirliği ☒

Oy Çokluğu ☐

Tuha BERBEROĞLU tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Üniversiade Kış Oyunları" başlıklı Tezi () / Projesi () kabul edilmiştir.

Prof.Dr. Utku UTKULU
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak **sunduğum “Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları”** adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

...../...../.....

Tuba BERBEROĞLU

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Etkinliklerin Destinasyona Etkileri:

2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları

Tuba BERBEROĞLU

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Etkinlikler, son yıllarda turizm ürünleri arasında önemli turistik çekicilikler olarak yer almaya başlamıştır. Artık destinasyonlar, etkinlikleri turizm talebi artırma, turizm sezonunu uzatma, ilave çekicilik yaratma, imaj geliştirme ve destinasyonun pazarlanmasında sürdürülebilirlik sağlama gibi birçok amaçla kullanılmaktadır. Önemli turistik çekicilikler olarak görülen etkinliklerin turizm sektörüne sağladığı bu gibi faydalarının yanında destinasyonda ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve politik alanda hem kısa hem de uzun dönemde birçok etkisi de bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, önemli spor etkinliklerinden biri olan 2011 Universiade Kış Oyunları (2011 Dünya Üniversite Kış Oyunları)'nın ev sahibi bölgede bıraktığı etkilerin yerel halkın algısı üzerinden ortaya çıkartılmasıdır. Bu çalışmanın önemi, etkinliğin ev sahibi bölgede bıraktığı etkilerin belirlenmesi ile bu tür etkinliklerin organizasyonu aşamasında oluşturulan sürdürülebilir planlara kaynak oluşturulabilmektir. Bu çalışmada, etkinliğe ev sahipliği yapmış bölge insanının demografik profillerinin ve etkinliğin etkilerini nasıl algıladıklarının belirlenebilmesi için bir anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışması sonucunda ortaya çıkan faktörler doğrultusunda 2011 Universiade Kış Oyunları'nın ev sahipliğini yapan Erzurum'da ne gibi etkiler bıraktığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Etkinlikler, Etkinlik Etkileri, 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları

ABSTRACT

Master's Thesis

Impacts of Events on Destinastions: 2011 Erzurum Universiade Winter Games

Tuba BERBEROĞLU

Dokuz Eylül University

Graduate School of Social Sciences

Department of Tourism Management

Tourism Management Program

Events have started to take place as important touristic attractions among the products of tourism in recent years. These days, destinations use the event with the aim of increasing tourism supply, extending the tourism season, creating additional attractions, developing an image and providing sustainability in the marketing of destination. These events, regarded as touristic attractions have a great deal of impacts on the destinations in an economic, socio-cultural, environmental and political way as well as benefits for the tourism sector. The aim of this work is to deduce the effects on the host city of the 2011 Universiade Winter Games (2011 World University Winter Sports), as one of the important sports events, from the perceptions of the residents. The significance of this work to generate sources for the sustainable plans formed in the organizational period of this kind of events as a result of determining the effects of the activity on the host city. In this work, there has been a questionnaire study about their demographic profiles in order to identify how the resident's perceive the event. Through out the factors which have emerged in the result of this questionnaire study, we have tried to determine what kind of effects Universiade Winter Sports 2011 does have on Erzurum as the host city.

Keywords: Destination, Events, Impacts of Events, 2011 Erzurum Universiade Winter Sports

**ETKİNLİKLERİN DESTİNASYONA ETKİLERİ:
2011 ERZURUM UNIVERSİADE KIŞ OYUNLARI**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	x
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
EK LİSTESİ	xv
GİRİŞ	1

**BİRİNCİ BÖLÜM
DESTİNASYON ve ETKİNLİKLER**

1.1. DESTİNASYON	3
1.1.1. Destinasyon Tanımı ve Özellikleri	3
1.1.2. Destinasyon Çekim Unsurları	7
1.1.2.1. Destinasyon Çekim unsuru olarak Doğal Çekicilikler	9
1.1.2.2. Destinasyon Çekim unsuru olarak Tarih ve Kültür	10
1.1.2.3. Destinasyon Çekim unsuru olarak Rekreasyonel Çekicilikler	11
1.1.2.4. Destinasyon Çekim unsuru olarak Etkinlikler	12
1.2. ETKİNLİKLER	13
1.2.1. Etkinliklerin Tanımı ve Düzenlenme Nedenleri	13
1.2.1.1. Dini Nedenler	14
1.2.1.2. Siyasi Nedenler	15
1.2.1.3. Sosyal Nedenler	15

1.2.1.4. Eğitime Dayalı Nedenler	15
1.2.1.5. Ticari Nedenler	16
1.2.2. Etkinliklerin Sınıflandırılması	17
1.2.2.1. Boyutlarına Göre Etkinlikler	18
1.2.2.1.1. Özel Etkinlikler	20
1.2.2.1.1.1. Hallmark (Özellikli) Etkinlikler	21
1.2.2.1.1.2. Mega Etkinlikler	22
1.2.2.2. İçeriklerine Göre Etkinlikler	24
1.2.2.2.1. Kültürel Etkinlikler	26
1.2.2.2.1.1. Festivaller	26
1.2.2.2.1.2. Karnavallar	28
1.2.2.2.1.3. Dini Etkinlikler	28
1.2.2.2.2. Sanat Etkinlikleri	29
1.2.2.2.3. İş Amaçlı Etkinlikler	30
1.2.2.2.3.1. Fuar ve Sergiler	30
1.2.2.2.3.2. Kongreler	31
1.2.2.2.3.3. Konferanslar	31
1.2.2.2.3.4. Seminerler	32
1.2.2.2.3.5. Forum	32
1.2.2.2.3.6. Sempozyum	32
1.2.2.2.4. Eğitimsel ve Bilimsel Etkinlikler	33
1.2.2.2.5. Politik Etkinlikler	33
1.2.2.2.6. Spor Etkinlikleri	33

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİKLERİN DESTİNASYONA ETKİLERİ

2.1. ETKİNLİKLERİN EKONOMİK ETKİLERİ	45
2.2. ETKİNLİKLERİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ	53
2.3. ETKİNLİKLERİN ÇEVRESEL ETKİLERİ	56
2.4. ETKİNLİKLERİN POLİTİK ETKİLERİ	61
2.5. ETKİNLİKLERİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ	62
2.6. ETKİNLİKLERİN UZUN DÖNEM ETKİLERİ (ETKİNLİK MİRASI)	70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
2011 ERZURUM UNIVERSIADE KIŞ OYUNLARI'NIN DESTİNASYONA
ETKİLERİ

3.1. 2011 ERZURUM UNIVERSIADE KIŞ OYUNLARI	73
3.2. ETKİNLİKLERİN ETKİLERİNİN ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK AKADEMİK ÇALIŞMALAR	77
3.3. ALAN UYGULAMASI	83
3.3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	83
3.3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	84
3.3.3. Araştırmanın Yöntemi	84
3.3.4. Araştırmanın Değerlendirilmesi	86
3.3.4.1. Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri Ölçeği Faktör Analizi	88
3.3.4.2. Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri Ölçeği Faktör Analizi	91
3.3.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar	92
3.3.5.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	92
3.3.5.2. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu ve Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları	98
3.3.5.3. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması İle İlgili Bulgular	100
3.3.5.4. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması İle İlgili Bulgular	114

3.3.5.5. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Kış Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu ve Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Aralarındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi	119
SONUÇ	122
KAYNAKÇA	133

KISALTMALAR

BIE	Bureau International des Espositions
FISU	International University Sports Federation
IOC	International Olympic Committee
s.	Sayfa No
THY	Türk Hava Yolları
AEME	Association for Events Management Education

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Etkinliklerin Gelişmesini Sağlayan Faktörler	s. 16
Tablo 2: Planlı Etkinlik Çeşitleri	s. 25
Tablo 3: 1995-1996'da Olimpiyatlarla İlgili Yabancı Turist Harcamaları (Milyon Dolar)	s. 49
Tablo 4: Yıllara göre İstanbul Park Grand Prix 3 Günlük Ziyaretçi Sayıları	s. 52
Tablo 5: Etkinliklerin Etkilerini Yerel Halkın Algısında Ölçen Temel Çalışmalar	s. 78
Tablo 6: Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri Ölçeği Faktör Yapısı	s. 89
Tablo 7: Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri Ölçeği Faktör Yapısı	s. 91
Tablo 8: Örneklem Grubunun Yaş Göre Dağılımı	s. 92
Tablo 9: Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	s. 93
Tablo 10: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	s. 94
Tablo 11: Örneklem Grubunun Mesleklerine Göre Dağılımı	s. 95
Tablo 12: Örneklem Grubunun Erzurumlu Olup Olmama Durumuna Göre Dağılımı	s. 96
Tablo 13: Örneklem Grubunun Erzurum'da Yaşamakta Olduğu Süreye Göre Dağılımı	s. 96
Tablo 14: Örneklem Grubunun Gelir Miktarlarına Göre Dağılımı	s. 97
Tablo 15: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları	s. 98
Tablo 16: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları	s. 99
Tablo 17: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması	101
Tablo 18: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 103

Tablo 19: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 105
Tablo 20: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Meslek Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 106
Tablo 21: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurumlu Olup Olmama Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 108
Tablo 22: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurum'da Yaşamakta Olduğu Süre Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 110
Tablo 23: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Gelir Miktarı Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 112
Tablo 24: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 114
Tablo 25: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 115
Tablo 26: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 115
Tablo 27: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Meslek Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 116
Tablo 28: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurumlu Olup Olmama Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 117

Tablo 29: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurum'da Yaşamakta olduğu Süre Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 118
Tablo 30: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Gelir Miktarı Değişkenine Göre Farklılaşması	s. 119
Tablo 31: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu ve Olumsuz Etki Değişkenleri İle İlgili Algı Düzeylerinin Aralarındaki İlişkinin Korelasyon Analizi	s. 121

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Destinasyonun Kavramsal Modeli	s. 6
Şekil 2: Etkinliklerin Sınıflandırılması	s. 19
Şekil 3: Spor Turizmi Modeli	s. 36
Şekil 4: Etkinlik Etkileri	s. 43
Şekil 5: Etkinliklerin Etki Dereceleri	s. 44
Şekil 6: Etkinliklerin Uzun Dönemli Turizm Etkilerinde Etkili Olan Faktörler	s. 63
Şekil 7: Özel Etkinliklerin Turizmle İlişkili Roller	s. 64
Şekil 8: Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı	s. 93
Şekil 9: Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	s. 94
Şekil 10: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	s. 94
Şekil 11: Örneklem Grubunun Mesleklerine Göre Dağılımı	s. 95
Şekil 12: Örneklem Grubunun Erzurumlu Olup Olmama Durumuna Göre Dağılımı	s. 96
Şekil 13: Örneklem Grubunun Erzurum'da Yaşamakta Olduğu Süreye Göre Dağılımı	s. 97
Şekil 14: Örneklem Grubunun Gelir Miktarlarına Göre Dağılımı	s. 97
Şekil 15: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları	s. 99
Şekil 16: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları	s. 100

EK LİSTESİ

Ek 1: 2011 Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'a Etkileri Anketi ek.s.1

GİRİŞ

İnsanları seyahate çıkmaya yönelten nedenler, her çağda değişik açılardan farklılık göstermiştir. Eski Mısır, Yunan ve Roma uygarlıklarında zengin sınıflar dinlenmek, yeni yerler görmek ve saygınlık kazanmak için seyahat etmişlerdir. Orta çağda en önemli yolculuk güdüsü, haç ve kutsal yerleri görme amacıyla yapılan dinsel seyahatlerden oluşurken, 17. ve 18. yüzyıllarda, zengin gençler Avrupa ülkelerine eğitim için seyahat etmeye başlamışlardır. 19. yüzyılda ise çeşitli Avrupa ülkelerinde ortaya çıkan kaplıca ve kıyı merkezlerine, sağlık ve dinlenme güdüsüyle yapılan seyahatler meydana çıkmıştır. Günümüzde ise her kesimden çok sayıda insan, dinlenme, eğlenme ve yeni yerler görme gibi başlıca etmenlerin dışında iş, sağlık, merak, din, spor, kültür ve benzeri amaçlarla, dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılım gibi çok çeşitli nedenlerle seyahat etmektedirler. Özellikle boş zaman olgusunun artış göstermesi, ulaşım imkanlarının kolaylaşması, eğitim ve refah seviyesinin yükselmesiyle birlikte insanlar çeşitli nedenlerle organize edilen etkinliklere katılmaya artık daha fazla isteklidirler. Bilhassa etkinlik endüstrisi içinde önemli etkinlik grubunu oluşturan uluslararası spor etkinliklerine katılıma olan talep, son yıllarda önemli miktarda artış göstermektedir.

Destinasyonlar, özellikle son yirmi yılda etkinliklerle yaşanan talep artışından yararlanmak üzere kendi öz çekiciliklerinin (doğal, tarihi, kültürel çekicilikler vb.) yanında ek bir turistik çekicilik olarak etkinlikleri kullanmaktadır. Turistik çekicilikleri zayıf olan bölgeler ise, etkinlikleri, temel çekim unsuru olarak kullanarak turizm potansiyellerini artırmaya çalışmaktadır.

Etkinlikler, turizmin temel özellikleri itibariyle destinasyonlarda çok çeşitli alanlarda çok çeşitli etkilere sahiptir. Özellikle uluslararası spor etkinlikleri gibi büyük etkinlikler, destinasyonlarda ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel, politik alanlarda ve turizm sektörü alanında kısa ve uzun dönemde hem olumlu hem de olumsuz birçok etkiyi de beraberinde getirmektedir.

Son yıllarda dünya genelinde dikkat çeken uluslararası spor etkinliklerinin daha çok ev sahibi ülkeye olan ekonomik etkilerinin üzerinde durulmaktadır. Aslında bir turizm çeşidi olarak da kabul edilen etkinliklerin, destinasyonlarda yarattığı ekonomik etkilerinin yanında, politik etkileri, çevresel etkileri ve yerel halk üzerinde yarattığı sosyo-kültürel etkileri, turizm sektörüne etkilerinin de olduğu ve bu etkilerin

oldukça önemli olduğu saptanmış olmakla birlikte, bu alanlarda ve özellikle de bu etkileri yerel halkın algısında meydana çıkarma konusunda Türkiye’de yapılmış yeterince çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada, etkinliklerin ev sahibi toplumlar üzerinde yarattığı ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel alanlardaki etkilerinin yanında turizm sektörüne etkileri konusuna odaklanılacak ve bu etkiler yerel halkın algısında meydana çıkarılmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde; destinasyon ve çekicilikleri, etkinlikler ve çeşitleri hakkında genel bilgiler verilerek etkinlikler ve destinasyon arasındaki ilişki belirtilecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; etkinliklerin destinasyonlarda ekonomik, sosyo-kültürel, politik, çevresel ve turizm sektörü gibi alanlarda ne türde etkilerde bulunduğu ve etkinliklerin destinasyonlarda bıraktığı uzun dönem etkilerinin neler olabileceği açıklanmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise, Erzurum’da düzenlenen 25. Universiade Kış Oyunları’na genel bir bakış ile çalışmada ölçülmesi planlanan faktörleri içeren çalışmalar incelenecek ve literatür taraması sonucu oluşturulan bir ölçek yardımıyla, Türkiye’de ilk kez 2011 yılında Erzurum’da gerçekleştirilen Universiade Kış Oyunları’nın destinasyona bıraktığı etkiler, yerel halkın algısında ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DESTİNASYON ve ETKİNLİKLER

1.1. DESTİNASYON

Bir turistik destinasyon (turistik yer), sahip olduğu çeşitli turizm kaynakları ile turistleri çeken ve turistlerin yoğun ziyaretine ev sahipliği yapan pek çok kurum ve kuruluşun sağladığı doğrudan veya dolaylı turizm mal ve hizmetlerinin bütününden oluşan karmaşık bir üründür¹. Aynı zamanda bu ürün zaman içinde çeşitli dönüşüm ve değişimlerle birlikte dinamik bir yapıya da sahiptir. Bu gelişim ve değişim ziyaretçi tercih ve ihtiyaçlarındaki değişiklikler, fiziksel tesis ve imkanların yenilenmesi veya yavaş yavaş bozulması, bölgenin ilk popülaritesinin yaratıcısı olan özgün doğal ve kültürel mekanların değişimi hatta zamanla kaybolması gibi çeşitli faktörlerden meydana gelmektedir². Bu karmaşık yapı itibarıyla destinasyon kavramının ifadesi de değişkenlik göstermektedir.

1.1.1. Destinasyon Tanımı ve Özellikleri

Destinasyon kavramına yüklenilen anlam bölgeye bağlı olarak farklılaşabilmektedir. Bununla birlikte destinasyonu tanımlamak için belirlenen özellikler turizm gelişiminin boyutları ile ilgili olduğundan, analiz edilen bölgeler, turizm destinasyonu (turizm bölgesi) olarak adlandırılmaktadır³. Destinasyon ile genel olarak, tüketicilere birleşik bir deneyim sunan, turizm ürünlerinin bir karışımı ifade edilmektedir⁴. Kılıç'a göre "destinasyonlar, turistik çekiciliğe sahip, turistik ürün üreten işletmelerce desteklenmiş, ulaşılabilir turizm bölgeleridir"⁵.

Tanımlamada belirtildiği gibi destinasyonlar, ziyaretçilerine her türlü turistik ürünleri bir bütün halinde, ulaşılabilir olanaklarla sunarlar. Destinasyonun

¹Gökçe Özdemir, **Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s.1

²R. W. Butler, "The Concept of Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", **Canadian Geographer**, Vol:24, No:1, March 1980, s.5

³Nur Ersun ve Kahraman Arslan, "Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri", **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt:31, Sayı:2, 2011, s.231

⁴Dimitrios Buhalis, "Marketing the competitive destination of the future", **Tourism Management**, Vol:21, No:1, 2000, s.97

⁵Burhan Kılıç, "Destinasyon Ziyaretçilerinin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Sadakat Eğilimleri Üzerine Etkisi", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 26, 2011, s.240

barındırdığı konaklama işletmeleri, turistik çekicilikler, yiyecek-içecek işletmeleri ve hatta turizmin destekleyici öğeleri olan ulaşım hizmetleri ve diğer alt yapı hizmetleri bir bütün halinde, destinasyonu oluşturan turistik ürünler olarak ziyaretçilere sunulurlar⁶. Destinasyon ifadesi bazen küçük yerel bir bölgeyi ifade ederken bazen de bir coğrafik bölge, bir ülke hatta bir kıta için de kullanılmaktadır⁷. Ancak son yıllarda ülkeler daha çok kendilerini tek bir destinasyon olarak değil, ülke içindeki farklı arz potansiyellerine sahip bölge ve şehirlerini ayrı ayrı destinasyonlar olarak pazarlamaya başlamışlardır⁸.

Hosany ve diğerlerine göre bir turizm destinasyonu, maddi ve maddi olmayan unsurlardan oluşan bir pakettir, bu paket potansiyel olarak bir ürün olarak görülüp ya da bir marka olarak da algılanabilir⁹. Geniş bir tanımlama da ise destinasyonlar, ülkenin tamamından küçük fakat ülke içindeki pek çok ilden büyük olabilen, insanların düşüncelerinde belli bir imaja sahip, markalaşmış, ulusal bir alana ve önemli turistik çekiciliklere, cazibe merkezlerine ve festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, yeterli bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına, turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafik alana sahip turizm bölgeleridir¹⁰.

Giderek yaygınlaşan başka bir tanıma göre ise destinasyon, tüketicilerin ziyaret amaçlarına göre seçecekleri seyahat türüne, kültürel geçmişlerine, ziyaret amaçlarına, eğitim düzeylerine ve geçmiş seyahat deneyimlerine göre tüketiciler tarafından yorumlanan algısal bir kavramdır. Buna göre destinasyon aynı zamanda ziyaret edilen bölgenin toplam deneyiminden kombine edilen bireysel turistik ürünlerin ve deneyim fırsatlarının bir karışımı olarak görülebilir¹¹. Mannell ve Iso-

⁶ Gürhan Aktaş, "Turizmde Destinasyon Pazarlaması", **Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, (Ed. Orhan İçöz), Turhan Kitabevi, Ankara, 2007, s.117

⁷Kılıç, s.240

⁸A. Celil Çakıcı ve Murat Aksu, "Gökçeada'ya Gelen Turistlerin Beklenti ve Tatmin Düzeylerinin Karşılaştırılması", **Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt:7, No:1, 2006, s.2

⁹ Sameer Hosany ve diğerleri, "Destination Image and Destination Personality, International Journal of Culture", **Tourism and Hospitality Research**, Vol:1, No:1, 2007, s.4

¹⁰Cevat Tosun ve CL Jenkins, "Regional Planning Approcahes to Tourism Development: the case study of Turkey", **Tourism Management**, Vol:17, No:7, November 1996, s.519-531'den aktaran Nazmi Kozak, **Turizm Pazarlaması**, Gözden Geçirilmiş 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010, s.139

¹¹Peter Murphy ve diğerleri, "The destination product and its impact on traveller perceptions", **Tourism Management**, Vol:21, No:1, 2000, s.44

Ahola'ya göre destinasyon deneyimi, önceki seyahatten edinilen memnuniyetle eşit düzeyde oluşmaktadır¹².

Destinasyonlar, sahip oldukları özelliklerle birçok benzerlik ve aynı zamanda farklılık göstermelerine rağmen Buhalis'e göre birçok destinasyon aşağıda belirtilen 6 çekirdek bileşenle ifade edilebilir. Bu nedenle destinasyonlar ürün, hizmet ve deneyimlerin bir kombinasyonu olarak kabul edilirler. Bu da bize, tüm paydaşlar açısından faydaları maksimize etmek için turistik arz ve talebi yönetmenin yanında turizmin bölgesel etkilerini değerlendirmemizi de sağlar¹³:

- Çekicilikler (Attractions); doğal, insan yapımı, tarihi ve kültürel çekicilikler, özel etkinlikler,
- Erişilebilirlik (Accessibility); tüm ulaşım sistemleri, terminaller, araçlar,
- Tesisler (Amenities); konaklama ve yiyecek-içecek tesisleri, perakendecilik, dağıtım kanalında yer alan diğer turistik hizmetler,
- Paket hizmetler (Available packages); araçlar tarafından önceden hazırlanmış paket hizmetler,
- Aktiviteler (Activities); destinasyon ziyareti esnasında turistlere sunulan tüm aktiviteler,
- Yardımcı hizmetler (banka, postane, diğer iletişim birimleri, hastane, gazete bayileri vb. turistler tarafından kullanılan hizmetler).

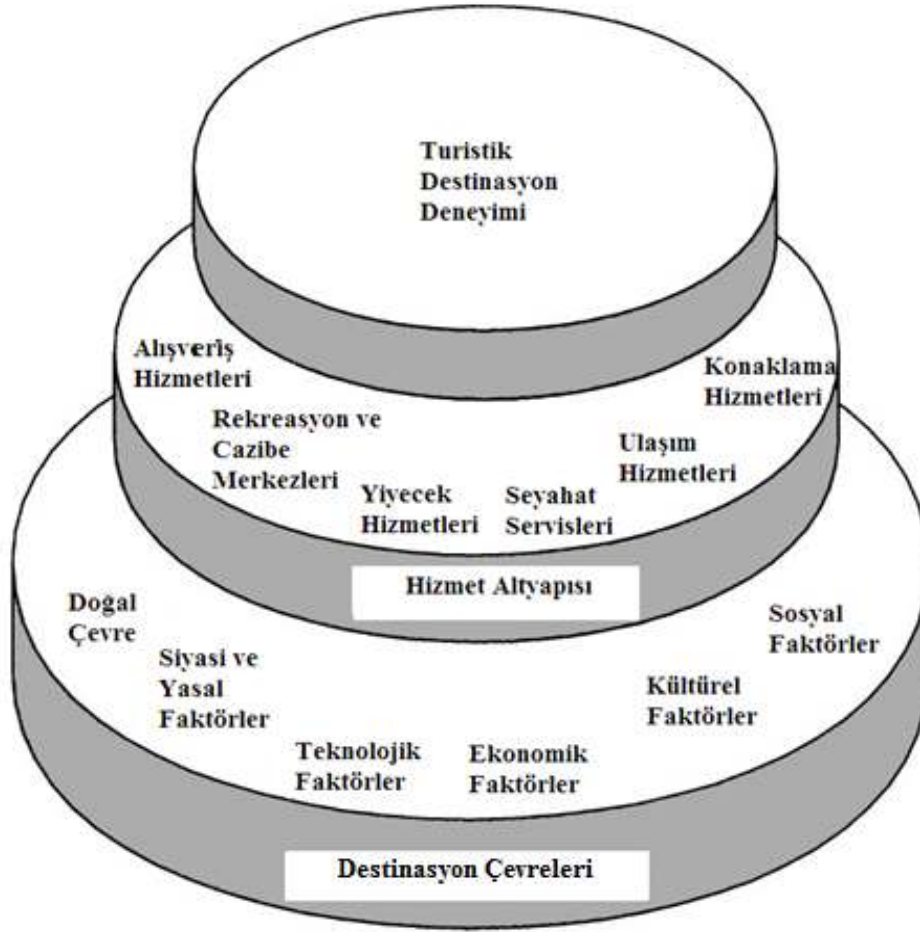
Murphy ve diğerlerinin ise Şekil 1'de belirttiği gibi destinasyon, alışveriş hizmetleri, rekreasyon ve cazibe merkezleri, yiyecek-içecek hizmetleri, seyahat hizmetleri, ulaşım hizmetleri ve konaklama hizmetleri gibi turistik ürünler ve aynı zamanda destinasyonu oluşturan turistik deneyimlerin yanında, doğal, politik, teknolojik, ekonomik, kültürel ve sosyal çevresini de içine alan kompleks bir yapıdadır. Bu çevresel faktörler, destinasyonun gelişiminde etkili rollere sahiptir¹⁴.

¹²Roger C. Mannell ve Seppo E. Iso-Ahola, "Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience", **Annals of Tourism Research**, Vol:14, No:3, 1987, s.321

¹³Buhalis, s.98

¹⁴ Murphy ve diğerleri, s.45

Şekil 1: Destinasyonun Kavramsal Modeli



Kaynak: Murphy ve diğerleri, s.46

Bir bölge, kendisini turizm amacıyla ziyaret edilebilir kılan bir dizi unsura sahip ise destinasyon olarak ifade edilmektedir. Bu unsurlar Kozak tarafından ise destinasyonun sahip olduğu, **"çekicilikler, ulaşılabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri, imaj ve destek hizmetler (sağlık, güvenlik, yerel hizmetler gibi)"** olarak belirtilmektedir. Bu unsurların eşsiz olması ya da çekim derecelerinin güçlü olması destinasyonlar arasındaki rekabet gücünü de artırmaktadır¹⁵.

¹⁵Kozak, ss.140-141

1.1.2. Destinasyon Çekim Unsurları

Turistik çekicilikler Lew tarafından, “turistleri kendi alışılmışlıklarının dışına çıkaran faktörler” olarak belirtilmektedir¹⁶. Çekici faktörler, daha çok destinasyonun sahip olduğu özellikler itibariyle ortaya çıkmaktadır¹⁷. Bu çekici faktörler, turistlerde seyahat isteği doğmasında dürtü etkisi yaratmaktadır¹⁸. Bu çekici faktörlerin yanında turistleri tatil kararı almaya iten bazı motivasyonel faktörler (özel kuvvetler) de vardır. Bu faktörler ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçlarından doğan kaçış, dinlenme ve rahatlama isteği, macera, prestij, sağlık, spor ve sosyal etkileşim gibi birçok nedene bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir¹⁹. Bununla birlikte, motivasyon içeriğinin merkezinde ihtiyaç kavramı bulunmaktadır. Pizam ve Mansfel’e göre, bu durumda insanı motive eden güçleri anlamak için onların nelere ihtiyaç duyduğunun ve bu ihtiyaçların nasıl yerine getirileceğinin keşfedilmesi gerekir²⁰. Motivasyonel faktörler veya destinasyon çekicilikleri tüm bu güçler, bir seyahat kararı verirken ziyaretçilerin, motivasyon değişkenleri tarafından destinasyona nasıl yönlendirildiğini ve destinasyon tarafından nasıl çekildiğini ifade etmektedir²¹.

Formica ve Uysal’a göre ise motivasyonel faktörlerle oluşan talep, çekici faktörlerle oluşan arz, tatilin gerçekleşmesi ve turistik deneyim için önemlidir. Bu arz ve talep faktörleri, ortaklaşa ve aynı anda turistik hizmet ve malların gelişimine etki ederler, ayrıca arz ve talep birleşenleri turistik deneyimi oluştururlar²².

Motivasyonel faktörlerle seyahat kararı alındıktan sonra, turistler, destinasyona birçok çekiciğe bağlı olarak gelirler²³. Destinasyonun çekici faktörleri

¹⁶Alan A. Lew,” A Framework of Tourist Attraction Research”, **Annals of Tourism Research**, Vol:14, No:4, 1987, s.554

¹⁷Şirvan Şen Demir, “Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi. Dalyan Örneği”, **Ege Akademik Bakış**, Cilt:10,Sayı:3, 2010, s.1042

¹⁸Juergen Gnoth, “Tourism Motivation and Expectation Formation”, **Annals of Tourism Research**, Vol:24, No:2, 1997, s.288

¹⁹David B. Klenosky, “The “Pull” of Tourism Destinations: A Means-End Investigation”, **Journal of Travel Research**, Vol:40, No:4, 2002, s.385

²⁰Simon Hudson, “Consumer Behaviour Related to Tourism”, **Consumer Behavior in Travel and Tourism** (Ed. Abraham Pizam and Yoel Mansfeld), Haworth Press, England, 1999, s.7

²¹Syhmus Baloglu ve Muzaffer Uysal, “Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Vol:8, No:3, 1996, s.32

²²Sandro Formica ve Muzaffer Uysal, “Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework”, **Journal of Travel Research**, Vol:44, No:1, May 2006, s.419

²³Laurent Botti ve diğerleri, “Time and Tourism Attraction: Research Note”, **Tourism Management**, Vol:29, No:3, 2008, s.594

konusuyla ilgili kaynaklarda bu tür çekicilikler genelde; doğal çekicilikler, kültürel kaynaklar, rekreasyonel aktiviteler, özel etkinlikler, festivaller ve diğer eğlence seçenekleri olarak belirtilmektedir²⁴. Fakat her çekicilik bireysel veya grup halinde olan turistler için aynı önem derecesine sahip değildir. Bu sebeple çekicilikler “birincil”, “ikincil” ve “üçüncül” çekicilikler olarak sınıflandırılan bir hiyerarşi içindedir. “Birincil” çekicilikler, tatilin amacına hizmet ederlerken, aynı zamanda destinasyonun seçiminde belirleyici rol oynar. Bunun aksine, “ikincil ve “üçüncül” çekicilikler, bu kadar etkili role sahip olmamakla birlikte destinasyon seçimine yardımcı olmaktadır. Her turist, destinasyon çekiciliklerini sıralarken kendine özgü tercihlere sahiptir. Örneğin, bir buz pateni meraklısı için buz pistleri birincil çekicilik, aynı bölgede bulunan kayak alanları ikincil çekicilik²⁵, diğer unsurlar üçüncül çekicilik olurken destinasyonun sahip olduğu çekicilikler, bir başkasına göre farklı şekillerde sıralanabilmektedir.

Ziyaretçilerin destinasyon seçimi esnasında birçok unsurdan etkilenmeleri söz konusu olmakta ve destinasyon seçme işleminde kolaylaştırıcı unsurların devreye girmesiyle doğru karar almak mümkün olabilmektedir²⁶. Bu açıdan destinasyonun çekim faktörleri, destinasyonu ziyaret etme niteliklerini temsil ederler²⁷. Böylelikle destinasyon çekicilikleri, turizm sürecinin merkezi olduğundan dolayı birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Özellikle destinasyon çekiciliklerinin sınıflamasıyla ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Buna göre destinasyon çekicilikleri; işletim sistemine göre; katılım ücreti olan ya da ücretsiz çekicilikler, örgütsel yapılarına göre; kamu, yarı-kamu ve özel çekicilikler ya da planlama yapılarına göre; doğal veya insan yapımı çekicilikler olarak sınıflandırılmışlardır²⁸. Bahsedilen bu çekiciliklerin yanında destinasyonların zamanla sahip oldukları imajları da, o turizm bölgesinin tercih edilmesi nedenleri arasında önemli etkiye sahiptir²⁹. Çalışmanın bu kısmında destinasyon çekiciliklerinde temel öğeler olan doğal, tarihi ve kültürel,

²⁴Seongseop Kim ve Choong-Ki Lee, “Push and Pull Relationships”, **Annals of Tourism Research**, Vol:29, No:1, 2002, s.258

²⁵Neil Lieper, “Tourism Attraction Systems”, **Annals of Tourism Research**, Vol:17, No:3, 1990, s.367-384’den aktaran Botti ve diğerleri, s.594

²⁶Demir, s.1044

²⁷Patricia Oom do Valle ve diğerleri, “Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis”, **International Journal of Business Science and Applied Management**, Vol.1, Issue 1, 2006, s.28

²⁸Aktaş, s.100

²⁹Kozak, s.130

rekreasyonel çekicilikler ve son yıllarda destinasyon çekicilikleri alanında yıldızı parlayan etkinlikler incelenmeye çalışılacaktır.

1.1.2.1. Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Doğal Çekicilikler

Doğal zenginlikler, destinasyonların birçoğunun sahip olduğu önemli turistik talep çekim unsurlarındandır. Seyahat amacı ne olursa olsun doğal çekicilikler tüm turistlerin ilgisini çekmekte aynı zamanda bazı alternatif turizm çekiciliklerinin (rafting, kuş gözlemciliği, av turizmi, trekking, dağcılık, eko turizm, rüzgar sörfü v.b.) oluşmasında da önemli rol oynamaktadır³⁰.

Turizmin bölgesel gelişimini kolaylaştıran unsurlardan olan doğal çekiciliklerin temelinde yer alan iklim de turizm ürününü ve mevsimini etkileyen önemli çekim faktörlerindendir. İklim olanakları, insanların dinlenmeleri, yorgunluktan kurtulmaları, sağlıklarına kavuşmaları, deniz suyu ve havasının sağlık etkisinden istifade etmeleri, kış sporlarını yapabilmeleri için büyük önem taşır ve turizmin en önemli kaynaklarının da başında yer alır³¹.

Doğal kaynaklar, sürdürülebilir turizm kapsamında bir alternatif turizm çeşidi olan kırsal turizme de kaynak teşkil eden, turistlerin seyahat kararını etkileyen önemli çekim faktörleridir. Kırsal alanlar da ziyaretçilerine, etnik ve coğrafi karakterinden, tarihinden, farklı kültüründen ve kırsal doğasından kaynaklanan gizemli bir çekicilik sunmaktadır³².

Sağlık turizmi kapsamında giderek daha fazla talep artışı yaşayan şifalı sular ve kaplıcalar da doğal çekicilikler arasında yer almaktadır³³. Özellikle çok eski dönemlerden bu yana destinasyon çekim unsuru olan kaplıcalar, hem hastalıkların tedavisinde hem de zindelik kazanılmasında oldukça etkili olmalarından dolayı yüksek turizm talebi yaratabilen unsurlardır³⁴.

³⁰Aktaş, Destinasyon Pazarlaması, ss.100-101

³¹Yüksel Güçlü, "Sinop-Ordu Kıyı Kuşağında İklim Konforu ve Deniz Turizmi Mevsiminin İklim Koşullarına Göre Belirlenmesi", **Doğu Coğrafya Dergisi**, Cilt:15, Sayı:23, 2011, s.120

³²Hüseyin Çeken ve diğerleri, "Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm, Türkiye'ye Yönelik Bir Çalışma", **Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, Cilt:8, Sayı:1, 2007, s.2

³³Aktaş, Destinasyon Pazarlaması, s.101

³⁴Gülpınar Akbulut, "Türkiye'de Kaplıca Turizmi ve Sorunları", **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:9, Sayı:1, 2010, s.36

1.1.2.2. Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Tarih ve Kültür

Kodaş ve Eröz kültür turizmini, “yeni kültürleri tanıma, geçmişteki kültürleri merak etme duygusuna dayanan, insanların kendi kültürlerinin eğlence yanlarıyla beraber diğer grupların kültürlerinin de öğrenilebilir yanlarıyla ilgili turizm faaliyetlerinin bütünüdür” şeklinde tanımlamaktadırlar. Destinasyon çekicilikleri kapsamında kıyı turizminden sonra ikinci sırayı alan kültürel turizm, kültürel değerlerin görülebilmesinin yanında farklı kültürlerin karşılıklı etkileşim sağlaması konusunda önemli roller üstlenmektedir³⁵.

Kültürel faktörler, bir bölgede yaşayan insan gurubunun soyut ve somut özelliklerinin, ziyaretçilerin gerçek ortamda tecrübe edebilmesini sağlayan çekicilikleri içermektedir. Bu tanıma göre, insanlar kültürün değişik unsurları uyarınca seyahat edebilirler ve kültür turisti adını alabilirler. Örneğin, Viyana’ya klasik müzik konseri için giden bir ziyaretçi de kültür turistidir, Afrika’ya Zulu kabilesinin günlük yaşantısını gözlemlemek için seyahat eden ziyaretçi de kültür turistidir. Rio Karnavalı’nı görmek amacıyla Rio’yu seyahat eden ziyaretçiyi de kültür turisti kabul etmek gerekir; Kapadokya’yı veya Topkapı Sarayı’nı ziyaret etmek için seyahat eden kişi de kültür turistidir. Ek olarak, atalarının geldiği yerleri merak eden ve bu nedenle seyahat eden kişiler de kültür turistidir. Çünkü bu çekicilikler, sadece ait oldukları kültürlerde tecrübe edilebilir³⁶. Sohn ise kültürel çekicilikleri; resim, müzik, dans, endüstri, el sanatları, iş, tarım, eğitim, edebiyat, dil, bilim, yönetim, din, mutfak, tarih şeklinde 15 adet olarak sıralamıştır³⁷. Richards da kültürel çekiciliklerle ilgili yaptığı ayrımında bu çekicilik kaynaklarını, geçmişten kalan kaynaklar ve günümüzdeki kaynaklar şeklinde iki türe ayırmaktadır. Geçmiş kaynaklı kültürel çekicilikler, sanat galerileri, müzeler, anıtlar, tarihsel törenler, folklor festivalleri ve miras çekicilikleri olarak belirtilirken; günümüz kaynaklı

³⁵Davut Kodaş ve Sibel Eröz, “Kırsal Turizm İle Kültürel Turizmin Bütünleşmesi”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:14, Sayı:22, 2012, ss.170-171

³⁶A. Sadık Bahçe, “Kırsal Gelisimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli”, **Dumlu Pınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:25, Aralık 2009, s.3

³⁷Dae-Hyun Sohn, **The Current Status of Local Cultural Tourism Industry and Measures, Cultural Cities and Cultural Welfare**, Korea Cultural Policy Institute, Kore, 1999’dan aktaran A. Uslu ve T. Kiper, “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, Cilt:3, Sayı:3, 2006, s. 305

kültürel çekicilikler, dil kursları, sanatsal sergiler, sanatsal festivaller, eğlence ve temalı parklardır³⁸.

1.1.2.3. Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Rekreatif Çekicilikler

Rekreasyon, genel ifadeyle bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek için yaptıkları faaliyetlerin ve aktivitelerin tamamı olarak tanımlanabilmektedir³⁹. Günümüzde insanların rekreasyonel gereksinim ve taleplerindeki çeşitlilik, boş zamanlarının değerlendirmesine yönelik etkinliklere ve bu etkinliklere imkan sağlayan mekanlara yansımış, tarih içinde yaşanan bu değişim yeni rekreasyonel alanların doğmasına olanak sağlamıştır⁴⁰. Bu açıdan, yaz aylarında tercih edilen kumsallar, şehir merkezinde ki parklar ya da bir spor faaliyetinde bulunan mekanlar rekreasyon kapsamında değerlendirilmeye, dolayısıyla bu aktivitelerin gerçekleştirildiği alanlarda rekreasyon çekicilikleri olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Birçok rekreasyon aktivitesini, diğer destinasyon çekiciliklerinden ayıran en önemli özellik, rekreasyon aktivitelerinin turizm bölgesinin gelişimine katkı sağlamalarının yanında, öncelikli olarak yerel halkın kullanımı için meydana getirilmiş olmaları ve onların yaşam kalitesini artırmaya yönelik olmalarıdır. Eğlence merkezleri, alış-veriş merkezleri, piknik ve kamp alanları, tiyatro ve diğer gösteri alanları, oyun ve spor sahaları rekreasyon çekiciliklerine verilebilecek belli başlı örneklerdir. Golf ve binicilik gibi spor türleri alanları, turizm kapsamında oldukça önem kazanan, özel ilgi turlarının düzenlenmesini sağlayan, özel rekreasyon çekicilikleridir. Bu çekicilikler ayrıca turizm ürününün çeşitlendirilmesinde de oldukça önemli etkilere sahiptir⁴¹.

³⁸Greg Richards, "The Development of Cultural Tourism in Europe", **Cultural Attractions and European Tourism** (Ed. Greg Richard), CABI Publishing, Newyork, 2001, s.24

³⁹Aktaş, Destinasyon Pazarlaması, s.105

⁴⁰Emine Malkoç ve Erhan Vecdi Küçükberbaş, "Aquaparkların (Su Parklarının) Planlama ve Tasarım İlkeleri Üzerine Bir Araştırma", **Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, Cilt:41, Sayı:3, 2004, s.198

⁴¹Aktaş, Destinasyon Pazarlaması, s.105

1.1.2.4. Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Etkinlikler

Turizm talebi yaratan her türden etkinlik destinasyon için çekim unsuru olabilmektedir. Bu kapsamda festival, fuar, kongre, bayram, şenlik, karnaval gibi etkinliklerin yanında spor organizasyonları da önemli turizm talebi yaratan etkinlikler arasında yer almaktadır⁴². Arslan'ın geliştirilmiş destinasyon çekiciliği kapsamına aldığı etkinlikler, ziyaretçilerin destinasyona ziyaretlerinde ana neden olmanın yanında, destinasyonu tercih etmelerinde ilave çekicilik olma özelliğine de sahiptir⁴³.

Turistik çekiciliğe sahip bazı destinasyonlar bu özelliklerini iyi kullanamazken, turizm için sınırlı doğal kaynaklara ve altyapıya sahip, turizm gelişimi için yeterli desteği göremeyen destinasyonlar, düzenledikleri etkinlikler ve oluşturdukları yapay çekiciliklerle turizmin o bölgede gelişimini sağlayabilmektedir. Özellikle spor faaliyetlerinin çok çeşitli olmaları ve turizmin mevsimsellik özelliğini azaltıcı etkiye sahip olmaları sebebiyle, etkinlikler birçok destinasyon için önemli bir çekim unsuru haline gelmiştir.⁴⁴

Spor etkinlikleri, kültürel amaçlarla düzenlenen karnavallar, şenlikler ve festivaller destinasyonların kültürel öğelerini bir turistik ürün olarak hem yerli hem de yabancı turistlere sunabildiği turistik cazibe unsurlarıdır. Bu gibi etkinliklerin, özellikle turizmin yoğunluğunu kaybettiği düşük sezonda düzenlenebilmeleriyle destinasyonlar artık yıl boyunca çekiciliklerini koruyabilmektedir⁴⁵. Ayrıca bu tür etkinliklerin medyada sıklıkla yer almaları sayesinde bu tür etkinliklerle, destinasyonla ilgili olumlu imaj yaratılabilmekte ve böylece hem turistlerin hem de yatırımcıların ilgisi destinasyona çekilebilmektedir⁴⁶.

Destinasyonlar için oldukça dikkat çekici olan etkinliklerin, bir destinasyon için faydaları Getz tarafından aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:⁴⁷

⁴²Kozak, s.129

⁴³Kahraman Arslan, "Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları", **İstanbul Ticaret Odası Yayınları**, Yayın No:34, 2008, s.37

⁴⁴Mehmet Sedat İpar, **Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2011, s.39

⁴⁵Aktaş, Destinasyon Pazarlaması, s.104

⁴⁶Arslan, s.37

⁴⁷Donald Getz, **Event Management and Event Tourism**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1997, s.102

- Turistik çekicilikleri tanıtmak ve geliştirmek,
- Turizm sezonunu uzatmak ve turizmi bölgeler arası yaymak,
- Destinasyon alanı ya da destinasyon teması için imaj yaratmak ve var olan imajı geliştirmek,
- Negatif görüntüye sahip destinasyonlar için imaj düzeltici olmak,
- Sanatsal, kültürel amaçların, sporun, sağlığın, rekreasyonun, doğanın, mirasın korunmasını ve toplumsal gelişimin güçlendirilmesini sağlamak,
- Yeni etkinliklerin yaratımı ve etkinliklere ev sahipliği için teşvik edici olmak,
- Destinasyonun negatif etkilerini, tespit etmek, önlemek, düzeltmek ve ortadan kaldırmak,
- Destinasyon alanının gelişimi için gerekli maliyetlerle ilgili kamu ve özel sektör işbirliği sağlamak,
- Etkinlik turizminin bölgede gelişimi için, grupların, toplulukların, özel sektör ve devlet organlarının etkinliklerle ilgili örgütsel gelişim ihtiyaçlarını ortaya çıkarmak.

1.2. ETKİNLİKLER

1.2.1. Etkinliklerin Tanımı ve Düzenlenme Nedenleri

Etkinlikler, Getz'in tanımlamasında “başlangıcı ve bitiş olan, özel bir takım koşullara sahip, kayda değer olaylardır”. Tanımlamaya dikkat edecek olursak, etkinlikler bir başlangıca ve bitişe sahip özel olaylardır.⁴⁸ Shone ve Parry'e göre ise “etkinlik, günlük hayattaki normal aktivitelerin dışında kalan, eğlenme, kutlama, aydınlatma veya bir grup insana deneyim kazandırma amacına sahip, sosyal, kültürel, bireysel veya örgütsel hedeflere sahip olgulardır”⁴⁹. Berridge'e göre de etkinlikler, özel anları ve deneyimleri eşsiz kılan bazı durumların ürünleri ve yaratımlarıdır⁵⁰.

⁴⁸Donal Getz, **Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events**, Butterworth-Heinemann, 2007, s.18

⁴⁹Anton Shone ve Bryn Parry, **Successful Event Management, A Practical Handbook**, Second Edition, Thomson, 2004, s.3

⁵⁰Graham Berridge, **Events Design and Experience**, Butterworth-Heinemann Publishing, 2007, s.5

Etkinlikler, insan yaşamında çok uzun zamanlardan beri önemli rollere sahip olaylardır. Günlük yaşamın sürekli uğraş, çaba, bezginlik ve her türlü etkilerinden insanlar etkinliklerle uzaklaşabilmişlerdir. Birçok toplulukta önceleri etkinlikler, törenlere ve dini kutlamalara dayansa da insanlar iyi bir kutlama için ufakta olsa bahaneler bulabilmişlerdir. Endüstri devriminden önce Avrupa’da günlük aktiviteler içinde karnavallar ve festivallere rastlamak mümkündür⁵¹.

Aslında etkinlikler insanlığın doğuşundan bu yana vardır ve insanlar kendileri için önemli kabul ettikleri; mevsimler arası geçiş, ayın aşamaları ve baharın gelişi gibi özel olayları kutlamayı alışkanlık haline getirmişlerdir⁵². Bu durumların yanında geçmişten günümüze kadar elde edilen sosyo-ekonomik verilere bakıldığında da özel etkinliklerin kutlanma sebeplerinin temelinde dini, siyasi, eğitimsel, sosyal ve ticari nedenlerin var olduğu belirtilmektedir⁵³.

1.2.1.1. Dini Nedenler

Antik dönemde, sağlık ve hastalık gibi durumların, Tanrı ile doğrudan iletişim halinde olan tanrılardan, şamanlardan veya hükümdarlık yetkisini kullanan krallardan geldiğine inanılırdı. Bu sebeplerle bu dönemde yaşayan insanlar tarafından tanrının gözüne girmek amacıyla bir takım özel etkinlikler düzenlenirdi. Eski Yunan döneminde Olimpiyatların Yunan Tanrısı Zeus’un onuruna düzenleniyor olması bu duruma güzel bir örnektir. Bugün ise din, bazı yaşamsal faaliyetlerden sayılan Hristiyanlık inancında vaftiz (kişinin günden arınarak yeni bir yaşama kavuşması amacıyla kilisede yapılan tören), Musevilikte mitzvash (erkek çocukları için 13 kız çocukları için 12 yaşında Sinagogda yapılan, dini sorumlulukları yerine getirmeye başlanılacağını simgeleyen tören), bütün dinlerde evlilikler, bütün toplumlarda cenaze ve anma törenleri gibi etkinliklerle, özel etkinliklerin önemli sebeplerinden biri olmaya devam etmektedir⁵⁴.

⁵¹Shone ve Parry, s.2

⁵²Ian McDonell ve diğerleri, **Festival and Special Event Manegement**, Brisbane: J. Wiley & Sons, Australia, 1999, s.10

⁵³Doug Matthews, **An Introduction To Special Events and Special Event Production: Special Event Porduction**, Butterworth-Heinemann, 2008, s.3

⁵⁴Matthews, s.3

1.2.1.2. Siyasi Nedenler

Tarih boyunca özel etkinliklerin altında yatan nedenlerden biri de siyaset olmuştur. Eski dönemlerde, iktidarı elinde bulunduran grubun veya tabakanın gücünü sergilemek amacıyla yaptığı gösterilerin siyasi sebepler içerdiği söylenebilir. Örneğin eski Roma döneminde gladyatörler, hem halkı eğlendirmek hem de krala kendilerini göstermek için bir takım etkinliklerde yer alırlardı⁵⁵. Günümüzde de politik sebeplerle yapılan etkinlikler; ülkeler arası ziyaretler, büyük bir etkinliğe ev sahipliği yaparak uluslararası siyasette prestij kazanmak için yapılan etkinlikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1.3. Sosyal Nedenler

Bir kişinin toplumdaki konumunu göstermek ve toplumun bir parçası olduğunu kanıtlamak amacıyla özel etkinliklere katılım göstermesi dini sebepler kadar önemli nitelik taşımaktadır. Turner'a (1988) göre eski Roma döneminde oynanan tiyatro oyunları günlük faaliyetlerin gösterildiği ve Roma halkının tutumlarını içeren kültürel etkinliklere güzel örneklerdir⁵⁶. Bugün ise ortak kültürleri birleştiren kutlamalar, mezuniyetler, festivaller, kar amacı gütmeyen kültürel faaliyetler, özel etkinliklerin sosyal yönünü öne çıkaran daha birçok etkinlik yapılmaktadır.

1.2.1.4. Eğitime Dayalı Nedenler

Özel etkinliklerin altında yatan önemli tarihi nedenlerden birisi de eğitimidir. Eski dönemlerde yaşayan insanlarda okuryazarlık oranı neredeyse yok denecek kadar az olduğundan insanlar tarihi öğrenmek, ayrıca iktidara itaatsizlik yaptıklarında başlarına neler gelebileceğinin gösterilmesi açısından birtakım özel etkinliklerin içinde yer alırlardı. Günümüzde eğitim amaçlı etkinlikler ise çok çeşitli şekillerde kendini göstermektedir. Özellikle, ulaşım ve iletişim alanında yaşanan gelişmelerle bilgi paylaşımı ve tanıtım amaçlı ticari fuarlar, medikal ve tıp alanındaki ve diğer

⁵⁵Matthews, s.4

⁵⁶Victor Witter Turner, **The Anthropology of Performance**, PAJ Publication, New York, 1988, ss.94-95

bilim dalları için yapılan konferanslar eğitim içeren özel etkinlikler olarak belirtilmektedir⁵⁷.

1.2.1.5. Ticari Nedenler

Tarihte pazar yerleri panayır alanlarına dönüştürülerek insanların ilgisi böylece alışverişe çekilmeye çalışılmaktaydı. Günümüzde ise 20. yüzyılda oldukça önemli hale gelen teknolojik gelişmelerle ulaşım ve internet kullanımı herkes için kolay bir hal almıştır. Bu gelişmeyle birlikte bazı özel etkinliklerde ticari nedenler ön plana çıkmaya başlamış, ticari amaçla yapılan etkinliklerin hem çeşitleri (sergiler, fuarlar, kongreler, toplantılar gibi) hem de sayıları oldukça önemli artışlar göstermiştir. Etkinliklerin temelinde yatan bu beş ana sebeple birlikte Tablo 1’de verilen, özellikle gelişmiş ülkelerde meydana gelen, yaşamsal değişimlerle etkinlikler çeşit, sayı ve katılım bakımından artış göstererek günümüzde oldukça muazzam ilerleme kaydederek önemli bir endüstri haline dönüşmüştür.

Tablo 1: Etkinliklerin Gelişmesini Sağlayan Faktörler

Değişkenler	Geçmişte	Günümüzde
Demografik	Genç nüfus	Yaşlı nüfus
Teknolojik	Düşük teknoloji	İleri teknoloji
Harcanabilir gelir	Sınırlı	Sınırsız
Zamana bağlı değişim	Belirlenmiş zaman	Belirlenmemiş zaman

Kaynak: Joe Goldblatt, “ A Future For Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting The Emerging Profession”, **Events Beyond 2000: Settingthe Agenda, Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Educational**, (Ed. John Allen, Robert Harris, Leo K Jago and A J Veal), Sdney, 2000, s.4

Demografik alanda yaşanan değişimle genç nüfus azalmış böylece çalışan nüfus da azalarak daha fazla boş zamana sahip daha yaşlı nüfus grubu artış göstermiştir. Dolayısıyla aynı zamanda bir boş zaman aktivitesi olan etkinliklere katılan kişi sayısı da artmıştır. Teknolojik gelişimle birlikte artan internet

⁵⁷Matthews, s.5

kullanımıyla etkinlikler daha fazla insana duyurulabilmiş, insanların ilgi alanlarına göre etkinliklerin çeşidi, sayısı ve etkinliğe katılıma olan talep artmıştır. Aynı zamanda etkinliklerin akademik alanda araştırılması, örgütsel alanda etkinliğin yönetimi, planlanması, tanıtımı ve pazarlanması gibi alanlarda da teknolojik değişimlerle etkili gelişmeler yaşanmıştır. Harcanabilir gelirden ve boş zamanda yaşanan artışla birlikte insanlar boş zaman aktivitelerine daha fazla katılım sağlama ve harcama yapabilme fırsatına kavuşmuşlardır. Böylece etkinliklere olan talep de bu değişimle hatırı sayılır miktarda artış sağlamıştır⁵⁸.

Bugün bildiğimiz modern etkinlik endüstrisi de, yukarıdaki değişimlerin yanında 1980'li ve 90'lı yıllarda ortaya çıkan etkinliklerin yapısına göre de şekillenmiştir. 1982 yılında Brisbane'de yapılan Commonwealth Oyunları sayesinde şehir yeni bir döneme adım atmıştır ve bu durum hem söz konusu bölgenin ünlenmesini sağlamış hem de diğer sportif faaliyetlerin bu bölgede gerçekleştirilmesine yönelik imkanların önünü açmıştır. 1984 yılında Los Angeles'da oynanan Olimpiyat Oyunları büyük çaplı etkinliklerin ekonomik anlamda gelir getirebileceğini göstermiştir. Bu etkinlikler sayesinde Hollywood tarzı bir gösteri ile daha önce yapılmamış bir spor şöleni sunulmuştur. Bununla birlikte o bölgede gelecekteki benzer etkinliklerinde önü açılmıştır. Televizyon endüstrisinin üretim ve pazarlama politikaları sayesinde bu etkinlikler, normalde ulaşacağından daha geniş bir seyirci kitlesine ulaşabilmiştir. Yine televizyonlar sayesinde insanlar büyük çaplı sportif faaliyetlerin bir şehrin veya ülkenin imajını ve ekonomik durumunu ne şekilde geliştirebileceğine tanık olmuşlardır⁵⁹.

1.2.2. Etkinliklerin Sınıflandırılması

Etkinlikler günümüzde birçok farklı organizasyon tarafından birçok farklı nedenle meydana gelirler. Birçok festival kar amacı gütmeyen kamu, yarı kamu ve sivil toplum kuruluşları tarafından düzenlenirken birçok etkinlik de kar amaçlı özel kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenir.

Etkinliklerin büyüklüğü ve karmaşıklığı da, Olimpiyat oyunları gibi uluslararası ve karmaşık büyük etkinliklerden, küçük ve basit yöresel etkinliklere

⁵⁸Goldblatt, s.4

⁵⁹McDonnell ve diğerleri, s.8

doğru büyük oranda değişim göstermektedir⁶⁰. Bu karmaşıklığın anlaşılabilirliği için etkinlikler, boyutları ve içeriklerine göre birçok araştırmacı tarafından bir tipoloji içinde sunulmuştur.

1.2.2.1. Boyutlarına Göre Etkinlikler

Etkinliklerin, gelişmekte olan bir endüstri olarak kabul görmesine karşın etkinlikler ve festivaller konusunda literatür hala sınırlıdır⁶¹. Özellikle etkinliklerin boyutlarına göre sınıflandırmasında araştırmacılar arasında bir kavram farklılığı göze çarpmaktadır. Birçok araştırmacı aynı terimleri farklı anlamlarda kullanmaktadır⁶². Ayrıca geçmiş yıllarda etkinlikler, gerçekleştiği bölgeye göre yapılan sınıflamaya tabi tutulmuşlardır. Etkinliklerin sınıflanmasında yaşanan bu kavram kargaşasına rağmen son yıllarda araştırmacılar arasında bu konuda bir standarda gidilmeye başlanmıştır⁶³. Örneğin, Wagen'a göre etkinlikler boyutlarına göre temelde mega, hallmark (özellikli), major (büyük), minor (küçük) etkinlikler olarak sınıflandırılırlar⁶⁴. McDonnell ve diğerleri de planlı etkinliklerin boyutlarına göre sınıflandırılmasında, hallmark (özellikli), major ve yerel etkinlikler şeklinde olduğunu ifade etmişlerdir.⁶⁵

Jago ve Shaw'e göre ise Şekil 2'de görüldüğü üzere planlanan etkinlikler, sıradan ve rutin veya özel ve genel olmak üzere sınıflandırılabilir. Özel etkinlikler, minör ve major olmak üzere iki çeşittir. Major etkinlikler de hallmark (özellikli) ve mega etkinlikler olmak üzere iki grupta toplanırlar.

⁶⁰Shone ve Parry, s.5

⁶¹Charles Arcodia ve Alastair Robb, "A Future for Event Management: A Taxonomy Event Management Terms", **Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Educational** (Ed. John Allen, Robert Harris, Leo K Jago and A J Veal), Sdney, 2000, s.13

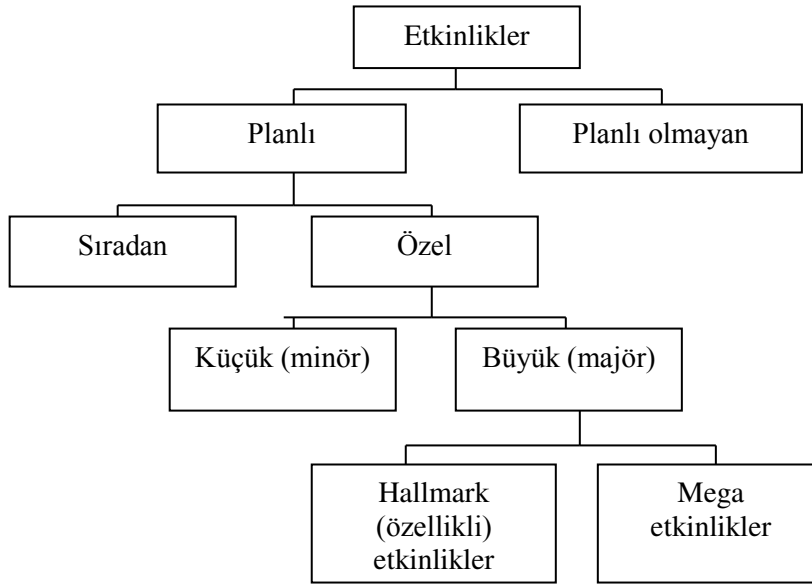
⁶²Leo K. Jago ve Robert Shaw, "Special Events A Conceptual and Definitional Framework", **Festival Management & Event Tourism A International Journal**, Vol:5, No:1-2, 1998, s.25

⁶³Arcodia ve Robb, s.155

⁶⁴Lynn Von Der Wagen, **Event Management: For tourism, cultural, business and sporting events**, Pearson/Hospitality Press, Australia, 2005, ss.5-7

⁶⁵McDonnell ve diğerleri, s.10

Şekil 2: Etkinliklerin Sınıflandırılması



Kaynak: Jago ve Shaw, s.25

Etkinliklerle ilgili literatür genellikle planlı etkinlikleri konu alır. Planlı etkinlikler, bir amaç için yaratılır. Bu tür etkinlikler önceleri bireysel girişimler ve topluluk girişimleri sonucu oluşturulurken günümüzde profesyonellerin ve girişimcilerin alanı olmaya başlamıştır. Planlı etkinlik alanında yaşanan bu değişimle etkinlik yönetimi de planlı etkinlik alanına giren; festivaller ve diğer kültürel kutlamaları, eğlence, rekreasyon, politik amaçlı etkinlikleri, spor ve sanat etkinliklerini, ticari amaçlı etkinlikleri (toplantı, konferans, fuarlar, sergiler vb.), ilgili grupların sosyal etkinliklerini (düğünler, partiler, dini ayinleri gibi) içine alan tüm etkinliklerin dizaynı ve yönetimine bağlı profesyonel uygulama çalışmalarını karşılayan bir alan olarak gelişmeye başlamıştır⁶⁶.

Planlı etkinliklerin birçoğu rutin bir şekilde gerçekleştirilir ve kamuoyu tarafından etkinliğin düzenleneceği bilinir. Planlanmış etkinliklerin birçoğunun periyodik olarak düzenlenmesine rağmen her biri yönetimi, insan kaynakları, programı ve organizasyonunun birleşimiyle kendine has özel bir hava yaratır⁶⁷. Planlı etkinlikler içinde destinasyonlar için düzenlenmesi konusunda çekici özelliklere

⁶⁶Donald Getz, "Event tourism: Definition, evaluation, and research", **Tourism Management**, Vol:29, No:3, 2008, s.404

⁶⁷Getz, Management, s.4

sahip olan özel etkinlikler ve özel etkinlikler içinde de iki büyük etkinlik çeşidi olan hallmark (özellikli) etkinliklere ve mega etkinliklere aşağıdaki bölümlerde değinilmektedir.

1.2.2.1.1. Özel Etkinlikler

Özel etkinlikler, periyodik olarak düzenlenen etkinliklerin dışında bir bölgede bir defaya mahsus ya da çok nadir düzenlenen etkinliklerdir⁶⁸. Allen ve diğerlerine göre “özel etkinlik kavramı, özel durumları işaret etmek veya sosyal, kültürel ve kurumsal amaç ve hedefler için planlanan ve yaratılan özel ritüeller (dini törenler), sunumlar, performanslar veya kutlamaları belirtmek için kullanılan bir terimdir⁶⁹. Jago ve Shaw’e göre ise özel etkinlikler, bir destinasyonda bir kez ya da nadiren gerçekleşen, bireylere günlük yaşamın dışında boş zaman aktiviteleri ve sosyal fırsatlar sunan olaylardır⁷⁰.

Getz’e göre özel etkinlikler, etkinliği organize edenler ve etkinliğe katılanlar açısından iki farklı tanıma sahiptir.⁷¹

- Organizatörler açısından özel etkinlikler, normal program ve sponsorluk faaliyetleri dışında tek seferlik veya seyrek olarak yapılan etkinliklerdir.
- Misafirler veya müşteriler açısından ise özel etkinlikler, günlük yaşamın dışında sosyal ve kültürel açıdan farklı deneyimler sunan bir boş zaman aktivitesidir.

Tassiopoulos’a göre de özel etkinlikler, devamlı planlı olarak gerçekleştiriler ve ayrıca kutlamalar için nedenler yaratarak insanlarda etkinliğe katılmak için motivasyon ve beklenti uyandırır⁷². Jago ve Shaw’ e göre özel etkinlikler⁷³;

- sıradanlığın dışında ve benzersiz olmak,
- önemli bir ekonomik etkiye sahip olmak,
- medya katılımını artırmak

⁶⁸Dimitri Tassiopoulos, “An Introduction” **Event Management, Professional and Developmental Approach** (Ed. Dimitri Tassiopoulos and Greg Damster), Second Edition, Juta Academic, 2005, s.10

⁶⁹Johnny Allen ve diğerleri, **Festival and Special Event Management**, Fourth Edition, John Wiley&Sons, Inc, Australia, 2002, s.11

⁷⁰Jago ve Shaw, s.29

⁷¹Getz, Management, s.4

⁷²Tassiopoulos, s.11

⁷³Jago ve Shaw, s.28

- ev sahibi bölgenin farkındalığını artırmak, imajını veya profilini yükseltmek,
- bir defaya mahsus veya seyrek yapılır olmak,
- sınırlı bir süreyi kapsamak,
- sosyal deneyim sunmak,
- turist katılımını ve turizmin gelişimini sağlamak gibi öz niteliklere sahiptirler.

1.2.2.1.1.1. Hallmark (Özellikli) Etkinlikler

Hallmark olarak bilinen oldukça dikkat çekici bu etkinlikler genellikle belirli bir turizm bölgesini ve alanını canlandırmak üzere düzenlenirler⁷⁴. Ritche'ye göre ise "hallmark etkinlikler, belirli bir zaman aralığında gelişen ve genellikle tekrarlanan, kısa ya da uzun vadede turizm bilincini artırmak, turizme dikkat çekmek veya turizmden elde edilen karı artırmak amacıyla düzenlenen etkinliklerdir". Bu tür etkinliklerin başarılı olabilmesi için söz konusu faaliyetlerin konum ve yaratıcılık itibariyle eşsiz olmaları ve insanlarda ilgi uyandıracak özelliklere sahip olmaları gibi özelliklere sahip olmaları gerekmektedir⁷⁵.

Hallmark etkinlikler alanında oldukça önemli çalışmalara sahip olan Hall'e göre aslında bu etkinlik türü düzenlendiği bölgede modern turizm için imaj inşa edicidir. Bu tür etkinlikler düzenleyen bölgelerde turizm gelişmiş ve bölge turistik çekiciliğe sahip bir destinasyon haline dönüşmüştür⁷⁶.

Jago ve Shaw'e göre hallmark etkinlikler;

- bölgeye prestij ve statü sağlamak,
- bölgeye kaynak sağlamak, ,
- kalabalık grupları çekmek
- ilişkili mal ve hizmetlere olan talebi artırmak,
- arkalarında miras bırakmak ya da kentsel yenilenme sağlamak,
- festivaller ve diğer etkinliklerle iç içe olmak,

⁷⁴Wagen, s.6

⁷⁵J. R. Brent Ritchie, "Assessing the impacts of hallmark events: Conceptual and research issues", **Journal of Travel Research**, Vol:23, No:1, 1984, s.2

⁷⁶Colin Michael Hall, "The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events", **Geo Journal**, Kluwer Academic Publishers, Vol:19, No:3, 1989, s.265

- geleneksel veya sembolik unsurları içermek,
- büyük maliyetler gerektirmek,
- medyanın ilgisini çekmek,
- seyrek aralıklarla düzenir olmak,
- belirli bir yere bağlı olmak,
- göreceli bir anlamda büyük ölçekli olmak,
- destinasyonla anılır hale gelmeye başlamak gibi temel özelliklere sahiptirler⁷⁷.

Hall'e göre ise hallmark etkinlikler sadece şehirlerde ve büyük kasabalarda meydana gelen büyük ölçekli etkinlikler olarak sınırlandırılmazlar. Topluluk festivalleri ve halk kutlamaları da bölgesel ve yerel önemlerinden dolayı hallmark etkinlikler olarak ifade edilebilirler. Hallmark etkinliğin yer aldığı yerde yarattığı ekonomik, ticari, sosyal ve mekansal etkiye dikkat çekmek oldukça önemlidir⁷⁸. Mardi Gras, Rio de Janeiro ve Quebec Kış Karnavalları düzenlendikleri bölgede yarattıkları turistik potansiyelle bölgeyi canlandırdıkları için önemli hallmark etkinlikler olarak gösterilirler⁷⁹.

1.2.2.1.1.2. Mega Etkinlikler

Günümüzde uluslararası alanda yapılan en geniş çaplı faaliyetler mega etkinliklerdir ve bu etkinliklerle ülkelerin amacı uluslararası alanda kendini göstermektir⁸⁰. Mega etkinlikler, geçmişte gelişmiş ülkelerin tekelinde olmalarına rağmen, son on yılda bu etkinliklerin gelişmekte olan ülkeler için sürdürülebilir gelişim yolunda bir ekonomi ve kalkınma katalizörü olduğunun farkına varılmıştır⁸¹.

Mega etkinliklere Dünya Fuarları, Dünya Kupaları ve Olimpiyat Oyunları örnek gösterilirken Getz'e göre bir etkinliğin hacmi 1 milyon misafiri kapsıyorsa ve

⁷⁷Jago ve Shaw, ss.28-30

⁷⁸Hall, s.264

⁷⁹Getz, Studies, s.34

⁸⁰Wagen, s.5

⁸¹Leo Jago ve diğerleri, "Optimising the potetial of mega-events: an overview", **International Journal of Event and Festival Management**, Vol:1, No:3, 2010, s.221

etkinlikler için yapılan harcamalar 500 milyon doları geçiyorsa bu etkinlik mega etkinlik olarak nitelendirilebilir”⁸².

Jago ve Shaw de mega etkinliklerin aşağıdaki temel niteliklere sahip olduklarını belirtmişlerdir⁸³. Açıklamaya göre mega etkinlikler;

- kalabalık grupları çekmek,
- bölgeye prestij ve statü sağlamak,
- bölgeye kaynak sağlamak,
- ilişkili mal ve hizmetlere olan talebi artırmak,
- arkalarında miras bırakmak ya da kentsel yenilenme sağlamak,
- festivaller ve diğer etkinliklerle iç içe olmak,
- geleneksel veya sembolik unsurları içermek,
- büyük maliyetler gerektirmek,
- büyük ölçekli olmak,
- medyanın ilgisini çekmek,
- bir destinasyon için genellikle bir kerelik olmak,
- uluslararası ölçekli olmak gibi özelliklere sahiptirler.

Mega etkinlikler ve hallmark etkinlikler, büyük (majör) etkinlikler altında ayrılmasına rağmen her ikisi için de hemen hemen aynı özellikler sıralanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken durum, hallmark etkinliklerin belirli bir destinasyonu canlandırmak için düzenleniyor olmalarıdır. Hallmark etkinliklerde artık destinasyon ve etkinlik birlikte anılır hale gelmişlerdir. Buna rağmen mega etkinlikler ise genellikle bir destinasyonun bir kere yaşayabileceği uluslararası etkinliklerdir⁸⁴. Ayrıca mega etkinlikler, boyutu ve önemiyle turizm sektörüne, medyanın kapsama alanına, destinasyonun imajına ve ekonomisine yüksek derecede getiriye sahiptirler⁸⁵.

Etkinliklerin sınıflandırılmasındaki ayrımlara rağmen çalışmanın alanını oluşturan Universiade Oyunları, destinasyonunun farkındalığını artırmak, görünümünü ve turistik alt yapısını geliştirerek karlılığını artırmak amacını taşıdığı

⁸²Getz, Management, s.6

⁸³Jago ve Shaw, ss.28-30

⁸⁴Jago ve Shaw, s.29

⁸⁵Getz, Management, s.6

için bir Hallmark etkinlik çeşidi⁸⁶ ve bazı araştırmacılara göre de bir mega etkinlik çeşidi⁸⁷ olarak literatürde sıklıkla tartışılmaktadır.

1.2.2.2. İçeriklerine Göre Etkinlikler

Etkinlikler, boyutlarının ve özelliklerinin yanında ayrıca amaçlarına ve turizm veya spor, kamu veya özel alanlarda ait oldukları sektörlerle göre de sınıflandırılırlar⁸⁸.

Bowdin ve diğerleri, etkinlikleri çeşitlerine ve ait oldukları sektörlerle göre; kamu/özel, devlet, dernek, kültür, spor, müzik, turizm ve iş (konferans, sergi, toplantı, teşvik, konferans, kongre vb.) etkinlikleri şeklinde sınıflandırmışlardır⁸⁹. Getz'e göre etkinlikler evreni şaşırtıcı derecede çeşitlidir ve etkinliklerin çeşitlerine ilişkin sınıflandırmalar daima eksik olmaya mahkumdur. Çünkü bir etkinlik amaç ve koşullarına göre birden fazla kategori içinde yer alabilir⁹⁰. Planlı etkinlik çeşitleri düzenlenme konularına göre Getz tarafından aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır.

⁸⁶Abdulkadir Koşan, "2011 Erzurum Kış Oyunlarının Sosyo-Ekonomik ve Turizm Açısından Değerlendirilmesi", **2011 Universiade Kış Konferansı**, 24-27 Ocak, Erzurum, 2011, s.112

⁸⁷Sibel Yardımcı, **Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal**, Birinci Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005, s.26

⁸⁸McDonnell, s.10

⁸⁹Glenn A., Bowdin, Gayle J. McPherson and Jenny Flinn, "Undertaken on Behalf of the Association for Events Management Education: Identifying and analysing existing research undertaken in the events industry: a literature review for People 1st", **AEME (Association for Events Management Education)**, 2006, s.1

<http://caledonianblogs.net/ccpe/files/2009/09/Bowdin.pdf>, (20.01.2012)

⁹⁰Getz, Management, s.6

Tablo 2:Planlı Etkinlik Çeşitleri

Kültürel Kutlamalar • Festivaller • Karnavallar • Dini törenler • Geçit törenleri • Anma	Spor karşılaşmaları • Profesyonel • Amatör	Halk etkinlikleri Kişisel kutlamalar • Yıldönümler • Aile tatilleri • Mezhepler arası geçiş ayinleri Sosyal etkinlikler • Partiler, galalar • Toplantılar
Sanat/ Eğlence • Konserler • Sergiler • Ödül törenleri • Diğer gösteriler	Eğitimsel ve bilimsel • Seminerler, workshoplar, çözüm toplantıları • Kongreler • Açıklayıcı etkinlikler	
İş/ticaret • Fuarlar, pazarlar, satış • Tüketici ve ticaret gösterileri • Sergiler • Toplantı ve konferanslar • Tanıtım etkinlikler • Fon artırma etkinlikleri	Rekreasyonel • Eğlence amaçlı oyunlar ve sporlar • Eğlence etkinlikleri Politik • Açılış • Resmi törenler • VIP ziyaretler • Mitingler	

Kaynak: Getz, Management, s.7

Tablo 2’de de görüldüğü üzere etkinlikler, kültürel kutlamalar, sanat/eğlence, iş/ticaret etkinlikleri, spor karşılaşmaları, eğitimsel ve bilimsel, rekreasyonel ve politik amaçlı etkinlikler, halk etkinlikleri başlıkları altında çeşitlendirmişlerdir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken önemli noktalardan birisi de, daha öncede belirtildiği gibi bir etkinliğin hizmet ettiği amaca göre birden fazla kategori içinde yer alabilmesidir. Örneğin “toplantı” etkinliği iş/ticaret amacıyla gerçekleştirdiği gibi, politik, eğitimsel/bilimsel veya sosyal amaçlı bir etkinlik de olabilmektedir.

Çalışmanın bu kısmında yukarıda belirtilen etkinlik türlerinden turizme konu olabilecek etkinlikler, incelenerek devam edilecektir. Yarattıkları turizm potansiyelleri bakımından, kültürel etkinlikler, sanat etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler, eğitimsel ve bilimsel etkinliler, politik etkinlikler kısaca incelenecek, çalışmanın kaynak konusu olan Universiade Oyunları’nın bir spor etkinliği çeşidi

olması sebebiyle, spor etkinlikleri konusunda geniş bir bakış açısı yaratılmaya çalışılacaktır.

1.2.2.2.1. Kültürel Etkinlikler

Getz'e göre kültürel etkinlikler, kültürel mana içeren kutsal ve neşeli olaylardır. Kültürel etkinlikler planlı etkinliklerin diğer türlerinden kültürel değerleri ifade etmeleri bakımından ayrılırlar. Festivaller, karnavallar, mirasi değerleri anma törenleri, geçit alayları ve törenleri, dini etkinlikler kültürel amaçlar içeren etkinliklerdir⁹¹. Kültürel öğeler destinasyonların görüntüsüne ve imajına farklılık getirerek, tüketici deneyimlerini zenginleştirmekte ve tüketicilerin zihninde o bölgenin ziyaret edilecek bir bölge olduğu düşüncesini yaratmaktadır. Bunu değerlendirmek isteyen destinasyonlar kültürel etkinlikleri kullanarak tüketicilere farklı deneyimler sunmaktadır. Yaratıkları önemli turizm potansiyeli bakımından kültürel etkinliklerden festivaller, karnavallar ve dini etkinlikler incelenerek çalışmaya devam edilecektir.

1.2.2.2.1.1. Festivaller

Festivaller, özellikle son yıllarda gündeme gelmelerine rağmen uzun geçmişe sahip ve birçoğu geleneksel olan kültürel kutlamaların en sık görülen biçimidir⁹². Festival alanında önemli eserleri bulunan Falassi'e göre, "festivaller, hemen hemen tüm insan kültürlerinde karşılaşılan, sosyal bir olgu, bir etkinliktir"⁹³.

Festivaller halk temalı özel etkinliklerdir⁹⁴. Ancak Falassi, halk etkinliklerinin çok çeşitli olması sebebiyle festivallerin anlamlarında ve yorumlarında çeşitlilik ve belirsizlik bulunduğunu belirterek hangi etkinliklerin festival grubuna girebileceğini belirtmiştir. Falassi'ye göre festivaller⁹⁵;

⁹¹Getz, Studies, s.29

⁹²Getz, Management, s.7

⁹³Alessandro Falassi, **Time Out of The Time: Essay on the Festival**, Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987, s.1

⁹⁴Jago ve Shaw, s.29

⁹⁵Falassi, s.2

- kutsal ya da kutsal olmayan zamanlarda yapılan özel ayin kutlamaları,
- Saygın bir kişi veya kayda değer bir olayın ya da özel bir ürünün yıllık kutlamaları,
- Özellikle tek bir sanatçı ya da sanat dalına ayrılmış, o sanat dalında çalışanların performanslarını da içeren bir dizi kültürel etkinlikler,
- Fuarlar,
- Herkese açık şenlik ve eğlenceler gibi etkinlikler olabilirler.

Tüm festivallerin kökü halk şölenleri ve kutlamalarına dayanır ve festivallerin temaları çoğunlukla ortak kültürel değerleri referans alır⁹⁶. Festivaller ve özel etkinlikler bir toplum içinde güçlü bağlar kurarak, sosyal ve kültürel kimliği pekiştirir⁹⁷.

Festivaller, turizm sektörünün de cazibe sahibi önemli elemanlarından birisidir. Festivaller şehirler veya bölgeler için önemli etkilere sahiptirler⁹⁸. Getz'e göre bu etkiler; destinasyona bir tema ve pozitif bir imaj sağlamak, turizm sezonunu uzatmak, alternatif turizm çeşitliliğini ve sürdürülebilirliği artırmak, bölgenin yeni bir görünümüne, gelişmiş bir altyapıya, ekonomi ve iş alanında gelişime sahip olabilmesi için katalizör olmak olarak ifade edilebilir⁹⁹. Festivaller ve halk katılımlı etkinlikler, bir turistik destinasyon olarak bölgede kümülatif bir etkiye sahip olmanın yanında, söz konusu destinasyona bir imaj ve kimlik kazandıran ve aynı zamanda topluluk duygusunu sağlam ve çekici kılan unsurlardır. Ayrıca festivaller, yerel halkın ev sahibi toplum olarak deneyim kazanmasına da yardımcı olmaktadır¹⁰⁰.

⁹⁶Donald Getz, **Festival, Special Events, and Tourism**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, s.53

⁹⁷Dogan Gursoy ve diğerleri, "Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation", **Tourism Management**, Vol:25, No:2, 2004, s.173

⁹⁸Ros Derrett, "Festivals, events and the destination", **Festival and Event Management, An International Arts and Culture Perspective** (Ed. Ian Yeoman, Martin Robertson, Jane Ali-Knight Siobhan Drummond and Una McMahon-Beatti), Butterworth-Heinemann, 2004, s.33

⁹⁹Getz, Festival, s.6

¹⁰⁰Ros Derrett, "How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities-International Perspective of Festivals and Events, Pradigms of Analysis", **Elsevier**, 2009, s.109
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780080451008000077>, (21.02.2012)

1.2.2.2.1.2. Karnavallar

Türkçe’de şenlik anlamına gelen karnavallar çok eski tarihe sahip etkinliklerdir. Karnavallar, Orta Çağ Avrupası’nda o dönemin şartlarına göre oluşmuş, o dönemin mevcut iktidar ilişkilerine, kilisenin gündelik yaşamdaki etkisine bağlı, bu alanlarda yaşanan gerginliklere cevap veren, hakim düzeni, onun resmi, katı işleyişini, kurallarını alt üst eden, bunları kısa bir süreyle tamamen tersine çevirmek amacıyla yapılan bir etkinlik şeklidir. Karnavallar, o dönemde çeşitli ritüeller, müzik, dans, kostüm ve maskelerin kullanımı gibi formlarla, çatışmanın yaşandığı, gerginliğin kökeninde yatan resmi, katı, düzenli işleyiş kısa bir süreyle askıya almakta ve kendine has işleyiş, kendiliğindenliğiyle bu işleyişin yerine geçmektedir. Günümüzde ise karnavallar, modernleşmeye bağlı olarak önemli dönüşümlerden geçmiş, artık o dönemdeki amacından uzaklaşarak, bugünün ekonomik işleyiş, toplumsal ve kültürel gereksinimlerine uygun, bu ihtiyaçları karşılayan bir etkinlik şekline dönüşmüştür. Artık karnavallar, müzik, dans, kostüm, yemek ve çeşitli etkinliklerden oluşan, belli aralıklarla yapılan, halka açık, katılıma yönelik, kendine has özellikler gösteren çok amaçlı kültürel etkinlikler olarak ortaya çıkmaktadır¹⁰¹. Karnavallar günümüzde büyük turist etkinlikleri olarak da göze çarpmaktadır. Dünyanın dört bir yanından çok sayıda turist karnavallara katılmak için seyahat etmektedir.

1.2.2.2.1.3. Dini Etkinlikler

Bazı festivaller ve diğer kutlamalar dini törenler içermektedir ama sadece dini amaçla yapılan birçok tören ve kutlama da bulunmaktadır. Örneğin Mexicoluların Ölü Bayramı ve Müslümanların Kurban Bayramı ve Şeker Bayramı gibi kutlamaları dinsel amaçlı etkinliklerdir. Hemen hemen her dinde kutsal bilinen bölgeyi ziyaretle gerçekleşen hac ziyaretleri, kutsal sayılan bölgeye büyük sayılarda ziyaretçi sağladıklarından önemli etkinlikler olarak ifade edilmektedir¹⁰². Tarihteki en büyük dini organizasyon olarak bilinen ve 12 yılda bir Hindistan’da düzenlenen Maha

¹⁰¹Selin Yurdakul, **Bir Ürün ve Toplumsal Bütünleşme Aracı Olarak Modern Kent Karnavalları ve Türkiye’deki Örneklerde Görülen Uygulama Farklılıkları**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, ss.9-10

¹⁰²Getz, Management, s.36

Kumbh Mela'ya 2001 yılında 70 milyon Hindu hacı katılmıştır¹⁰³. Aynı zamanda hac görevini yerine getiren Müslümanların, Mina adlı yerde kurban bayramının birinci, ikinci ve üçüncü günü şeytan taşlamak amacıyla yaptıkları etkinlikte de 2011 yılında Suudi Arabistan'ın içinden ve yurtdışından 2.93 milyon kişi bir araya gelmiştir¹⁰⁴.

1.2.2.2.2. Sanat Etkinlikleri

Günümüzde destinasyonlar, dünya kamuoyunun dikkatini daha fazla çekmek için sanatsal festivaller ve binealler düzenleme konusunda rekabetçi bir ortamın içine girmişlerdir. Günümüz popüler kültüründe yapılan müzik konserleri, ödül törenleri, tiyatro gösterileri, sanat sergileri ve dans şovları sanatsal etkinlikler içinde sayabileceğimiz etkinliklerdir¹⁰⁵. Bu etkinlikleri içeren sanatsal festivaller ve bienaller (uluslararası kültürel ve sanatsal etkinlikler) yalnızca sanat etkinlikleri olarak değil küreselleşmenin ve ekonomik canlanmanın araçlarından biri olarak da görülmektedir¹⁰⁶. İtalyanca bir kelime olan ve “iki yılda bir” anlamına gelen bienalin sayısında 1990’lardan sonra önemli bir artış görülmesinin sebebi de bahsedilen etkenlere bağlanmaktadır. Artık dünyanın hemen hemen her yerinde düzenlenmekte olan bienallerin sayısının 200’ü bulduğu bilinmektedir. Bu etkinliklerin en iyi bilinenleri arasında Venedik, Sao Paulo, Havana ve Kwangju bienalleri ile bes yılda bir düzenlenen Documenta Bienal’i sayılmaktadır. Farklı coğrafyada düzenlenenlerin sayısındaki bu artışla bienaller, Avrupa dışında gerçekleştirilmekte olanların, konum veya ölçekleri temel alınarak, Üçüncü Dünya bienalleri, çevre bienalleri veya mikro-bienaller olarak sınıflandırılmıştır. Bu bineallerin bir kısmı süreklilik kazanırken, bazıları da kalıcı olamamıştır¹⁰⁷.

¹⁰³Wagen, ss.5-6

¹⁰⁴Haberler.com, “Bu yıl hacı sayısı %5 arttı”,
<http://www.haberler.com/bu-yil-haci-sayisi-yuzde-5-artti-3114577-haberi> (27.01.2012)

¹⁰⁵Getz, Studies, s.37

¹⁰⁶Yardımcı, s. 27

¹⁰⁷Johnny Allen ve diğerleri, **Festivals and Special Event Management**, Third Edition, Milton, Queensland, John Wiley&Sons, Inc, Australia, 1999, ss.150–155.

1.2.2.2.3. İş Amaçlı Etkinlikler

Küresel dünyada çok uluslu şirketlerin dünyayı tek pazar olarak görme eğilimlerinin giderek artması sonucu, yine ürünlerin tanıtım faaliyetlerinde fuar, sergi talepleri gündeme gelmiş ve bu durum, fuar ve sergilerin yan sıra, aynı veya farklı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin iş amaçlı etkinliklerini artırmıştır. İş amaçlı etkinlikler, uluslararası kongreleri, mesleki konferanslar ve kongreleri, iş toplantılarını, incentive (teşvik) turizmini, eğitim, fuar ve sergi ziyaretlerini kapsamaktadır. Kısacası mesleki sebeplerle yapılan seyahatlerin tümü iş seyahati olarak değerlendirilmektedir¹⁰⁸. İş amaçlı etkinliklerde harcama eğiliminin daha fazla olmasıyla birlikte de bu tür etkinlikler, önemli bir endüstri halini almıştır¹⁰⁹. Turizm sektörüne önemli faydalar sağlayan iş amaçlı etkinliklerin başlıcaları şunlardır:

1.2.2.2.3.1. Fuar ve Sergiler

Günümüzün önemli tanıtım ve pazarlama araçları olan fuarlar, periyodik olarak kurulan sergiler ve pazarlar olarak uzun geleneksel bir geçmişe sahiptir. Önceleri dinsel törenler için düzenlenen fuarlar, günümüzde halk temalı kutlamalardan çok ürün tanıtımı amaçlı ticari etkinliklere dönüşmüştür. Dünya fuarları ise, 1928'de Paris'te düzenlenen BIE (Barue International des Expositions) anlaşmasıyla spesifik bir anlama sahip olmuştur. BIE, Expos olarak adlandırılan dünya fuarlarını alabilmek için aday ülkelere kurallar koyar ve bu kurallar çerçevesinde dünya fuarlarının uluslararası standartlara kavuşmalarında etkili olur¹¹⁰.

Fuarlar, satıcıları ve alıcıları bir araya getiren tanıtım ve pazarlama amaçlı temel niteliğinin yanında düzenlendikleri bölgenin ekonomik hayatına canlılık kazandırır, sosyal, kültürel ve politik ilişkilerin gelişmesinde özellikle de turizm açısından bölgede canlılığın oluşmasını sağlar, düzenlendikleri bölgenin şehircilik gelişimine katkı sağlar, kent kimliğinin ve markalaşmanın elde edilmesine yardımcı

¹⁰⁸ Arslan, s.10-15

¹⁰⁹ David M. Pearlman ve Linid Mollere, "Meetings, Incentive, Convention, and Exhibition Evaluation Practices: An Exploratory Study among Destination Marketing Organizations", **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:10, No:3, 2009, ss.147-148

¹¹⁰ Getz, Management, s.8

olurlar¹¹¹. Böylece, fuar ya da sergi gibi etkinlikleri düzenlemek ya da düzenlenmiş etkinliklere katılmak mikro ya da makro düzeyde önemli bir turizm etkinliği olarak kabul edilmekle birlikte ulusal ya da uluslararası düzeyde bu tür etkinliklerin düzenlenmesine önem verilmektedir¹¹².

1.2.2.2.3.2. Kongreler

II. Dünya Savaşı'ndan sonra, gelişme gösteren toplantılar, günümüzde bilimsel ve teknolojik alandaki gelişmeler, üretimin artması, yeni pazarlama teknik ve yöntemlerinin ortaya çıkması gibi gelişmelerle daha fazla düzenlenmektedir. Ticari alandaki gelişmeler ve dünyada ortaya çıkan yeni eğilimler sonucunda bilgi alışverişinde bulunmak, tartışmak vb. amaçlarla yapılan toplantıların sayıları her geçen gün artmaktadır¹¹³.

Toplantı türleri içerisinde en geniş kapsama sahip olan kongreler, Aymankuy tarafından, “yurtiçi veya yurt dışından aynı ya da farklı meslek gruplarına sahip kişilerin (delegelerin), fikir alışverişinde bulunmak ve tartışmak gibi amaçlarla çağrılı olarak bir araya gelmeleri olarak” tanımlanmaktadır¹¹⁴. Kongreler, günümüzün değişen teknolojilerini değerlendirmek, satış hedeflerini izlemek, grup motivasyonunu sağlamak ve personeli ödüllendirmek gibi birçok sebeple organize edilmektedir¹¹⁵. Kongre sayısında ve katılımında meydana gelen artışla kongrecilik, meslek haline gelmiş ve kongre organizasyonu nedeniyle oluşan hareketlilikle bir turizm olayı ve bir turizm türü olarak adlandırılmaya başlamıştır¹¹⁶.

1.2.2.2.3.3. Konferanslar

Konferanslar, kongrelere benzemekle birlikte daha çok teknik ve bilimsel alanlarda yapılan, düzenli bir periyot göstermeyen toplantılar için

¹¹¹Fatih Yücel ve Ahmet Yılmaz, “Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi ve Ticaret Fuarının Değerlendirilmesi”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:15, Sayı:1, 2006, ss.509-510

¹¹²Alparslan Usal ve Saime Oral, **Turizm Pazarlaması**, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 2001, s.61

¹¹³Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010, s.1

¹¹⁴Aymankuy, s.2

¹¹⁵Ebru Günlü ve İge Pınar Tavmergen, **Kongre ve Toplantı Yönetimi**, Seçkin Kitabevi, Ankara, 2004, s.30

¹¹⁶Aymankuy, s.6

kullanılabilmektedir. Konferanslar eğitimsel amaçlarının yanında ticari amaçla da düzenlenebilmektedir¹¹⁷. Kongre ve konferans arasındaki fark eylemden daha çok anlamlarıyla ilgilidir. Konferans kavramı genel olarak sorunlar ve gelişimlere ilgili uzman kişiler tarafından dinleyicilere bilgi verme amacını taşır¹¹⁸.

1.2.2.2.3.4. Seminerler

Seminerler, birkaç oturum şeklinde devam eden, çeşitli konuların bilimsel çerçevede tartışıldığı toplantılardır. Ortalama 20-50 kişi arasında değişen konuşmacıların katılımıyla ve genellikle eğitim ve bilgi verme amacıyla yapılan seminerler, toplantı turizmi açısından da potansiyel sahibi olabilmektedir. Genellikle eğitim amacı içeren seminerlerde şirketlerin de yeni ürün uygulamalarını ve yeni endüstriyel eğilimleri öğrenmek için hemen hemen tüm birimleriyle seminerlere katılım göstermeleri seminerlerin ticari amacını da ortaya çıkarmaktadır¹¹⁹.

1.2.2.2.3.5. Forum

Forum, bir yönetici başkanlığında konuşmacıların enine boyuna tartıştıkları toplantılardır. Forum, panalistlerin konuşmalarının ardından forum başkanının yönetimiyle dinleyicilerin sorularını konuşmacıların cevaplaması şeklinde devam eder. Forumda konuşmacıların amacı birbirlerinden çok dinleyicilere hitap edebilmektir¹²⁰.

1.2.2.2.3.6. Sempozyum

Sempozyum, toplantı şekli olarak foruma benzemekle birlikte foruma göre daha sert ve katı kurallara sahiptir. Sempozyumda katılımcılar bir konu ile ilgili tebliğler sunan uzmanlardır. Sempozyumda foruma göre dinleyicilerin katılımları azdır¹²¹.

¹¹⁷ Aymankuy, s.2

¹¹⁸ Günlü ve Tavmergen, s.36

¹¹⁹ Günlü ve Tavmergen, s.37

¹²⁰ Aymankuy, s.2

¹²¹ Aymankuy, s.3

1.2.2.2.4. Eğitimsel ve Bilimsel Etkinlikler

Bu etkinlik grubu genellikle iş ve ticaret amaçlı etkinliklerin bir alt dalı olarak görülürler, ancak bu etkinliklerin bilgi yaratma ve bilgi alışverişi nedeniyle kendilerine has özellikleri vardır. Belirli konular üzerine hazırlanan akademik, bilimsel ve mesleki sempozyum ve konferanslar, eğitimsel ve bilimsel etkinliklerin önemli elemanlarındandır. Birçok insan bu etkinliklere bilgi arayışının yanında kendi meslek grubundaki insanlarla sosyalleşmek için de katılırlar¹²².

1.2.2.2.5. Politik Etkinlikler

Politik amaçlı etkinlikler, etkinlik grubu içinde en küçük kategoride yer almalarına rağmen düzenlendikleri bölge için önemli etkiler yaratmaktadır. Politik amaçlı birçok etkinlik düzenlendikleri bölgenin ekonomisini canlandırmada ve bölge için imaj sağlamada etkili olabilmektedir. Özellikle G8, G20 gibi önemli toplantılar ve VIP ziyaretler, önemli insanların katılımı ve amaçları bakımından büyük medya ilgisi yaratmaktadır¹²³. Ayrıca periyodik olarak Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu gibi her zaman aynı bölgede düzenlenen politik etkinliklerle de etkinlik ve düzenlendiği bölge adeta birlikte anılır hale gelmektedir.

1.2.2.2.6. Spor Etkinlikleri

Spor, toplum yaşamına eğitimsel, politik ya da ekonomik amaçlı birçok değişik yoldan girmiş, bireyleri doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ve toplumun ilgisini canlı tutabilen sosyal bir olaydır¹²⁴. Bu olay, birçok açıdan toplumlara sosyal ve fiziksel anlamda faydalar sağlamanın yanında toplumları birleştiren ve toplumların davranış, düşünce ve değer sistemlerini geliştirerek kendilerini ifadelerini kolaylaştıran unsurlar içermektedir.

İnsanoğlunun avlanmak ve korunmak amacıyla geliştirdiği beden hareketleri, silahlar, savunma ve saldırı bilgisi sporun ve beden eğitiminin temelini

¹²²Getz, Studies, s.42

¹²³Getz, Management, s.36

¹²⁴Berkant Atasoy ve Füsün Kuter Öztürk, "Küreselleşme ve Spor", **Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt:18, No:1, 2005, s.18

oluşturmaktadır. Bu anlamda başarıyı tatmak için birey zamanla kendi dışında bir grup, cemaat ve birliğin desteğiyle psikolojik bir yapılanmaya girmiştir¹²⁵. Böylece spor, düşmanı alt etmenin ve av başarısının dışında sosyo-kültürel bir anlam kazanmış ve bireysellikten “biz” duygusuna geçilmesini sağlamıştır. Sportif faaliyetler toplum bireylerini bedenleri yoluyla güçlendirme yolunda motive ederken zamanla bu etkinlikler törensel boyut da kazanmıştır. Sportif aktivitelerle yarışmalar düzenleme, ödüller verme, ağalık (sponsorluk) gibi yönlerle bu tür etkinlikler zamanla kurumsallaştırılmıştır¹²⁶.

Spor etkinliklerinin gelişimine bakıldığında, birçok kaynakta, özellikle büyük spor organizasyonlarının temelinin Antik Yunan’a dayandığı görülmektedir. İlk önceleri tanrılara tapınmak için yapılan şöenlerde yer alan spor, zamanla devamlı ve daha çok sportif aktiviteyi içeren bir olgu olmuştur. Adını ilk olarak yapıldığı Yunanistan’ın Olimpia yöresinden alan Olimpiyat Oyunları’nın temelinin M.Ö. 776’ya dayandığı belirtilse de tarihçiler, Olimpiyat oyunlarının başlangıcı konusunda hem fikir değildirler¹²⁷.

Aynı dönemlerde, Antik Mısır’da kutlanan ve Mısır toplum düzeninin ortak noktasını oluşturan, Firavun adına jübile ve yenileşme bayramı olarak tanımlanan, Serbest Şenlikler düzenlenmiştir. Ayrıca, 19. yüzyıla kadarki zamanı içine alan eski, orta ve yeniçağ dönemlerinde; Roma’daki gladyatör dövüşleri ve at yarışları da Cermenler’deki spor etkinlikleri olarak sayılmıştır¹²⁸.

Olimpiyatların M.S. 408’e kadar devam ettiği ve oyunlara, savaşlar ve oyunların adil ortamda gerçekleşmemesi sebebiyle 2. Theodosius’un son verdiği, oyunların 1500 yıl kadar yapılamadığı ve Avrupa’da Rönesans ile birlikte yeniden gündeme geldiği belirtilmektedir¹²⁹. Oyunların tamamen durdurulması sonucunda, yörenin ekonomik açıdan sıkıntıya düştüğüne, gelen turist sayısının azalması sonucu bir ekonomik kriz yaşandığına inanan yetkililerin oyunların devamına izin

¹²⁵Mustafa E. Erkal ve diğerleri, **Sosyolojik Açıdan Spor**, Der Yayınları, İstanbul, 1998, s.16

¹²⁶Erkal ve diğerleri, s.22

¹²⁷Aydın Öztürk ve Çetin Özdilek, “Antik ve Modern Olimpiyat Oyunlarında Olimpiyat Ateşinin Yakılma Sebepleri ve Bu Güne Kadar Düzenlenen Oyunlarda Meşaleyi Taşıma Seremonileri”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:19, Aralık 2007, s.218

¹²⁸Dieter Voigt, **Spor Sosyolojisi**, 1998, çev. Ayşe Atalay, Alkım Yayınları, İstanbul, 2007, ss.223-233

¹²⁹Korhan Seçilmiş, **Antik Zamandan Günümüze Olimpiyat Oyunları**, İl Press Yayın, İstanbul, 2004, s.15

vermeleri¹³⁰ de, Olimpiyatların bölge ekonomisinde oynadığı büyük rolü o dönemlerden gözler önüne sermektedir.

Olimpiyat ruhuna inanan, modern Olimpiyat oyunlarının kurucusu olarak bilinen Baron Pierre de Coubertin'in öncülüğünde 1892 yılında Paris'te toplanan konsey tarafından Olimpiyatların tekrar başlatılmasına, her 4 yılda bir yapılmasına ve ilk oyunların 1896 yılında Atina'da yapılmasına karar verilmiştir¹³¹. Olimpiyat Oyunları, günümüzde merkezi İsviçre'de bulunan IOC (International Olympic Committee) tarafından düzenlenmekte, Yaz Olimpiyatları ve Kış Olimpiyatları şeklinde yapılmaktadır. Olimpiyatların yanında bugün dünyanın hemen hemen her yerinde uluslararası alanda birçok spor etkinliği gerçekleştirilmektedir. Universiade Oyunları, Grand Prix'ler, Dünya Futbol Şampiyonası, Rugby Dünya Kupaları, Dünya Golf Şampiyonası büyük çaplı spor etkinliklerine verilebilecek en güzel örneklerdendir. Bu büyük spor faaliyetleri yerel seviyede gerçekleştirilen spor müsabakalarının da önünü açmaktadır¹³².

Spor kişisel ve toplumsal sağlığı koruyucu ve geliştirici özelliğinin yanında, günümüzün kitle iletişim araçları ve özellikle medyanın etkisiyle karlı bir reklam ve tanıtım aracı haline gelmiştir. Spor etkinlikleri, bir taraftan bir gösteri ve eğlence faaliyeti olarak tüketim sektörüne dönüşürken, diğer taraftan girişimciler için önemli finansal hareketlerin yaşandığı cazip bir ekonomik harekete, hükümetler için de hem sosyal ve kültürel altyapıyı geliştirme ve zenginleştirme aracına hem de uluslararası arenada etkin bir politika aracına dönüşmüştür¹³³. Bu sebeplerle spor endüstrisi, hem mal hem de hizmet endüstrisi içinde birçok endüstriyle ilişki halindedir ve bu sektörler de özellikle büyük spor etkinlikleri sayesinde talep artışı sağlayabilmektedir.

Böylelikle günümüzde spor ve turizm arasında da sıkı bir bağ oluşmuştur. Küreselleşme süreci ilerledikçe spor sayesinde turizmi teşvik edecek çalışmalar yapılmakta ve aynı şekilde spor müsabakaları da turizm sayesinde

¹³⁰Cüneyt E. Koryürek, **Olimpiyadlar**, 2003, s.10

¹³¹Seçilmiş, s.20

¹³²Wagen, s.9

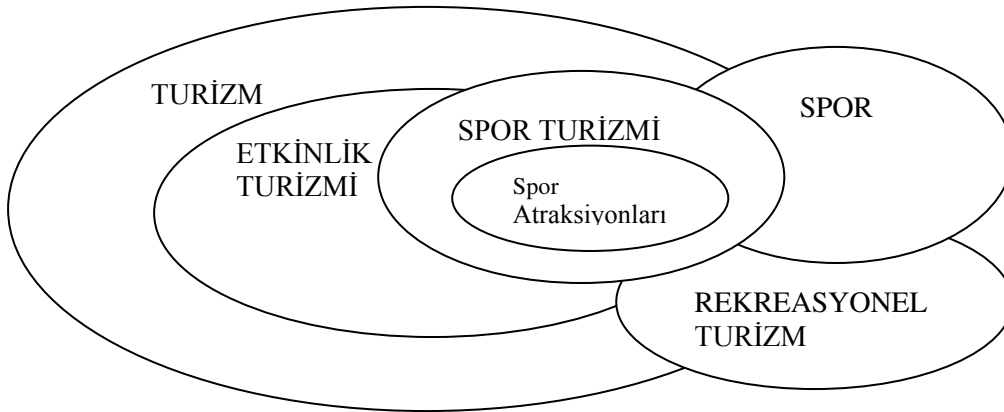
¹³³Sebahattin Devecioğlu, "Türkiye'de Spor Sektörü Stratejilerinin Geliştirilmesi", **Verimlilik Dergisi**, Sayı:2, 2005, ss.117-134

zenginleşmektedir¹³⁴. Son dönemlerde destinasyonların büyük spor organizasyonlarına ev sahipliği yaparak adlarını duyurmak istemeleri hem destinasyonun tanıtımı hem de spor turizminin gelişimi açısından önem arz etmektedir. Artık dünya genelinde çoğu hükümet, spor etkinliklerine ev sahipliği yapabilmek için adeta yarışır hale gelmiştir¹³⁵.

Spor etkinliklerine katılmak isteyen ülke ya da bölge, organizasyona henüz başvuru yapma aşamasında spor tesislerini uluslararası standartlara uygun hale getirerek hem mevcut talebe daha iyi cevap verebilmekte hem de organizasyonu almaya hak kazanabilmektedir. 2008 Olimpiyat Oyunları'na aday olan İstanbul bu dönemde oldukça hareketli günler yaşamış Olimpiyatların gerçekleşeceği kent olarak seçilememiş olsa da, aday olduğu dönemde, İstanbul Olimpiyat Oyunları ve Düzenleme Kurulu tarafından spor amaçlı birçok yatırım yapılmıştır¹³⁶

Derry ve diğerlerine göre etkinlikler ve spor, turizm için turist sayısı ve ekonomik fayda sağlamada belkide en önemli iki bileşendir. Şekil 3'de sunulan spor turizmi modeline göre de eğer bir insan spor etkinliği için seyahat ederse aynı zamanda turizmin birçok çeşidine de katılmış olur.¹³⁷

Şekil 3: Spor Turizmi Modeli



Kaynak: Derry ve diğerleri, s.241

¹³⁴P. De Knop, "Sport and Events Tourism", **Tourism Business Frontiers, Consumer Products and Industry**, (Ed. Dimitrios Buhalis and Carlos Costa), Butterworth-Heinemann, 2006, s.118

¹³⁵Chris Gratton ve diğerleri, "The Economics of Sport Tourism at Major Sports Events" **Sport Tourism Destination: Issues, Opportunities and Analysis**, (Ed. James Higham), Butterworth-Heinemann, 2005, s.234

¹³⁶Anonim, "2008 Olimpiyatları İstiyoruz", **Türsab Dergisi**, Sayı:204, 2001, ss.16-21

¹³⁷Margaret Derry ve diğerleri, "Sport tourism and event tourism: are they one and the same", **Journal of Sport Tourism**, Vol:9, No:3, 2004, ss.239-241

Spor etkinliklerinin destinasyona olan yüksek fayda etkisiyle birlikte literatürde etkinlik turizmi altında “spor etkinliği turizmi” alanı oluşmuştur. Spor etkinliği turizmi Getz’e göre, uluslararası alanda önemli ve cazibe sahibi niş pazar olarak belirtilmektedir. Spor etkinlik turizmi, destinasyon açısından ekonomik ve toplumsal faydalar sağlamak için spor etkinliklerinin geliştirilmesi ve pazarlanmasıdır. Tüketiciler açısından da spor etkinliği turizmi, etkinliğe katılmak ya da izlemek amacıyla yapılan seyahatlerdir¹³⁸. Sportif etkinliklere aktif ya da izleyici olarak katılım insanları aynı zamanda turizme yönlendiren sebeplerden¹³⁹ olduklarına göre, spor etkinlik turizmi de, son zamanlarda spor etkinliklerinin sayısındaki artışla, önemli bir turizm çeşidi olarak turizm piyasasında yerini almaya başlamıştır.

Spor Etkinlik Turizminin Özellikleri

Getz spor etkinlik turizminin özelliklerini aşağıdaki gibi belirtmiştir¹⁴⁰:

- Birçok spor etkinliği, bir destinasyonu çekici hale getirmede oldukça kolay kullanılabilir araçlardır.
- Özel bir spor etkinliği rutin olarak düzenlenenlerden daha fazla turist çekebilir.
- Kurumsal sponsorlar spor etkinliklerine ilgi duymaktadırlar.
- Büyük çaplı spor etkinlikleri yeni hizmet birimleri oluşturulmasında veya alt yapının geliştirilmesinde katalizör olabilir.
- Spor etkinlikleri için yeni binalar inşa edildiklerinde bunlar ev sahibi bölge için kalıcı olur.
- Büyük çaplı spor etkinlikleri, toplantı, sergiler ve eğitim seminerleri gibi diğer etkinlik çeşitleri için katalizör olabilir.
- Yıl boyunca düzenlenebilecek ve turizm sektörünün mevsimsellik özelliğini azaltabilecek çeşitli spor etkinlikleri mevcuttur.
- Spor etkinlikleri, fiziksel yeteneğe, yaşa ve cinse bakılmaksızın her seyirci grubu için oyun çeşitliliğine sahiptir.

¹³⁸Donald Getz, “Sport Event Tourism: Planning, Development, and Marketing”, **Spor and Adventure Tourism**, (Ed. Simon Hudson), Haworth Press, Binghamton, 2003, ss.49-50

¹³⁹Atilla Hazar, **Spor ve Turizm**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007, s.81

¹⁴⁰Getz, Sport, s.50

- Spor etkinliklerine başarılı bir şekilde ev sahipliği yapan toplumlarda gurur ve eğlence iç içedir.
- Spor etkinlikleri, destinasyonun çekiciliğini ve özel olduğu duygusunu yaratmaya yardım ederek geleneklerin ve kültürün gelişimini ve kolay yansıtılmasını sağlar.
- Medyanın ilgisiyle bir spor destinasyonu imajı yaratılması ziyaretçi harcamalarından daha önemli olabilir.
- Spor etkinlikleri, güçlü ve aktif yaşam tarzları ve kültürel temalar yaratarak destinasyonun markalaşmasına yardımcı olabilir.
- Spor etkinlikleri, sınırlı aktivitelere sahip küçük kasabalar veya kırsal alanların turizmine yararlar sağlamada etkili olabilir.

Spor Etkinlik Çeşitleri

Spor etkinliği sektöründe muazzam bir çeşitlilik mevcuttur. Spor etkinliği denildiğinde özellikle turizm pazarlamacılarının aklına ilk olarak büyük ölçeği ve etkileri bakımından Olimpiyatlar ve Dünya Futbol Şampiyonası gibi etkinlikler gelmektedir. Fakat küçük ve amatör spor etkinliklerinin de çok fazla faydaya sahip olduğu bilinmektedir¹⁴¹.

Graton ve diğerlerinin sunduğu büyük çaplı spor etkinliği çeşidi modellemesine göre başlıca sayılabilecek etkinlikler, aktif ya da izleyici katılımına ve ölçeklerine göre 4 modelde sınıflandırılmıştır¹⁴²:

Model A: Önemli oranda medya ilgisi ve ekonomik etki yaratan “**büyük uluslararası izleyici**” etkinlikleridir. Bir destinasyonda ancak bir kez yapılan ve her yıl düzenlenmeyen bu büyük spor etkinliklerine Olimpiyatlar ve Dünya Futbol Şampiyonası ve Avrupa Futbol Şampiyonası örnek verilebilir.

Model B: Önemli oranda medya ilgisi ve ekonomik etki yaratan bu spor etkinlikleri, ulusal alanda düzenli olarak her yıl yapılan “**büyük izleyici etkinlikleridir**”. Fa Kupa Finali, Wimbledon, Open Golf, Six Nations Rugby Union International, gibi spor etkinlikleri bu model için verilebilecek en güzel örneklerdir.

¹⁴¹Getz, Sport, s.51

¹⁴²Chris Gratton ve diğerleri, “The economic importance of major sports events: a case-study of six events”, **Managing Leisure**, Vol:5, No:2, 2000, s.26

Model C: Bir destinasyonun bir kez ev sahibi olabileceği, her yıl düzenlenmeyen, sınırlı bir ekonomik etki yaratan **“büyük uluslararası izleyici ve seyirci spor etkinlikleridir”**. Avrupa Küçükler Box Şampiyonası, Avrupa Küçükler Yüzme Şampiyonası, Dünya Badminton Şampiyonası, IAAF Grand Prix bu spor etkinliği çeşidi için en uygun örneklerdendir.

Model D: Sınırlı bir ekonomik etki yaratan **“büyük sporcu etkinlikleri”** ulusal alanda her yıl yapılan spor etkinliklerinin lig karşılaşmaları ve turnuvalarıdır.

Günümüzde uluslararası spor organizasyonlarına aktif ya da izleyici olarak katılımın yanında profesyonel sporcuların antrenman ve eğitim gibi faaliyetleri için yaptıkları seyahatlerde turizm pazarında yerini almaya başlamıştır. Bu olay işletmeler için düşük sezonun azalan talebinin olumsuz etkilerini azaltarak yeni fırsatlar yaratmaktadır¹⁴³.

Spor ve turizm arasındaki bağ yukarıdaki birçok nedene bağlı olarak son yıllarda oldukça güçlenmiştir. Spor, turizm için çekicilik yaratmada, çekiciliği artırmada önemli bir eleman olarak kabul görmektedir. Turistik talebini artırmak, düşük sezonun olumsuz etkilerinden kurtulmak, bir spor destinasyonu imajına sahip olmak isteyen destinasyonlar spor yatırımlarını ve spor etkinliklerini destekleyerek gelişimlerine ivme kazandırmaya çalışmaktadır. Özellikle büyük çaplı spor etkinlikleriyle alt yapısını yenileme fırsatı bulan destinasyonlar, aynı zamanda imajlarını geliştirerek önemli tanıtım ve pazarlama olanaklarını da elde etmektedir.

¹⁴³Barış Erdem ve Göksel Kemal Girgin, “Spor Turizmi”, **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, Nobel Yayın, Ankara, 2008, s.390

İKİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİKLERİN DESTİNASYONA ETKİLERİ

Getz'e göre etkinlikler yarattıkları gelir ve istihdamla birlikte ortaya çıkan ekonomik etkilerinden dolayı bir endüstri olarak adlandırılabilirler. Etkinlikle birlikte turizmde ve ekonomide yaşanan gelişmelerle etkinlikler, turizm endüstrisinin de bir alt dalı haline gelmiştir¹⁴⁴. Günümüzde özellikle Olimpiyat Oyunları, Dünya Futbol Kupası gibi mega spor etkinlikleri, destinasyonların turizm ürünleri arasında önemli elamanlar olarak sayılmaktadır¹⁴⁵.

Etkinlikler turizm endüstrisinin, genç, dinamik ve hızlı büyüyen, dünya çapında bir alt dalı konumunu almıştır. Özellikle son dönemlerde gelişmekte olan ülkeler, etkinlik turizmi ve etkinlik yönetiminin faydalarının daha çok farkına varmışlardır¹⁴⁶. Tassiopoulos'a göre "etkili bir şekilde koordine edilen, yönetilen ve iyi planlanan etkinlikler, destinasyon için aşağıdaki faydaların elde edilmesinde ve dağıtımında iyi bir potansiyele sahiptir"¹⁴⁷:

- destinasyonun çıkarlarını ve niteliklerini güçlendirmek için bir araç olmak ve destinasyonu bir turistik istasyon haline getirecek uygun bir imaj yaratmak, özellikle sürekli misafirler gibi yüksek verim sağlayan ziyaretçileri çekerek önemli bir turistik alan yaratmak,
- uluslararası turistik yerler haritasındaki ülkeler ve yerler içinde destinasyonun rekabetçi pozisyonunu geliştirmek,
- turistik büyümenin oranını yönetmek ve artırmak,
- yerel toplumun yaşam kalitesini artırmak ve topluma kentiyle ilgili güven ve iftihar aşılama,
- mevcut tesislerin kullanımını ve gelirini artırmak,
- etkinlik platformuna doğru medyanın kapsama alanını genişletmek,
- etkinliklere yerel halkın desteğini artırmak.

¹⁴⁴ Donald Getz, "Developing a Research Agenda for the Event Management Field", **Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Educational**, (Ed. John Allen, Robert Harris, Leo K Jago and A J Veal), Sydney, 2000, s.15

¹⁴⁵ Lynn Minnaert, "An Olympic legacy for all? The non-infrastructural outcomes of Olympic Games for socially excluded groups (Atlanta 1996-Beijing 2008)", **Tourism Management**, Vol:33, No:2, April, s.361

¹⁴⁶ Tassiopoulos, s.4

¹⁴⁷ Tassiopoulos, s.3

Özellikle Olimpiyat Oyunları gibi uluslararası öneme sahip etkinlikler sayesinde destinasyonlar günümüzde, etkinliklerden dolayı meydana gelen yarışlar ve kutlamaların yanında kendi tarihi, kültürel, doğal çekicilikleri ve aynı zamanda etkinliklerle ilgili birçok iş ve eğitim alanıyla ilgili birçok ziyaretçiyi kısa bir sürede kendilerine çekebilmektedir¹⁴⁸. Bu etkinliklerle ev sahibi destinasyonlar çok kısa bir sürede muhtemel ya da mevcut olumsuz imajlarını da azaltabilmekte ve böylece kendileri adına daha olumlu bir imaj geliştirebilmektedir¹⁴⁹.

Etkinlikler, birçok destinasyonun gelişiminde ve pazarlama planlarında hatırı sayılır bir araçtır ve bu sebeple ev sahibi bölgede turizmin gelişimi için oldukça önemli bir motivasyon unsurudur¹⁵⁰. Özellikle Olimpiyat Oyunları ve FIFA Dünya Kupaları gibi büyük çaplı etkinlikler, bugün bir şehrin turistik unsurları arasında önemli ürünler olarak kabul edilmektedirler. Bu tür etkinlikler kısa süreli olmalarına rağmen onları sahneleyecek şehirler için hem kısa hem de uzun dönemli önemli etkilere sahiptirler¹⁵¹. Solberg ve Preuss'a göre etkinlikler özellikle yeni bir alt yapı gerektiriyorsa ve turistik ziyaretleri uyarıcı pozitif bir imaj yaratabiliyorsa, destinasyonlar için etkinlik sonrası dönemde de yıllarca sürebilecek etkiler yaratırlar¹⁵².

Bu sebeplerle özellikle uluslararası büyük çaplı etkinliklerin uzun ve kısa dönemde ev sahibi bölge için yarattığı etkiler birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Jago ve diğerleri etkinliklerin ev sahibi bölgede ekonomik, sosyal ve çevresel alanda hem pozitif hem de negatif çok çeşitli etkilere sahip olduklarını belirtmişlerdir.¹⁵³ McDonnell ve diğerleri etkinliklerin bir destinasyon için olası etkilerini; düşük sezon için ziyaretçi sayısını artırma, genel turizm deneyimini yükseltme, yerel gelişim için katalizör olma, ekonomik faydaları teşvik etme ve son olarak destinasyonda uzun dönem etkileri destekleme şeklinde belirtmektedirler¹⁵⁴.

¹⁴⁸Lisa Delpy ve diğerleri, "Motivation to Attend the 1996 Summer Olympic Games", **Journal of Travel Research**, Vol:39, No:3, February 2001, s.330

¹⁴⁹Samuel Seongseop Kim ve Alpstairs M. Morrison, "Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup", **Tourism Management**, Vol:26, No:2, 2005, ss.245-246

¹⁵⁰Getz, Definition, s.403

¹⁵¹Maurice Roche, "Mega-Events and Urban Policy", **Annals of Tourism Research**, Vol:21, No:1 1994, s.1

¹⁵²Harry Arne Solberg ve Holger Preuss, "Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts", **Journal of Sport Management**, Vol:21, No:2, 2007, s.215

¹⁵³Jago ve diğerleri, s.223

¹⁵⁴McDonnell ve diğerleri, s.20

Getz de etkinliklerin bir destinasyona, ekonomi ve turizm, çevresel ve sosyo-kültürel alanlarda birçok şekilde etki ettiğini ifade etmektedir. Ritchie ise etkinlikler öncesi değerlendirilmesi gereken etkileri ekonomi, turizm/ticari, fiziksel, sosyo-kültürel, psikolojik ve politik olarak 6 grupta sınıflandırmıştır¹⁵⁵.

Christensen'e göre etkinliklerin yer aldıkları ev sahibi toplum üzerinde ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel hassasiyetleri vardır ve etkinlikler ekonomik faydayı maksimize etmek, olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkileri minimize etmek gibi sorumluluklara sahiptirler¹⁵⁶.

Minnaert ise etkinliklerin etkilerini somut ve soyut olarak iki kategoride değerlendirmektedir. Somut etkiler, ev sahibi bölgede altyapı ve kentsel yenilenme için inşa edilen tesisleri temsil ederken soyut etkiler ise etkinliklerin ev sahibi bölgede yarattığı ekonomik ve sosyo-kültürel etkileridir¹⁵⁷.

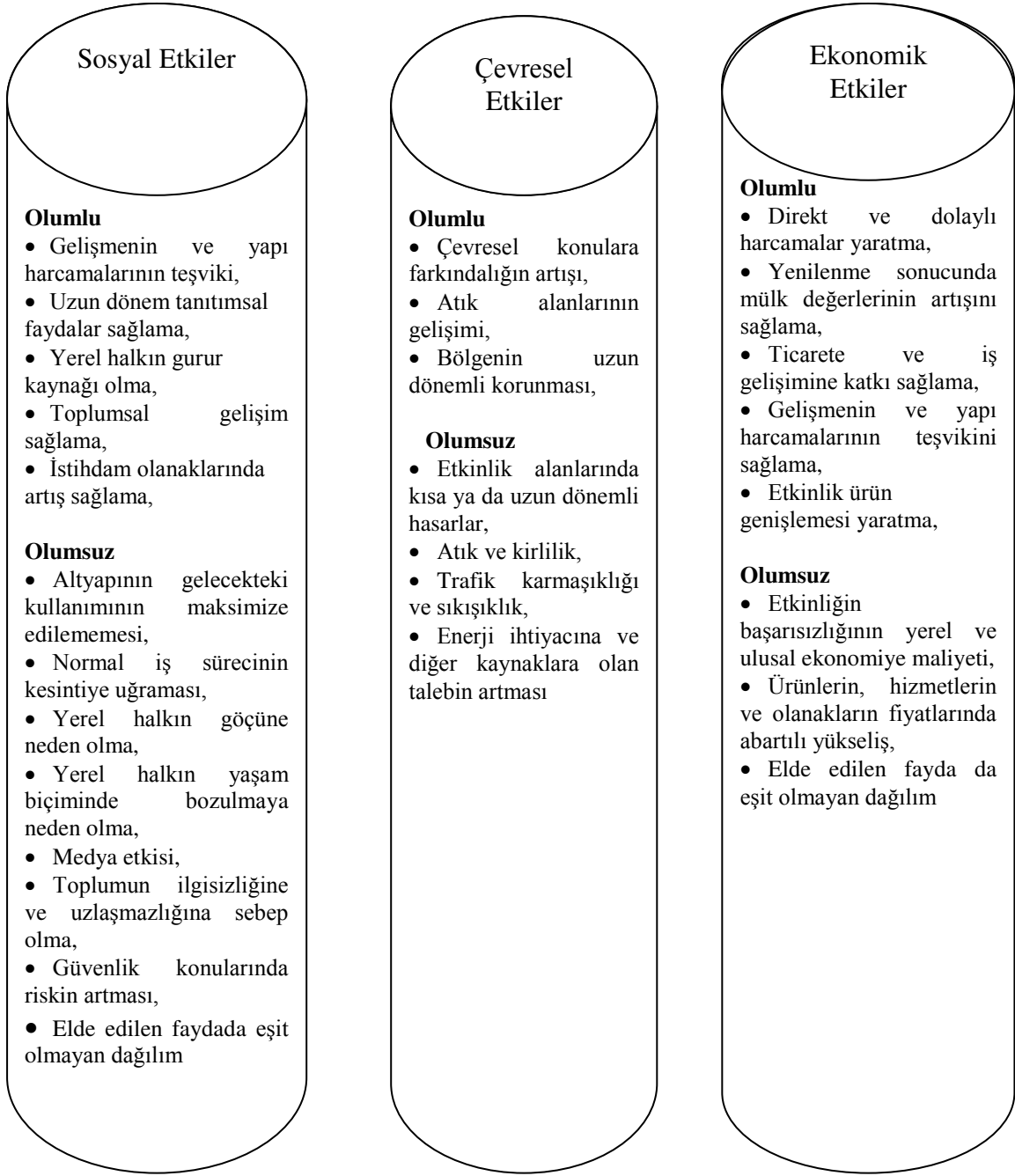
Musgrave ve Raj etkinliklerin ekonomik, sosyo- kültürel ve çevresel etkilerini hem olumlu hem de olumsuz etkiler bakımından Şekil 4'deki gibi incelemektedirler.

¹⁵⁵Ritchie, s.2-11

¹⁵⁶C. Smith Christensen, "Sustainability as a Concept within Events", **Event Management and Sustainability**, (Ed. Razaq Raj and James Musgrave), Spi, Pandicherry, India, 2006, s.25

¹⁵⁷Minnaert, ss.1-2

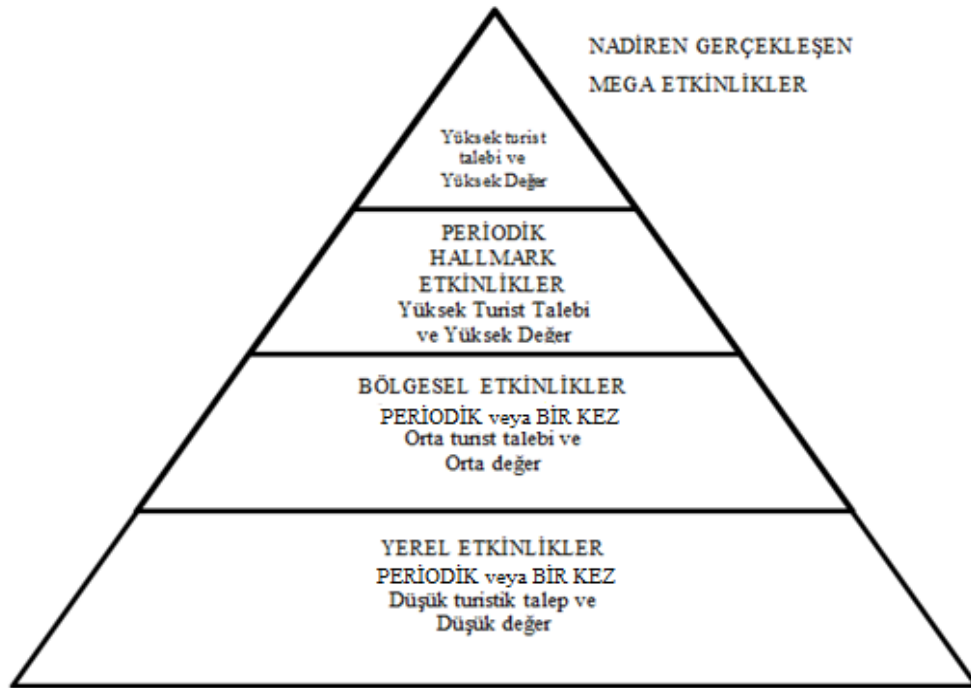
Şekil 4:Etkinlik Etkileri



Kaynak: James Musgrave ve Razaq Raj, “Introduction to a Conceptual Framework for Sustainable Events”, **Event Management and Sustainability**, (Ed. Razaq Raj ve James Musgrave), Spi, Pondicherry, India, 2006, s.5

Etkinliklerin destinasyona ekonomik, politik, sosyal ve kültürel, çevresel ve fiziksel alanda birçok etkisinin olduğu gerçeğinin yanında bu etkilerin kattığı değer de şekil 5’de görüldüğü gibi etkinliğin boyutuna göre değişebilmektedir. Büyük ölçekli etkinlikler ev sahibi bölge için olası değerler bakımından oldukça yüksek getiriye sahipken, etkinliğin ölçeği küçüldükçe olası değerlerin etki potansiyelide azalmaktadır.¹⁵⁸

Şekil 5: Etkinliklerin Etki Dereceleri



Değerin olası ölçekleri

- Büyüme potansiyeli
- Pazar payı,
- Kalite,
- İmaj geliştirme,
- Toplum katılımı,
- Çevresel değer,
- Ekonomik fayda,
- Sürdürülebilirlik,
- Özgünlük

Kaynak: Getz, Management, s.113

¹⁵⁸ Getz, Management, s.113, Hall, s.265

Planlı etkinliklerin ucu genellikle ev sahibi toplum için, bir takım amaç ve hedeflere dayalıdır. Yapılan faaliyetlerden beklenen bir takım “sonuçlar” elbette vardır, ancak bazen beklenmeyen ve istenmeyen sonuçlarla karşılaşmak da mümkündür. Aslında bir etkinlik toplumsal ve çevresel değişiklik hareketini başlatır ve bu hareketin bir parçası olarak kabul edilir¹⁵⁹.

Mega etkinliklerle ilgili yapılan akademik çalışmaların çoğunun odak noktası olan pozitif etkilere rağmen son yıllarda mega etkinliklerin yol açtığı maliyetler de vurgulanmaktadır. Bu kapsamda söz konusu etkinliğin etkilerini saptamak ve bu etkinliklerin pay sahibi tüm taraflar üzerindeki etkisini yönetmek etkinliği yöneten birimin sorumluluğundadır. Bu aşamada etkinliğin genel etkileri konusunda bilinçlenmek ve gerektiği yerde müdahale ederek planlı bir biçimde hareket etmekle etkinliğin genel etkileri çerçevesinde de başarılı sonuçlar elde edilebilir¹⁶⁰. Bu açıdan son yıllarda etkinlik yönetimi, etkinliklerin başarısı, cazibesi açısından ayrıca destinasyonun doğru pazarlanması ve turizm sektörüne turist sağlamada hızla gelişen profesyonel bir alan olmaya başlamıştır¹⁶¹.

2.1. ETKİNLİKLERİN EKONOMİK ETKİLERİ

Etkinlikler, ev sahibi bölgede genellikle ekonomik aktiviteyi teşvik edici olarak görülür ve bundan dolayı pozitif bir bakış açısıyla değerlendirilir. 1976 Olimpiyatları’ndan dolayı büyük çaplı spor etkinliklerinin ev sahibi bölge için borca neden olduğu izlenimi doğmuşsa da, 1984 Olimpiyatları’nın büyük bir karı beraberinde getirmesiyle bu düşüncede değişiklik olmuştur¹⁶². Böylece ekonomik faydasından dolayı son yıllarda birçok ülke, özellikle büyük çaplı etkinliklere ev sahipliği yapmak için adeta yarışır hale gelmiştir.

Birçok etkinlik, kültürel ve uluslararası alanda çok çeşitli faydaları da beraberinde getirir. Fakat hükümetler daha çok, gelişmemiş bölgelerde ziyaretçi katılımını artırarak ekonomik faydalar sağlanması amacıyla, etkinliklere katılmayı ve etkinlikler için harcama yapmayı istemektedir. Bir hükümetin bir etkinliği almak

¹⁵⁹ Getz, Studies, s.300

¹⁶⁰ McDonnell ve diğerleri, s.2

¹⁶¹ Getz, Defination, s.403

¹⁶² Gratton ve diğerleri, 2005, s.234

istemesindeki öncelikli sebepler bölgesel gelişim ve iş yaratımı gibi ekonomik etkilerdir¹⁶³.

Getz'e göre etkinlikler, destinasyonlar için turizm alt yapısının gelişimi ve genel ticari ve ekonomik gelişim şeklinde bölge ekonomisine iki türlü etki eder¹⁶⁴:

- Büyük çaplı etkinlikler özellikle de ağırlama sektörüne büyük yatırımlar yapmayı gerektirmektedir. Bu kapsamda oteller ve restoranlar ön plana çıkar. Bazen yatırımlar direkt turizm aktiviteleri için yapılmıyor olsa da uzun vadede turizmi geliştirici etkiler içerir.

- Büyük çaplı etkinlikler aynı zamanda büyük çaplı sermaye yatırımlarından ve alt yapı için gerekli görülen yenilemelerden dolayı ekonomi aracı olarak görülür.

Bir şehir veya bölge mega bir etkinliğe ev sahibi olmaya hak kazandığında hükümet veya özel sektör kaynaklı büyük bir miktarda para, ev sahibi şehre akmakta ve bu para etkinlik bölgesinde devir daim olarak birçok sektörün ve işletmenin gelir elde etmesini sağlamaktadır. Kasimati bu sıcak paranın yerel, bölgesel ve ulusal ekonomiye etkisinin direkt, endirekt ve uyarılmış şekilde üç temel unsura ayrıldığını belirtmektedir¹⁶⁵.

1. Direkt Etki: Etkinlik ziyaretçilerinin yaptığı harcamalar, sıcak paranın ilk ekonomik etkisidir. Sıcak para ev sahibi şehirdeki konaklama, yiyecek-içecek ve ulaşım gibi sektörler enjekte edilir.

2. Endirekt Etki: Ekonomiye enjekte olan sıcak paranın, sızıntılardan sonraki, yerel ekonomide diğer sektörler (inşaat, imalat, hizmet sektörleri vb.) müteakip etkileridir.

3. Uyarılmış Etki: Yerel ekonomide diğer sektörler giren sıcak paranın hane halkına gelir sağlamasıdır.

Humphreys ve Plummer, 1996 Atlanta Olimpiyatları için yaptıkları ekonomik etki analizi çalışmasında etkinliklerin direkt, endirekt ve uyarılmış etkilerine bunların üçünün toplamından oluşan toplam ekonomik etkiyi eklemiş ve bu tür etkilerin ev

¹⁶³Barry Burgan ve Trevar Mules, "Reconciling cost-benefit and economic impact assessment for event tourism", **Tourism Economics**, Vol:7, No:4, 2001, s.322

¹⁶⁴Getz, Festival, ss.18-19

¹⁶⁵Evangelia Kasimati, "Economic Aspect and the Summer Olympics: a Review of Related Research", **International Journal Of Tourism Research**, Vol:5, No:6, 2003, s.434

sahibi bölge için kısa dönem etkiler olduklarını ifade etmişlerdir¹⁶⁶. Ev sahibi bölge için etkinliklerin ve etkinlik aktivitelerinin, kısa dönem ekonomik faydaları, aşağıda belirtilen üç farklı kaynaktan meydana gelmektedir¹⁶⁷:

- Eğer varsa tesis inşaları,
- Etkinlik/faaliyet operasyonları,
- Etkinliklere katılım ve ilgili harcamalar.

Etkinlikler için inşa edilen tesislerden kaynaklanan ekonomik etkiler, gerekli tesislerin planlaması ve inşası için yerel kuruluşlara yapılan harcamalardan meydana gelmektedir. Ev sahibi bölge için bu gelirler, tesis inşaları için planlama ve mimari tasarım, yapı malzemeleri ve yerel yapı firmalarının çalıştığı alt firmalar gibi profesyonel hizmetler için yapılan harcamaları içine alır. Burada önemli olan bu yapıların yerel yapı firmalarına etkilerini ölçebilmektir, ancak böylece yerel ekonomiye faydalı olup olmadıklarından bahsedilebilir. Etkinlikler için inşa edilen bu yapıların ekonomik etkilerini tahmin edebilmek için, tesisler için kullanılan paranın kaynağını bilmek kadar, yerel kuruluşlara yapılan tesis inşa maliyetlerinin gerçekçi tahminleri de oldukça önemlidir¹⁶⁸.

Özellikle büyük spor etkinlikleri tesisleri için gerekli olan yatırımlar hükümetler ve uluslararası kuruluşlar tarafından yapılırsa bu tür yatırımlar ev sahibi şehir için yerel ekonomiye katkı olarak değerlendirilmektedir¹⁶⁹. Tesislerin inşası için gerekli iş gücü ve malzeme üretimi de bölgede önemli istihdam ve gelir etkisi yaratmaktadır. Brunet'e göre 1992 Barcelona Olimpiyatları için 1985-1992 periyodunda inşaat sektöründeki istihdam oranında %72, çimento sektöründe %74, inşaat sektörü için elektrik üretiminde de %55 artış sağlanmıştır.¹⁷⁰

Etkinliklerin ekonomik faydalarından bir diğeri de etkinlik veya faaliyet operasyonlarıdır. Etkinlik operasyonları ayrıca ticari operasyonlar olarak da değerlendirilebilir. Etkinlik için yapılan bu ticari operasyonlar, malzemeler (imtiyaz

¹⁶⁶Jeffrey M. Humpherys ve Michael K. Plummer, "The Economic Impact on the State of Georgia of Hosting the 1996 Summer Olympic Games", **Selig Center for Economic Growth Terry College of Business the University Georgia**, June 1995, s.4

¹⁶⁷Nancy M. Hodur ve Larry Leistritz, "Estimating the Economic Impact of Event Tourism", **Journal of Convention and Event Tourism**, Vol:8, No:4, 2006, s.66

¹⁶⁸Hudor ve Leistritz, s.66

¹⁶⁹T. Mules ve B. Faulkner, "An Economic Perspective on Special Events", **Tourism Economics**, Vol:2, No:2, 1996, ss.107-117

¹⁷⁰Ferran Brunet, "An Economic Analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: Resources, Financing and Impact", 1995
http://olympicstudies.uab.es/pdf/OD006_eng.pdf, (30.01.2012), s.20

malzemeleri vb.), reklam, bordrolar ve maaşlar, tesislerin bakımı, kamu hizmetleri ve diğer günlük harcamaları içerir¹⁷¹.

Etkinliklerin ev sahibi bölgeye ekonomik faydalarının önemli bir diğer kalemi de etkinlikler esnasında yetkililer, spor etkinlik katılımcıları veya yarışçılar gibi etkinliğe katılım gösterenlerin yaptıkları harcamalardan meydana gelmektedir. Etkinlik katılımcılarının, etkinliğe katılmak için yaptıkları seyahat harcamaları, yiyecek-içecek, konaklama harcamaları ve onları etkinliğe katılmaya motive eden diğer harcamalar, destinasyon için etkinliğin ekonomik getirilerindendir¹⁷². Airola ve Craig ziyaretçiler ve bunlarla ilgili harcamalara; kurumsal sponsorlara bağlı biraz daha yüksek harcama yapabilecek güçte olan ziyaretçilerin, yayın kuruluşlarının çalışanlarının, müşterilerinin ve misafirlerinin yaptıkları harcamaları da eklemiştir¹⁷³. Humphers ve Plummer da Olimpiyat oyunları gibi etkinliklerle ilgili ziyaretçi gelirlerinin; sponsorlar, yayıncılar, uluslararası etkinlik izleyicileri, yerli izleyiciler, etkinliği düzenleyen federasyonun üyeleri (Uluslararası Olimpiyat Komite Üyeleri gibi), atletler, memurlar ve yerel halk tarafından yapılan harcamalardan kaynaklandığını belirtmişlerdir¹⁷⁴. Airola ve Craig 1996 Atlanta Olimpiyatları için yaptıkları ekonomik etki analizi çalışmasında etkinliklerin hemen öncesinde, etkinlikler esnasında ve etkinliklerin hemen sonrasındaki periyotta ziyaretçiler ve bunlarla ilgili harcamaların 937 milyon Dolar olduğunu tespit etmişlerdir¹⁷⁵. Karagöz de 2005 Türkiye Grand Prix'i için İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçilerin toplam harcamalarının 8.232.750 TL'lik doğrudan bir ekonomik etkiye neden olduğunu ve bu ekonomik etkinin ekonomiye dalga dalga yayılarak 21.305.533,73 TL'lik üretim artışı yarattığını belirtmiştir¹⁷⁶.

Madden ve Crowe çalışmalarında, Tablo 3'de de görüldüğü üzere, Olimpiyatlarla ilgili ziyaretçi harcamalarının oyunlardan önce, oyunlar esnasında ve bölge için yaratılan imaj sayesinde, oyunlardan sonraki dönemlerde de gerçekleştiğini belirtmişler ve bu dönemlerde bölgeye gelen ziyaretçilerden

¹⁷¹Hodur ve Leistris, s.67

¹⁷²Hodur ve Leistris, s.67

¹⁷³Jim Airola ve Steven Craig, **The Projected Economic Impact on Houston of Hosting the 2012 Summer Olympic Games**, January, 2000, s.4

http://action.roadshowmedia.com/houston2012/Documents/eco_impact.pdf (02.01.2012)

¹⁷⁴Humphreys ve Plummer, s.6

¹⁷⁵Airola ve Steven, s.5

¹⁷⁶Deniz Karagöz, **Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2006, s.109

Olimpiyat amaçlı olanları direkt ziyaretçi, diğer amaçlarla gelenleri endirekt ziyaretçi olarak ifade etmişlerdir¹⁷⁷.

Tablo 3:1995-1996’da Olimpiyatlarla İlgili Yabancı Turist Harcamaları (Milyon Dolar)

	Endirekt ziyaretçi	Direkt ziyaretçi
Etkinlik öncesi (ortalama yıl)	281.6	2.0
Etkinlik yılı	513.9	146.9
Etkinlik sonrası (ortalama yıl)	413.4	0

Kaynak: Madden ve Crowe, 1998, s.8

Olimpiyat Oyunları ve Dünya Fuarları gibi mega çaplı faaliyetler, yalnızca yabancı turistlerin ilgisini çekmekle kalmaz aynı zamanda yerli turistlerin de ev sahibi bölgeyi, ziyaret etmelerini sağlayarak¹⁷⁸ etkinliğe katılım için harcama yapmasında ve bölgenin kalmasında etkili olurlar¹⁷⁹.

Horne de etkinliklerin, gerçekleşmesi zor olan veya ön görülemeyen ekonomik patlamalar ve dönüm noktaları yaratabileceğini belirtmektedir. Araştırmacıya göre, geçici iş seyahatleri ile gerçekleşen etkinlikler ve birçok yerel etkinlik, oteller ve restoranlar için önem taşımaktadır. 1994’de Brandon’da gerçekleşen ticari konferanslar sayesinde bu sektörlerde 14 milyon Dolar gelir sağlanmış olmanın yanında 1998’de bu oran 18 milyon Dolar’a yükselmiştir¹⁸⁰.

Etkinliklerin, genellikle hükümetler tarafından ekonomik anlamda desteklenmelerine rağmen, özellikle büyük çaplı olanlarının ülke dışından gelen mali destekler ve sponsorluk çalışmaları olmaksızın yürütülmesi çok zordur. Bu tür destekler turizm ile ilgili çalışmalar kapsamında “sıcak para” olarak anılmakta ve etkinliği desteklemek amacıyla kullanıldıkları için etkinliğin getirmiş olduğu ekonomik etkiler arasında sayılmaktadır¹⁸¹.

¹⁷⁷John R. Madden ve Matthew Crowe, **Estimating the Economic Impact of the Sydney Olympic Games**, Centre for Regional Economic Analysis, 1998, s.6

¹⁷⁸Getz, Management, s.61

¹⁷⁹Agele Gelan, “Local Economic Impacts The British Open”, **Annals of Tourism Research**, Vol:30, No:2, 2003, s.408

¹⁸⁰William R. Horne, “Municipal Economic Development Via Hallmark Tourist Events”, **The Journal of Tourism Studies**, Vol:11, No:1 May 2000, s.35

¹⁸¹Getz, Management, s.64

Dünya genelinde birçok ülkenin ortak sorunu olan işsizlik ya da eksik istihdam sorunu mega etkinliğe ev sahipliği yapan ülkelerde azalma göstermektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin etkinliklere ev sahipliği yapması, işsizlik sorununa çözüm bulmada etkili olabilmektedir. Etkinlikler için gereken yapılar ve tesisler yerel ekonomiye kısa dönemli de olsa iş imkanı yaratılması yanında, uzun vade de işsizliği azaltmada ve işgücünün beceri temelini geliştirmede etkilidir. Bu tesisler ve yapılar için ev sahibi bölgeye kamu ve özel sektör bazında dış yatırımlar çekilir ve birçok yeni iş alanı yaratılır. Bu yatırımlar aynı zamanda uzun dönem destinasyon gelişimi içinde önemli etkiler yaratmaktadır¹⁸². Brunet, 1992 Barcelona Olimpiyatları sayesinde 1986 Ekim-1992 Temmuz periyodunda Barcelona’da işsizlik oranının %18,4’den %9,6’ya gerildiğini belirtmiştir¹⁸³.

Olimpik oyunlar için yapılan maddi yatırımların yanı sıra nitelikli işgücü yaratma açısından insan kaynaklarına yapılan yatırımların da önemi göz önünde bulundurulmalıdır. Olimpiyatlar gibi çok büyük boyutlarda bir organizasyonu hayata geçirmek için organizasyonun evreleri içerisinde iniş çıkışlar gösteren 10-15.000 kişi civarında bir işgücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Bu iş gücünün önemli bir bölümü görevlendirildiği işle ilgili teknik eğitimden geçirilirken "insan ilişkileri" açısından da temel eğitim, lisan eğitimi, davranış eğitimi vb. gibi kişisel gelişim sağlayacak eğitim türlerine de tabi tutulmaları, aslında nitelikli işgücüne doğru önemli bir kalkınma hamlesi olacaktır¹⁸⁴.

Etkinliklerin ekonomik etkilerinin ölçümüne dayalı çalışmalarda genellikle etkinliklerin gayri safi yurtiçihasıla ve bölgesel üretime etkilerine, ekonomik aktiviteye katkılarına ve iş yaratımı üzerine etkilerine odaklanılır¹⁸⁵. Özellikle Olimpiyat Oyunları’nın ekonomik etkilerinin ölçümüyle ilgili birçok çalışma yapılmış ve birçok modelleme geliştirilmiştir. Etkinliklerin ekonomik etkilerini ölçmede en sık kullanılan iki modelleme yaklaşımından birisi input-output (girdi-çıkı) metodu ve diğeri de hesaplanabilir genel denge analizidir¹⁸⁶. Ayrıca

¹⁸²Jago ve diğerleri, ss.225-226

¹⁸³Brunet, s.21

¹⁸⁴Tayfun Selçuk Ok ve Tezer Palacioğlu, “Doğu Anadolu’da Kış Olimpiyatları”, **İstanbul Ticaret Odası Yayınları**, Yayın No: 12, 2000, s.18

¹⁸⁵Larry Dwyer ve diğerleri, “Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach”, **Journal of Travel Research**, Vol:45, No:1, 2006, s.59

¹⁸⁶Evangelia Kasimati ve Peter Dawson, “Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: A small macroeconometric model”, **Economic Modelling**, Vol:26, No:1, 2009, s.139

etkinliklerin ekonomik etkileri bazı araştırmacılar tarafından da fayda-maliyet analizi yaklaşımına tabi tutulmuştur¹⁸⁷. Etkinliklerin ekonomik etkileriyle ilgili çoğu çalışma etkinlik gerçekleşmeden önce (ex-ante) yapılmış ve bu tür çalışmalar genellikle organizasyon komiteleri veya bölgesel ticaret odaları adına yürütüldükleri için promosyon amaçlı olarak değerlendirilmiştir¹⁸⁸. Kasimati'e göre etkinlik gerçekleşikten sonraki (ex-post) ekonomik etki analizleriyle ilgili çalışmalar yetersiz düzeydedir¹⁸⁹. Bir ex-post analizle, ev sahibi bölgenin etkinliğin öncesindeki ve sonrasındaki ekonomik durumu incelenebilmekte ve etkinliklerle aynı zamanda devam etmekte olan ve ekonomik etkiye katkısı olabilecek diğer faktörlerden, etkinlikler izole edilebilmektedir¹⁹⁰.

Özellikle büyük spor etkinlikleri, sportif aktiviteler ve altyapı için büyük yatırımlar gerektirmektedir. Spor tesisleri ve altyapıdan, etkinlik sonrasında da destinasyonda uzun dönemde istihdam ve yerli yabancı turist katılımı sağlaması beklenir. Etkinliklerin uzun dönem ekonomik etkileri genellikle, yarattıkları istihdam ve turistik harcamalar üzerinden hesaplanmaktadır¹⁹¹.

Etkinliklerin uzun dönemde sağladığı ekonomik faydalar genellikle ekonomik etki miktarı kapsamında birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Solberg ve Preuss'e göre etkinliklerin uzun dönem etkilerinin başarısı destinasyon için ihtiyaç duyulan yeni turistik ürünler geliştirmeyi veya destinasyonun mevcut turizm altyapısını geliştirmeyi gerektirir¹⁹². Airola ve Craig 1996 Atlanta Olimpiyatlarının uzun dönem ekonomik etkilerinin ölçümüne yönelik araştırmalarında 1990-1998 periyodun da Atlanta şehir merkezindeki otellerin kapasiteleri ve doluluk oranlarını baz almışlar ve etkinlikler sonrası, uzun dönemde otellerin kapasite ve doluluk oranında ciddi bir artış olduğunu saptamışlardır¹⁹³. Humphreys ve Plummer da 1996 Atlanta Olimpiyatları'nın, arkasında 189 milyon Dolar değerinde bir stadyum, birçok spor tesisi ve rekreasyon alanının yanında üniversiteler için faydalı olacak oyunlar

¹⁸⁷Burgan ve Mules, s.327

¹⁸⁸Kasimati ve Dawson, s.139

¹⁸⁹Evangelia Kasimati, "Economic Aspect and the Summer Olympics: a Review of Related Research", **International Journal Of Tourism Research**, Vol:5, No:6, 2003, s.438

¹⁹⁰Robert A. Baade ve Victor Matheson, "Cost- Benefit Analysis and Sports", **Transatlantic Sport, The Comparative Economics of North American and European Sports**, (Ed. Carlos Pestane Barros, Muradali Ibrahim and Stefan Szymanski), Edward Elgar Publishing, UK, 2002, s.133

¹⁹¹Jeffrey G. Owen, "Estimating the Cost and Benefit of Hosting Olympic Games: What Can Beijing Expect from Its 2008 Games", **The Industrial Geographer**, Vol:3, No:1, Fall 2005, s.1

¹⁹²Solberg ve Preuss, s.218

¹⁹³Airola ve Craig, s.7

köyü bırakacağını, bu alanlar için istihdam yaratacağını ayrıca Atlanta'yı küresel bazda gelecek dönemlerde pazarlayabilecek bir etki yaratacağını belirtmişlerdir¹⁹⁴.

Ne var ki etkinlik öncesi ve sonrası yapılan ekonomik etki analizleri sonucunda, spor etkinliklerinin uzun dönemde beklenen ekonomik etkiyi yaratmadığı da görülebilmektedir¹⁹⁵. Ayrıca Burgan ve Mules'a göre zayıf araştırma tekniklerine ve ekonomik etki analizi ve fayda maliyet arasındaki farklılıkların göz önünde bulundurulmamasına bağlı olarak, etkinliklerin ekonomik etki analizleri yanlış sonuçlar verebilmektedir. Bazı etkinliklerin ekonomik etkileri abartıldığı kadar değildir ya da hiç yoktur bu yüzden de hükümetler etkinliklere verdikleri desteklerden dolayı eleştirilebilirler¹⁹⁶. Er'e göre İstanbul Park Grand Prix'de vaat edilen ziyaretçi sayısına etkinliğin yapıldığı ilk yıl bile ulaşamamış ve Tablo 4'de görüldüğü gibi etkinlik hem yurt dışından hem de yurt içinden her geçen yıl ziyaretçi kaybetmiştir¹⁹⁷. Dolayısıyla etkinliğin ekonomik etkisi yıldan yıla azalma göstermiştir.

Tablo 4: Yıllara göre İstanbul Park Grand Prix 3 Günlük Ziyaretçi Sayıları

Yıllar	3 günlük ziyaretçi sayısı		
2005	180.000		
2006	135.000		
2007	112.000		
2008	100.000		
2009	90.000		

Etkinliklerle birlikte ekonomik alanda yaşanan bir diğer olumsuzluk da ev sahibi şehirde ekonomik faaliyetlerin yükselmesiyle birlikte fiyatlarda yaşanan artışla hayatın daha pahalı hale gelmesidir¹⁹⁸. Özellikle ev sahibi bölgede gayrimenkul fiyatlarında aşırı artışlar görülebilmektedir. Er'e göre İstanbul Park Grand Prix yarışlarının yapılacağı 2005 yılını kapsayan 2004-2006 döneminde, bölgedeki

¹⁹⁴Humphreys ve Plummer, s.13

¹⁹⁵Onur Ozsoy, "Regional Development and Impact of 25th Winter Universiade on Erzurum's Economy", **Winter Universiade 2011 Conference**, Erzurum, January 24-27 2011, ss.26-27

¹⁹⁶Burgan ve Mules, s.322

¹⁹⁷Serra Er, **Büyük Etkinlikler ve Gayri Menkul Geliştirme İlişkisi: İstanbul Formula 1 Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009, s.98

¹⁹⁸Minneart, s.2

gayrimenkul fiyatları aşırı bir artış göstermiş ve bu artış beklenenin çok üstünde bir seyir izleyerek bölgede ranta sebep olmuştur¹⁹⁹. Ayrıca etkinliklerin yerel halkın kültürüyle ilişkili bir durum içermesi ve etkinliklere katılım ücretinin yerel halkın ekonomik durumuna uygun düşmesi de yerel halkın etkinliğe katılımı ve etkinliği desteklemesi açısından oldukça önemlidir. Er'e göre İstanbul Park Grand Prix bilet fiyatlarının yüksekliği ve Türk insanının Formula 1 ile kültürel bir bağının olmaması sebebiyle yerel halkın bu etkinliğe katılımı oldukça düşük düzeydedir²⁰⁰.

Agla ve diğerlerine göre de mega spor etkinliklerinin ev sahibi ülke için uzun vadede sağlamış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri tespit etmek oldukça zordur. Kısa vadeli etkilerin incelenmesiyle bir takım sonuçlara ulaşılabiliyor olursa da bu sonuçlar yanıltıcı da olabilmektedir²⁰¹.

Büyük çaplı etkinliklere baktığımızda genelde bazı ekonomik getirilere sahip olduğu oldukça açıktır. Ancak hükümetler, yine de bu tür faaliyetler için harcama yapmadan önce bu faaliyetten elde edilen faydalar ile bu faaliyetler için yapılan harcamalar arasındaki dengeyi iyi ayarlamak zorundadır²⁰².

2.2. ETKİNLİKLERİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Turistik bir ürün olan etkinliklerle ilgili etki analizlerinde birçok çalışmanın, ekonomik etkileri konu edinmesine karşın etkinliklerin sosyo-kültürel etkileri de son yıllarda öneminin farkına varılan bir alan olmuştur. Etkinlikler, ekonomik etkilerinin ötesinde ev sahibi toplumun ve komşu toplumların aktivitelerini ve yaşam stillerini etkileyen sosyal ve kültürel etkinliklerle birlikte yeni bir alt yapıyı ve tesisleri de beraberinde getirir²⁰³. Bu bağlamda festivaller ve özel etkinlikler turizm ürünleri olmalarından dolayı ev sahibi toplum için sosyal faydalara ve bunun yanında sosyal maliyetlere de sahiptir. Bu fayda-maliyet arasındaki dengeyi iyi ayarlamak etkinlikleri organize eden devlet ve özel sektör kuruluşları için oldukça önemlidir. Eğer bu kuruluşlar, etkinliklerin etkilerini belirleyebilirlerse, yerel halkın ve

¹⁹⁹Er, s.142

²⁰⁰Er, s.104

²⁰¹Nola Agla ve diğerleri, "Considering Legacy as a multi-dimensional construct: The legacy of the Olympic Games", **Sport Management Review**, Vol:15, No:1, February 2012, s.127

²⁰²McDonnell ve diğerleri, s.34

²⁰³Samuel Seongseop Kim ve James F. Petrick (2003), "Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city", **Tourism Management**, Vol:26, No:1, 2005, s.25

ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçlarını daha kolay algılayabilir, böylece bu tür etkinlikleri daha kolay planlayabilir²⁰⁴.

Mega çaplı spor etkinliklerinin, ilişkileri yumuşatarak farklı kültürleri aynı coşku ortamında kaynaştırması önemli bir durumdur. Olimpiyat Oyunları gibi uluslararası organizasyonlarda insanlarda kültürel farklılıkların tolere edilebildiği, farklı kültürlere saygı duyma yetisinin geliştiği, ayrıca kültürel farklılıkların zenginlik olduğu fikrinin yerleştiği görülmektedir²⁰⁵.

Salem ve diğerlerine göre etkinlikler, geleneklerin ve değerlerin farkındalığını artırma, yaşanan yerle duyulan gururun artması, bölgenin profilini yükseltme, özel ilgi gruplarının ihtiyaçlarını karşılama ve yerel mirasın korunmasını sağlama gibi sosyo-kültürel amaçlarla yerelin katılımını etkinliklere teşvik etmede etkilidirler²⁰⁶.

Büyük spor etkinliklerinin sağladığı kültürel etkileşimin yanında 2005 İzmir Universiade ve 2011 Erzurum Universiade Oyunları'nda olduğu gibi ev sahibi bölgenin, açılış ve kapanış seremonilerinde sergiledikleri yöresel ve geleneksel gösteriler, etkinlikler boyunca süren kültürel öğelerin ağırlıkta olduğu resim ve fotoğraf sergileri, kültürel turlar, konserler, el sanatları sergileri ve yöresel lezzetlerin sunumunu içeren aktiviteler ev sahibi bölgenin kültürel öğelerini, ziyaretçilerine kolaylıkla sunabildiği bulunmaz tanıtım fırsatlarıdır.

Büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmış bölge insanının başka etkinliklere de ev sahipliği yapma isteğinin arttığı da görülmektedir. 2005 yılında İzmir'de düzenlenen 2005 İzmir Universiade Yaz Oyunları'nın yarattığı dinamizmle İzmir halkının, Expo 2015 gibi dünya çapında İzmir kenti için çok önemli projelere ev sahipliği yapma isteği ve hevesi de artmıştır²⁰⁷. Böylece etkinlikler, insanlarda heyecan yaratmakta ve sosyal açıdan etkinlik bilincinin oluşumuyla turizm için büyük önem arz eden misafirperverlik duygusu daha da gelişmektedir.

²⁰⁴Demet Bagiran ve Hulya Kurgun, A Research on Social Impacts of Foça Rock Festival: Perceptions of Local Residents and Local Authorities", **Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference**, 19-24 June, Istanbul, 2011, s.672

²⁰⁵Elif Yıldız ve Selin Bitirim, "Kültürlerarası İletişim Açısından Universiade (Dünya Üniversite Oyunları)", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:32, İzmir, 2012, s.173

²⁰⁶Galal Selam ve diğerleri, "An Overview of events management", **Festival and Event Management: an international arts and culture perspective**, (Edited by I. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, S. Drummand, U. McMahon-Beattie), Butterworth Heinemann, 2004, s.17

²⁰⁷Sabah Balta ve Deniz Karagöz, "Etkinlik Turizmi ve 23. Universiade Yaz Oyunlarının Sosyal Yaşam ve Turizm Üzerine Etkileri", **Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Proje Kesin Raporu**, Proje No: 2005-ÇMYO-002, İzmir, 2006, s.28

Etkinliklerdeki gönüllü programları ile de bu programa katılım gösterenler, beceri ve istihdam olanaklarını artırabilmektedirler²⁰⁸. Gönüllü programlarına insanlar, genellikle destinasyonu ve kültürüyle duyduğu gurur, daha fazla sosyalleşme ve arkadaş ortamı sağlayabilme gibi duygu ve isteklerle katılmaktadırlar.²⁰⁹.

Etkinliklerin özellikle sportif faaliyetlerin soyut mirasıyla ev sahibi topluma kazandırdığı sosyo-kültürel etkilerini bireysel açıdan da değerlendirebilmek mümkündür. Bu duruma göre etkinlikler bireylere şu şekilde faydalı olabilmektedir²¹⁰:

- Sportif etkinlikler, ev sahibi toplumda yerel halkın spora katılım oranını artırmak, sağlıklı yaşamı teşvik etmek, fiziksel sağlığın iyileşmesini sağlamak ve sportif etkinliklere duyulan ilgiyi artırarak sağlığa faydalı eylemleri beraberinde getirmek gibi beden sağlığı için yararlı etkilere yol açabilmektedir.
- Sportif etkinlikler, ev sahibi toplumda özgüveni artırıcı ve refah durumunu yükseltici etkisiyle bireylerde ruh sağlığına yönelik faydalar da sağlamaktadır.
- Sportif etkinlikler, çocuklar için de sportif faaliyetlere katılımı ilham kaynağı olabilmektedir.
- Mega çaplı sportif etkinlikler, birçok açıdan beceri kazanmak ve var olan beceriyi geliştirmek bakımından fırsat olarak değerlendirilebilir. Etkinlikler yarattıkları istihdam, çalışma deneyimi, gönüllü çalışmayı teşvik etmek açısından bireyin etkinlikle ilgili bir alanda bilgi sahibi olmasını sağlarken grup çalışması, iletişim, insan ilişkileri ve kriz yönetimi, farklı kültürleri tanıma ve anlama konularında da becerisini artırmasını sağlayabilmektedir.

Etkinlikler, ev sahibi şehirlerde, yukarıda bahsedilen bireysel gelişmelerle artan sosyal sermaye sonucunda, sosyal katılım, sosyal entegrasyon ve kültürel anlayış sayesinde topluma yönelik etki alanını oldukça genişletmektedir. Ayrıca söz konusu etkinliklerin ev sahibi toplumda yerel halkta yarattığı; şehriyle gurur duyma, etkinlik atmosferini sevmeye, milliyetçilik duygularında kabarma, iyi ve ünlü hissetme

²⁰⁸Solberg ve Preuss, s.218

²⁰⁹Minnaert, s.3

²¹⁰Minnaert, ss.2-3

ile birlikte yaratılan imaj ile şehrine olumlu duygular besleme şeklindeki etkiler de olumlu sosyal etkiler arasında yer almaktadır²¹¹.

Mega etkinliklerin ev sahibi destinasyonda birçok pozitif etki yarattığı açıktır, fakat Jago ve diğerlerine göre bu etkiler toplumda yaşam kalitesine göre azalma gösterebilmektedir. Mega etkinlikler gibi ev sahibi destinasyon için gelişme imkanı yaratan etkinlikler için, bazı düşük seviyedeki sosyo-ekonomik gruplar yaşadıkları yerlerden başka yerlere yerleştirilebilmektedir. Bu durum, destinasyon için kentsel gelişim açısından gayet iyi bir durum gibi görünüyör olabilmekle birlikte, araştırmacılara göre yerleri değiştirilen gruplarda ciddi tramvalara sebep olabilmektedir²¹².

Etkinliklerin sosyal dönüşümleri ve katkıları sürdürülebilir gelişime de katkı sağlamaktadır²¹³. Fakat Smith'e göre birçok önemli spor etkinliği, ev sahibi toplumda sosyal bozulmaya yol açarak sosyal sürdürülebilirliğe zarar da verebilmektedir²¹⁴. Bu etkiler yerel halkın turistlere özentisiyle ortaya çıkan kültürel çözümler şeklinde olabilmektedir.

2.3. ETKİNLİKLERİN ÇEVRESEL ETKİLERİ

Dünya Fuarları ve Olimpiyatlar gibi mega çaplı faaliyetler, yeniden kalkınma alanında bir ülkeye faydalar sağlayacağından, ev sahibi ülkeler tarafından katalizör olarak desteklenirler²¹⁵. Bu etkinlikler, şehirde daha iyi bir alt yapı, spor tesisleri, alış veriş merkezleri, standartlara uygun toplantı merkezleri, özel sektör yatırımları, rekreasyon ve konaklama alanları yaratılması ile bölgenin gelişiminde kaldıraç etkisi yaratırlar.

Dungan yapmış olduğu bir araştırmada, etkinlikler sonucu bölgede görülen direkt ve dolaylı fiziksel etkileri incelemiş ve bu kapsamda Los Angeles Havalimanı'nın gelişmesini, Oklahama'daki fuar alanlarının yeniden yapılanmasını, Chicago'daki parkların yeniden düzenlenmesini ve diğer başka şehirlerde görülen bir takım gelişmeleri örnek vermiştir. Hatta bazı şehirlerde fuarların teşviki ile inşa

²¹¹Andrew Smith, "Theorising the Relationship between Major Sport Events and Social Sustainability", **Journal of Sport & Tourism**, Vol:14, No:2-3, 2009, s.111

²¹²Jago ve diğerleri, s.227

²¹³Jago ve diğerleri, s.232

²¹⁴Smith, s.117

²¹⁵Getz, Management, s.58

edilen Paris'teki Eiffel Kulesi gibi yapıtların daha sonra o şehrin sembolü haline geldiğini de belirtmiştir²¹⁶.

Son yıllarda birçok ev sahibi ülke, sürdürülebilir gelişim ve sürdürülebilir yenilenme için teşvik edici olduğuna inanmaları sebebiyle, etkinliklere yatırım yapmaya daha fazla gönüllüdür²¹⁷. Özellikle spor etkinlikleri için inşa edilen spor tesisleri, yeni sportif ve rekreasyonel olanaklar sunarak kentsel yenilenme programında önemli roller oynar. Etkinlikler için yapılan hazırlıklar, kentin ulaşım ağında, peyzajında ve fiziksel görünümünde önemli gelişmelere yol açmakta²¹⁸ böylece kentsel gelişim için önemli bir araç olmaktadır. Ayrıca yapılan spor tesisleri etkinlikler sonrası yerel halkın kullanımına sunularak spora katılımı artırmakta, ayrıca kentsel yenilenmeyle yerel halk daha güvenli hissetmekte ve kentiyle daha çok gurur duymaktadır²¹⁹.

Essex ve Chalkley'e göre, kentsel gelişme özellikle 1960 yılından beri Olimpiyat Oyunları için giderek ortak bir konu olmuş ve Oyunlar'ın ev sahibi şehrin çevresini inşa etmelerindeki etkileri daha önemli ve daha geniş bir hal almıştır. Ayrıca araştırmacılar, 1960 yılı sonrası birçok Olimpiyat Oyunu'nun kentsel gelişim için teşvik edici yönlerini ortaya koyarken, kentsel değişim ve yenilenme için en iyi örneğin, 1996 periyoduna kadar, 1992 Barcelona Olimpiyatları olduğunu da belirtmişlerdir. Olimpiyat'la Barcelona demir yolu için yenilenme, kıyı çevre yolunun yapımı, Olimpiyat Köyü, yeni bir marina, kanalizasyon sisteminde yenilenme, kıyı şeridinin gelişimi gibi bir çok yenilik ve gelişim kazanmıştır²²⁰. Brunet'a göre de, 1992 Olimpiyatları sayesinde Barcelona'nın kentsel yapılanmasında ve potansiyelindeki değişim muazzam olmuştur. Şehir, Olimpiyat Oyunları'nın ötesinde kendini algılamada muazzam bir sıçrama yaşamış ve böylece kentsel alanlarda özel kılınacak değişim eylem planları teşvik edilmiştir²²¹.

Etkinlikler, ev sahibi bölgenin çevresel özelliklerini göstermenin en iyi yollarındandır²²². Ne var ki çevrenin büyük etkinlikler esnasında korunması oldukça

²¹⁶Thomas P. Dungan, "How Cities Plan Special Events", **Cornell Hospitality Quarterly**, Vol:25, No:1, May 1984, ss.82-89'dan aktaran Getz, Management, s.58

²¹⁷Smith, s.109

²¹⁸Stephen Essex ve Brian Chalkley, "Olympic Games: catalyst of urban change", **Leisure Studies**, Vol:17, No:3, 1998, s.189

²¹⁹Minnaert, s.2

²²⁰Essex ve Chalkley, ss.189-190

²²¹Brunet, s.20

²²²McDonnell ve diğerleri, s.34

önemlidir. Fiziksel kalkınma ve büyük turistik hacme sahip etkinlikler çevresel hasara yol açabilmektedir²²³. Etkinlikler için stadyumlar, spor tesisleri, gösteri alanları, alışveriş ve eğlence merkezleri inşa edilmektedir. Ayrıca etkinliklere katılmak için kısa sürede birçok insan bölgeye gelmektedir. Bu ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak için kapasitenin üzerinde hizmet vermek gerektiğinden etkinlikler esnasında çevrenin hızlı tahribi de söz konusu olabilmektedir. Ayrıca oluşabilecek trafik sıkıntısı, ses ve hava kirliliği ve aşırı atıksal maddelerle bu tahribat daha da hızlanmaktadır. Getz, 1992 Fransa Kış Olimpiyatları'nın, çevre kirliliğinden tutunda arazi yıkımına ve erozyona kadar pek çok olumsuz etkiyi beraberinde getirdiğine dikkat çekmektedir²²⁴. Etkinliklerin olumsuz çevresel etkilerini gözler önüne seren bir çalışmada da, İstanbul Park Grand Prix etkinliğinin yer seçiminde oldukça hatalı davranıldığı belirtilmiştir. Araştırmaya göre etkinlik için seçilen yer olan Ömerli içme Suyu Havzası, Çevre Düzeni Koruma Planı'na tabi olan bir su havzasında yer almaktadır. Bu nedenle etkinlik doğaya zarar verebilmekte, ayrıca İstanbul'un önemli çevresel sorunu olan havza içi yerleşmeye göre de, İstanbul'un gelişim yönlerini olumsuz etkileyebilmektedir²²⁵. Bu tür olumsuzluklar sebebiyle artık bu tür etkinliklerde ekolojik dengenin göz önünde bulundurulması ve çevrenin korunması çok önemli konular haline gelmiştir. Bu açıdan IOC'e göre, etkinlik öncesi ve sonrası çevresel önlemlerin alınması, etkinliğin hem çevresel hem de sosyo-ekonomik zararlarını azaltacak ve etkili bir sürdürülebilirlik yaklaşımına yardımcı olacaktır. Böylece tüm olimpiyat ailesinin (Ulusal Olimpiyat Komitesi, uluslararası federasyonlar, antrenörler, kulüpler, organizatörler, üreticiler, medya, reklam vs.) tüm çalışmalarında, kaynakların korunması ve sosyo-ekonomik şartların sürdürülebilirliği ilkesini göz önünde bulundurarak sporun farklı imajını yükseltecek faaliyetlerde bulunmaları gerekmektedir. *IOC Spor, Çevre ve Sürdürülebilir Gelişim Rehberi*'ne göre spor etkinlikleri hiçbir şekilde²²⁶

- Suyu kirletmemeli,
- Katı atık bırakmamalı,
- Ozon tabakasına zarar verecek toksin gazlar ve sera gazı çıkarmamalı,

²²³Getz, Management, s.68

²²⁴Getz, Management, s.48

²²⁵Er, s.103

²²⁶IOC, *Spor, Çevre ve Sürdürülebilir Gelişim Rehberi*, TMOK Yayınları, 2008, s.39

- Toprağı kirletmemeli ve toprağa zarar vermemeli,
- Biyolojik farklılıkları azaltmamalı,
- Manzaraya fiziksel ve estetik anlamda zarar vermemeli,
- Yenilenebilir kaynakları azaltmamalıdır.

Özellikle spor etkinlikleri için yapılacak alt ve üst yapı yatırımları, oyunların yapılacağı spor tesislerinden, sporcuların ve seyircilerin tesislere ulaşımı için mekanik tesislerle, başta havaalanı ve demiryolu olmak üzere ulaştırma yatırımlarıyla, gelen sporcu, seyirci ve görevliler için konaklama tesisleri, sağlık sorunlarının çözümü için sağlık tesisleriyle, basın yayın hizmetleri için son derece gelişmiş haberleşme sistemi altyapısıyla, kongre ve basın merkezleri ve bu arada sayılamayacak kadar çok altyapı yatırımıyla bölgenin görünümünü değiştirirken bölgeyi uluslararası standartlara sahip alt ve üst yapı tesislerine de kavuşturacaktır. Fakat çevre ve sürdürülebilir gelişim açısından bakıldığında özellikle büyük spor etkinlikleri için inşa edilecek olan bina ve tesislerin, çevresel zarara yol açmaması için şu altı ana kritere uygun düşmesi gerekmektedir. Buna göre inşa edilen tesisler²²⁷:

- İnşa edildikleri alana uyumlu olmalıdır,
- Spor olanakları ve diğer olanaklar açısından yerel ihtiyaçlara sürdürülebilir cevap vermelidir,
- Çevreyi kirletmemelidir,
- Yerel halkın doğal ihtiyaçlarını karşılayacak kaynakları tüketmemelidir,
- Hem organizasyonlara aktif olarak katılan engelli sporcular hem de pasif olarak katılan engelli izleyiciler için giriş kolaylığı sağlamalıdır,
- Spor temelli sosyal faaliyetler için hizmet verecek salonlar ve ayrıca toplantı salonlarını içermelidir.

Olimpiyatlara ev sahipliği yapacak ülke için, kısa vadede Olimpiyat Oyunları düzenlemenin maliyeti bütçe üzerinde negatif değerlere ulaşsa bile yapımı gerçekleştirilen altyapı yatırımları ile Olimpiyat bölgesinin altyapı ihtiyaçları 30-40 yıl süre ile çözüme kavuşturulmuş olmaktadır. Üstelik oldukça gelişmiş sponsorluk programları ile yatırımların önemli bir bölümü çok kısa bir sürede finansman imkanı

²²⁷ IOC, s.52

bulabilmekte, devlet bütçesine fazla bir yük olmamaktadır²²⁸. Olimpiyat ve diğer spor organizasyonlarına ev sahipliği yapacak kentin, yalnızca organizasyon odaklı değil, aynı zamanda organizasyon sonrası kullanıma uygun projeler geliştirmesi gerekmektedir²²⁹. *IOC Spor, Çevre ve Sürdürülebilir Gelişim Rehberi*'ne göre, ihtiyaçlara sürdürülebilir cevabın verilebilmesi için, etkinlikler için inşa edilecek binalarda şu boyutlara da dikkat çekilmelidir²³⁰:

- Binanın tasarımı, yapı malzemeleri ve bakımı uzun ömürlü kullanım sunmalıdır.
- Özel bir amaç için inşa edilmiş gösterişli fakat etkinlik sonrası kullanımı düşük, yerel mercilere maliyet anlamında aşırı yük olacak yapılardan kaçınılmalıdır.
- Sık olmayan kullanımlar için sökülebilir kurulumlar tercih edilmelidir.

Bu açıdan özellikle son yıllarda ev sahibi ülkeler, etkinliklere hazırlık aşamasında çevre ve sürdürülebilir gelişim açısından önemli eylem planlarını etkinlik yönetimlerine adapte etmeye başlamışlardır. Örneğin, Vancouver 2010 Olimpiyatları'nda sürdürülebilirlik için;

- hesap verilebilirlik,
- çevresel yönetimin sağlanması ve çevreye olan etkinin azaltımı,
- sosyal sorumluluk,
- yerli halkın katılımı ve işbirliği,
- ekonomik faydalar,
- sürdürülebilir yaşam için spor'dan oluşan 6 bileşenli bir setten oluşan yönetim sistemi geliştirilmiştir²³¹. Sette bulunan çevresel yönetimin sağlanması ve çevresel olumsuz etkinin azaltımı konularında, biyoçeşitlilik ve habitat (doğal ortam); suyun kalitesi ve korunması; atık yönetimi; hava kirliliği ve enerji konuları odak alınmaktadır. Bu odak alanlar, etkinliklerle ilişkili potansiyel çevresel etkileri geniş olarak yansıtmaktadır²³².

²²⁸ Ok ve Palacıoğlu, s.14

²²⁹Sertaç Erten, "Büyük Ölçekli Kentsel Projeler ve Olimpiyat Oyunları: Atina 2004 Olimpiyatları Deneyimi", 2005

http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/92f93be8c7a4152_ek.pdf, (09.01.2012), s.52

²³⁰IOC, s.52

²³¹Ian F. Ponsford, "Actualizing environmental sustainability at Vancouver 2010 venues", **International Journal of Event and Festival Management**, Vol:2, No:2, 2011, s.187

²³²Ponsford, s.187

2.4. ETKİNLİKLERİN POLİTİK ETKİLERİ

Hükümetler, etkinliklerde rolleri etkinliğe katılmaya karar verme sürecinde başlayan, önemli oyuncularlardır. Özellikle mega spor etkinliklerine katılma kararı, eğer etkinlik yapılan maliyetler karşılığında önemli oranda sosyal, ekonomik ve fiziksel faydalar sağlayacaksa, hükümetler tarafından desteklenir. Çünkü mega spor etkinlikleri, günümüzde hükümetlerin bakış açısıyla önemli sosyal ve politik araçlardır ve bir yandan da ekonomik ve bölgesel gelişim için katalizör olarak görülen ulusal inşaa projelerini desteklemek için önemli aktivitelerdir²³³.

Spor, uluslararası ilişkilerde geçmişte ve günümüzde de önemli bir politika aracı olarak kabul edilmektedir. Spor etkinlikleri, katılımcıların ülkelerini sportif anlamda temsil etmelerinin yanı sıra, ülkelerinin varlıklarını ve güçlerini etkinlikler aracılığıyla dünyaya hissettirmeleri için de önemli bir araçtır²³⁴.

Günümüzde ülkeler, etkinliklerin ulularası tanınırlılığı ve prestiji artırdığına inanmaları sebebiyle etkinliklere katılmaya daha çok isteklidir. Ev sahibi bölgeler etkinliklere katılımı gelişmiş şehir profili çizebilmektedir. Etkinliklerle etkili bir tanıtım imkanı sağlayan destinasyonlar, bu sayede imaj geliştirme ve sağlamlaştırma olanağını da elde edebilmektedir. Aslında etkinlikler, mikro düzeyde organizasyonel yönetime ihtiyaç duysa da makro düzeyde politik yönetim gerektirir²³⁵.

Etkinliklerin mikro alanda politik etkilerinin yanında bireysel politik etkileri de bulunmaktadır. Bu duruma göre politikacılar, Olimpiyat Oyunları gibi prestijli spor etkinlikleriyle, etkinliğe katılan ticari organizatörler ve spor yetkilileriyle temaslara halkla ilişkilerini geliştirebilmekte ve bunun yanı sıra siyasi imajlarını güçlendirebilmektedirler²³⁶.

Etkinliklerin olumlu politik etkilerinin yanında, etkinliklerle yaşanan plansızlık ve yanlış planlamadan doğan olumsuzluklar, başarısızlıklar ev sahibi ülkenin içinde bulunduğu karışıklıklar ve problemler (terör olayları gibi) ülke için risk yaratabilir. Etkinliklerde kaynakların yanlış kullanılması da etkinliğin hedeflerini

²³³Scarlett Cornelissen ve Kamilla Swart, "The 2010 Football World Cup as a political construct: the challenge of making good on an African promise", **The Sociological Review**, Vol:54, No:2, 2006, s.108-109

²³⁴Gözde Algün Doğu ve Hakan Sunay, "Uluslararası İlişkiler ve Spor", **SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt:8, Sayı:3, 2010, ss.97-99

²³⁵Allen ve diğerleri, 2002, s.32

²³⁶M. Malfas ve diğerleri, "Impacts of Olympic Games as Mega Events", **Municipal Engineer**, Vol:157, No:3, 2004, s.217

yerine getirmesini engelleyecek, bununla birlikte doğan başarısızlıktan da ülke imajı zarar görecertir. Planlama ve yönetim yönünden eksik olan etkinlikler toplumsal kontrolun yapılmasını da zorlaştıracaktır²³⁷.

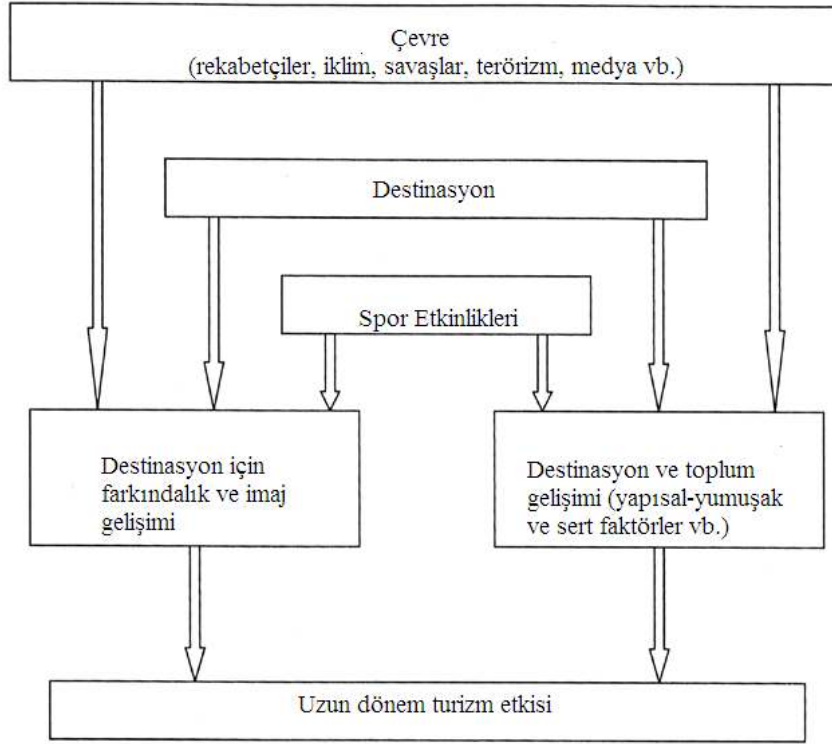
2.5. ETKİNLİKLERİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Etkinliklerle sadece etkinliğin ihtiyaç duyduğu alt yapı için yaptırımlar yapılmaz. Destinasyonun ihtiyaç duyduğu diğer tesis ve çekicilikler de etkinliklerle birlikte yatırım imkanı bulmaktadır. Bu yatırımlar içinde, etkinliklere doğru yeniden inşa edilen ya da geliştirilen parklar, yürüyüş yolları, spor tesisleri, toplu taşıma sistemleri, otoyol ve havaalanı yatırımları gibi somut yatırımlar sert faktörler olarak belirtilirken, turizm endüstrisinin kalitesini artıran, daha iyi bir hizmet sektörü gibi soyut faktörler de yumuşak faktörler olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte bu yatırımlarla destinasyonlar, turist çekmek gibi çok çeşitli uzun dönemli faydalar sağlamaktadır. Solberg ve Preuss tarafından, etkinliklerin destinasyonlar için uzun dönemli turizm etkilerine doğru giden yoldaki bileşenleri aşağıdaki şekilde belirtilmiştir²³⁸:

²³⁷ Allen ve diğerleri, 2002, s.32

²³⁸ Solberg ve Preuss, ss.218-220

Şekil 6: Etkinliklerin Uzun Dönemli Turizm Etkilerinde Etkili Olan Faktörler



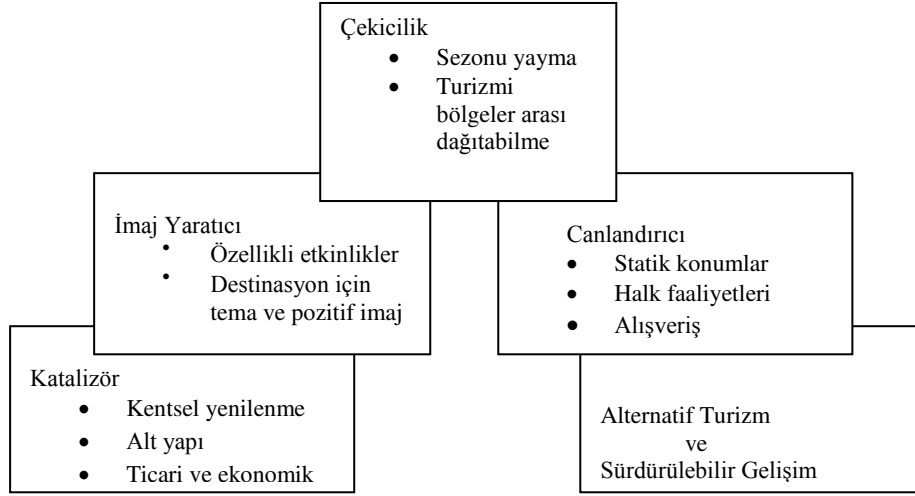
Kaynak: Solberg ve Preuss, s.220

Şekil 6’da görüldüğü üzere destinasyon, içinde yer aldığı dış çevreden büyük oranda etkilenecek, sahip olduğu özelliklerle ev sahipliği yaptığı etkinlikleri bütünleştirerek kendisi için oluşturduğu farkındalık ve imaj gelişimi, toplum ve destinasyon gelişimiyle etkinlikle ilgili olmayan destinasyon pazarlama çalışmalarını etkileyerek uzun dönemli turizm etkisi yaratmaktadır. Böylelikle etkinlikler, destinasyonların uzun dönemli pazarlama çalışmalarında direkt olmasa da dolaylı olarak etkili roller oynayacaktır. Bununla birlikte savaşlar, ekonomik krizler, terörist saldırıları ve diğer sosyo-politik faktörler, destinasyonun imajını olumsuz etkileyen önemli etkenlerdir. Eğer destinasyon etkinliklerle kendisi adına olumlu bir imaj geliştirebilirse, bu olumsuz faktörlerden daha az etkilenmeye başlayacaktır.

Getz de etkinliklerin turizm gelişimindeki önemli etkilerini aşağıdaki şekil 7’deki gibi ifade etmiştir.²³⁹

²³⁹Getz, Festival, s.6

Şekil 7: Özel Etkinliklerin Turizmle İlişkili Roller



Kaynak: Getz, Festival, s.6

Turizmin mevsimlik özelliği sebebiyle turizm mevsimi dışında turistik talebin yoğunluğunu kaybetmesi²⁴⁰ destinasyonları turizm sezonunu tüm yıla yayabilecek alternatifler üretmeye yönlendirmiştir. Böylelikle zaman içerisinde alternatif turizm kaynakları turistlerin istek ve beklentilerini karşılamak bakımından önem kazanmış ve bu kaynakların değerlendirilmesinin ülke turizminin mevsimsellik ve bölgesel yığılma gibi önemli çıkmazlarına çözüm olabileceği belirlenmiştir²⁴¹. İster yaz turizmine ister kış turizmine hizmet etmekte olsun, turizm işletmeleri mevsim dışı talebi artırıcı yan çalışmalarla kendileri için büyük destekler sağlamayı amaçlamaktadır. İşte bu noktada turizm işletmeleri şenlikler, fuarlar, sergiler ve kongreler gibi kısa süreli etkinliklerle turizm sezonunu uzatmaya çalışmaktadır²⁴². Etkinlikler bu konuda destinasyonlara, ölü sezonu canlandırıcı veya yeni bir sezon yaratıcı etkisiyle, eşsiz avantajlar sunmaktadır. Müzik severler, spor fanatikleri ve diğer özel ilgi seyahatçileri için yılın her zamanında sunulabilecek etkinlik çeşitleriyle destinasyonlar düşük sezondan uzaklaşabilmektedir. Aynı zamanda etkinlikler düşük sezonun sezonsal ürünlerinden, manzarasından veya farklı yerlerde farklı koşullar altında meydana çıkan doğal yaşam görünümünden oldukça iyi

²⁴⁰Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988, s.185

²⁴¹Teoman Duman ve diğerleri, "Turizmde Ürün Çeşitliliği Yoluyla Ürün Değeri Oluşturma: Türkiye'deki Arz Kaynakları Üzerine Bir İnceleme", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt:18, Sayı:2, Güz: 2007, s.208

²⁴²Usal ve Oral, s.60

faaydalanabilmektedir. Bu sebeplerle destinasyonlar otantik yanlarıyla kendi kutlamalarını birleştirip dūřuk sezon için başarılı stratejiler geliřtirebilmektedir²⁴³. Ritchie ve Beliveau de yaptıkları bir araştırma sonucunda Quebec Winter Carnival (Quebec Kış Karnavalı)’ın mevsimselliğe yanıt vermede oldukça başarılı olduğunu ifade etmişlerdir. 1954’de yerel ticari işbirliğiyle modern bir hal alan etkinliklerle birlikte dūřuk sezon geleneksel kış sezonuna dōnūřmūř, Quebec için özgūn bir imaj yaratılmıřtır²⁴⁴. Özellikle geleneksel turizm sezonlarında (yaz turizmi, kış turizmi) artan tatil seyahatlerinin yoğun olduğu destinasyonlar, son yıllarda turizmi çeşitlendiren tüm yıla yaymak ve farklı pazarlara yōneltmek amacıyla uluslararası ve ulusal kongre, sempozyum ve sergilerin organizasyonlarını da çekmeye alıřmaktadır²⁴⁵. Ne var ki her ne kadar etkinlikler dūřuk sezonu canlandırmada birtakım avantajlar sağlasalar da, spor etkinliklerinin ve festivallerin genellikle turizmin canlı olduğu dönemlerde gerçekleştiriliyor olmaları²⁴⁶ bu önemli durumu etkisiz hale getirmektedir.

Koh ve Jackson’a göre, eğer özel bir etkinlik önemli miktarda turist katılımı sağlasa ve her bir katılımcı ev sahibi bölge de önemli miktarda harcama yaparsa söz konusu etkinlik, böylelikle ev sahibi toplumun turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olabilecektir²⁴⁷. Fourie ve Gallego tarafından yapılan bir araştırmaya göre büyük çaplı faaliyetlere ev sahipliği yapan ũlkelerin turist sayılarında artış sağlayabilmek mümkündür²⁴⁸. Bununla birlikte, etkinliklerle talebi arttırmanın yanı sıra bölgeler arasında talebi dağıtmak da mümkündür. Özel etkinlikler turizmin gelişmediği bölgelere talebi dağıtmaya yardım etmede doğal bir gelişim aracıdır. Etkinlikler, kendi başlarına yabancı turistleri çekmede yeterince güçlü olmasalar bile, tur paketlerinin sunumunda ve ũlkenin tanıtımında bir bütün olarak oldukça etkilidir²⁴⁹.

²⁴³Getz, Festival, s.7

²⁴⁴J.R. Brent Ritchie ve Donald Beliveau, “Hallmark Events: An Evaluation of a Strategic Response to Seasonality in the Travel Market”, **Journal Of Travel Research**, Vol:13, No:2, 1974, ss.14-20’dan aktaran Getz, Festival, s.7

²⁴⁵Gūrhan Aktař, “Turistik ekicilikler”, **Genel Turizm, Turizmde Genel Kavramlar ve İlkeler**, (Editör Orhan İçöz), Turhan Kİtabevi, Ankara, 2007, s.105

²⁴⁶Getz, Management, s.53

²⁴⁷Khoon Y. Koh and Anita A. Jackson, “Special Events Marketing”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:8, No:2, 2006, p.20

²⁴⁸Johan Fourie ve Maria Santana Gallego,” The impact of mega-sport events on tourist arrivals”, **Tourism Management**, Vol:32, No:6, 2011, s.1369

²⁴⁹Getz, Festival, s.8

Turizmin on iki aya yayılması, mekansal olarak farklı bölgelere yönelinmesi, turistlerin yalnızca kıyı kesimlere değil iç bölgelere de çekilmesi ve bu bölgelerde de kalkınmanın sağlanması amacıyla yapılan alternatif turizm²⁵⁰, aynı zamanda kitle turizminin olumsuz etkilerine karşı geliştirilen “yeni”, “yumuşak”, “sosyal”, “toplum temelli” ve “sürdürülebilir” turizm çeşitlerinden birisidir. Festivaller ve özel etkinlikler de alternatif turizm ve sürdürülebilir gelişim için önemli olabilecek turistik ürün çeşitleridir²⁵¹.

Günümüzde etkinlikler, tatil yerleri, müzeler, tarihi bölgeler, miras rekreasyon alanları, arkeolojik alanlar, pazarlar ve alışveriş merkezleri, spor stadyumları, kongre merkezleri ve temalı parkları da içine alan bir ürün haline gelmiştir. Getz’e göre etkinlikler esnasında tesis ve faaliyet yöneticilerinin de çekiciliklerini artırabilmek için aşağıdaki hususları göz önünde bulundurmaları gerekir²⁵²:

- Bireylerin başka koşullar altında gitmeyecekleri tesis ve ilgi bölgelerine gitmelerini sağlayacak faaliyetleri düzenlemek ve insanların ilgilerinin bu yöne doğru çevrilmesi için gerekli çalışmalar yapmak,
- Normal koşullar altında bir yeri bir kez ziyaret etmenin yeterli olacağını düşünen bireylerin, söz konusu alanı tekrar ziyaret etmelerini sağlayacak organizasyonlar yapmak,
- Normal koşullar altında söz konusu bölgeye bir kez gelecekken bu kişilerin bölgeye tekrar aile bireyleri ve arkadaşları ile gelmelerini sağlayacak organizasyonlar yapmak,
- Söz konusu bölgenin tarihi miras gibi özelliklerini de vurgulayarak insanların ilgilerini çekmek,
- Bu bölgelere gelen bireylerin daha fazla zaman geçirmelerini ve para harcamalarını sağlayacak faaliyetler düzenlemek,
- Hedef kitlenin belirli faaliyetlerle dikkatini çekmeye çalışmak.

Bir ülke veya bölge ile ilgili olumlu imaj oluşturmak (bir yerin ziyaret edilmeye değer olduğu görüşünü desteklemek), o ülke veya bölge ile ilgili olumsuz algıları ortadan kaldırmak ve turistlerin o ülke ya da bölgeyi bilinçli bir şekilde

²⁵⁰Ebru Günlü ve Nilüfer Şahin, “Turizmde Ürün Geliştirme ve Alternatif Turizm”, **Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, (Ed. Orhan İçöz), Turhan Kitabevi, Ankara, 2007, s.15

²⁵¹Getz, Festival, s.20

²⁵²Getz, Management, s.55

ziyaret etmelerini sağlamak, turistlerin ilgisini çekmede önemli adımlardır²⁵³. Etkinlikler, destinasyon için yeni bir imaj oluşturmak, şehri yeniden tanımlamak için seçilebilir²⁵⁴. Ritchie ve Smith'e göre, mega etkinlikler gibi büyük ölçekli etkinlikler ev sahibi bölgenin imajında bir değişiklik yaratmanın yanında uluslararası destinasyon pazarında farkındalığını da artırmaktadır²⁵⁵. Ayrıca etkinliğin kalitesi ve başarısı da, destinasyonun marka sürecini ve yeniden ziyaret niyetini etkilemektedir²⁵⁶.

Destinasyon için pozitif bir imaj oluşturmak için kamuoyundan veya medyadaki yansımalarından da faydalanılmaktadır. Böylelikle, kamuoyunda etkinliğe ev sahipliği yapmış bölgeye ilişkin bilinç uyandırılabilir ve insanların hem etkinlik esnasında hem de etkinlik sonrasında bu bölgeyi ziyaret etmeleri sağlanabilir.

Getz'e göre mega etkinliklerle sağlanan medya ilgisi, genellikle festivaller ve özel etkinlikler için sağlanamaz. Bununla birlikte özel etkinlikler ve festivallerle destinasyon veya yerel topluluk için bir tema geliştirilebilir. Özel etkinlikler esnasında geliştirilen kültürel etkinlikler ve bölgeye özgü yiyecek festivalleri, tarihin yeniden canlandırılması gibi etkinliklerle ev sahibi bölge için temalı bir imaj oluşturulabilir²⁵⁷ ve özellikle sık sık düzenlenen festivallerle bu imaj hep canlı tutulabilir.

Etkinlikler, destinasyonun çekiciliğini arttıran, destinasyona ait sosyal, kültürel ve tarihi doku hakkında güncel bilgiler sunulmasını sağlayan önemli unsurlardandır. Bu sebeple etkinlikler destinasyon pazarlamasında kullanılabilecek etkili pazarlama araçlarından sayılmaktadır²⁵⁸. Mega etkinlikler ayrıca uzun dönem pazarlama planının da bir parçası olabilir. Eğer bir destinasyon uzun dönem gelişim planına sahipse, bir mega etkinliğe ev sahipliği yapmak, bu destinasyona ileri gelişim fırsatları getirerek etki edecektir ve büyük gelişim çerçevesinin bir parçası olacaktır.

²⁵³Getz, Management, s.57

²⁵⁴Martin Robertson ve Kenneth McMillan Wardrop, "Events and the Destination Dynamic: Edinburgh Festivals, Entrepreneurship and Strategic Marketing", **Festival and Event Management: an international arts and culture perspective**, (Ed. Ian Yeoman, Martin Robertson, Jane Ali-Knight, Siobhan Drummond and Una McMahon Beattie), Butterworth-Heinemann, 2004, s.121

²⁵⁵J. R. Brent Ritchie ve Brian H. Smith, "The Impact of a Mega-Event On Host Region Awareness: A Longitudinal Study", **Journal of Travel Research**, Vol:30, No:2, July1991, s.3

²⁵⁶Eylin Babacan, **Uluslararası Etkinliklerin Destinasyon Markalaşmasına Etkisi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2010, s.211

²⁵⁷Getz, Festival, s.15

²⁵⁸Ayşe Çelik, **Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri-İstanbul Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2009, s.143

Özellikle gelişen ülkeler için mega bir etkinliğe ev sahipliği yapmak, destinasyonun markalaşması ya da yeniden bir marka sahibi olması adına önemli rol oynar. Bu durum bir defalık bir pazarlama olayı yerine destinasyon için uzun dönem stratejik pazarlama planının bir parçası olarak, markalaşma ve pazarlama seçenekleri için oldukça önemlidir. Kamu sektörü kuruluşları da ayrıca kendi markalarını yaratmak için mega etkinliklerden yararlanabilir²⁵⁹.

Etkinlikler, turizme yönelik tutumlarda bazı çeşitliliklere de sebep olabilir. Bazı turistler ev sahibi bölgeyi özellikle etkinlikler için seçerlerken bazıları ise o bölgeye zaten yapacakları gezilerini, yapılacak olan etkinliğe denk getirmeye çalışırlar²⁶⁰. Hangi etkinlik çeşidi için olursa olsun bölgeye gelen ziyaretçi, o bölgede geçirdiği sürece o bölge hakkında deneyimler edinir ve yeni düşüncelere sahip olabilir. Ülkesine dönen turist bu düşüncelerini çevresindekilere aktarır ve o bölge için yeni taleplerin doğmasına yol açabileceği gibi o bölge hakkında olumsuz tutumların oluşmasına da sebep olabilir.

Olimpiyatlar için inşa edilen tesislerle oluşan büyük kapasiteyi değerlendirebilmek ev sahibi bölge için bir sorun olarak meydana çıkmakta ise de aslında oyunların da getirdiği olumlu imaj etkisiyle turizm hareketlerinin artması bu endişeyi giderici mahiyette olmaktadır. Örneğin dünyada pek bilinmemekle birlikte 1994 Kış Olimpiyatları düzenleyicisi olan Lillehammer'da 1989-1999 yılları arasında turist gecelemleri sayısında kaydedilen artışla 300.000 kişi/gece sayısından 800.000 kişi/gece sayısına ulaşılmış olması sektörde bu konuyla ilgili çok önemli bir gelişmeyi işaret etmektedir²⁶¹.

Büyük spor organizasyonları, iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte, artık sporcular arasında rekabete dayalı yarışmalar olmaktan çıkmış, ev sahibi bölgenin turistik ve sportif anlamda yeni bir cazibe merkezi olmasında, bu yer ile ilgili imajın yaratılmasında veya var olan imajın canlı tutulmasında önemli tanıtım aracı olmaya başlamıştır²⁶². Tanıtma, bir düşünce, konu veya durum hakkında kitleleri etkileyen, yöneten veya kitlelerin bir tutum ya da davranış kazanmalarını

²⁵⁹Jago ve diğerleri, s.231

²⁶⁰Fourine ve Gallego, s.1365

²⁶¹Ok ve Palacioğlu, s.17

²⁶²Raci Taşcıoğlu, "2011 Universiade Kış Bağlamında Türk Yazılı Basınında Erzurum'un Tanıtımı", s.10,

<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler>, 10.01.2012

kolaylaştıran bir faaliyet²⁶³ olduğuna göre bu tür etkinliklerin tanıtımda ki önemli rolüyle de birçok kitlenin ev sahibi bölgeye ilgisi çekilmekte ve ev sahibi bölge için istenilen düzeyde bir imaj yaratılabilmektedir. Mega etkinliklerin televizyon yayınları da ev sahibi bölge için pozitif tutumların gelişiminde oldukça etkilidir²⁶⁴. Bu açıdan İsviçre'ye baktığımızda olimpiyatlarla ilgili medyada okunan, izlenen ya da duyulan her türlü haber, kişileri tatil için İsviçre'ye yöneltmese bile, milyonlarca turist ve on binlerce sporcunun bilinçaltına İsviçre'deki kış sporları merkezlerinin, tesislerinin isim ve görüntülerini yerleştirebilmiştir. Böylelikle, bu kişiler İsviçre'nin turistik tanıtımına ve olanaklarının pazarlanmasına duyarlı hale gelmişler ve İsviçre'nin kış turizmiyle ilgili, yeterli sayılabilecek, bilgiye sahip olmuşlardır²⁶⁵. Kim ve diğerleri 1988 Seoul Olimpiyat Oyunları'nın Bölgesel Gelişime Etkileri'ni konu alan çalışmalarında, Olimpiyatlara bağlı olarak yapılan turistik oteller ve turistik tesislerin bölge içinde genişleyerek dağılım gösterdiğini ve medya aracılığı ile yapılan tanıtım sonucunda artan talep sayesinde turizmin dikkat çekici bir şekilde geliştiğini belirtmişlerdir. Araştırmacılara göre Olimpiyat Oyunları Seoul'un turizm endüstrisinin gelişiminde bir dönüm noktası olmuştur. Oyunların başarısı neticesinde, Kore'nin negatif imajı azalmış, kültürel mirasıyla bütün dünyayı etkilemesi sağlanmış, böylelikle Kore güvenilir ve keyifli bir destinasyon haline getirilmiştir. Oyunlar, ayrıca bölgenin turizmine, birçok uluslararası otelin bölgede kurulması gibi, önemli bir olanak da sağlamıştır²⁶⁶. Brunet'da Barcelona 1992 Olimpiyatları'nın ekonomik etkileri çalışmasında, özel sektörün otelcilik alanına yapmış olduğu yatırımlar sayesinde, Barcelona'da 1990 ve 1992 aralığında otel sektörünün %38 büyüdüğünü belirtmiştir²⁶⁷.

²⁶³Bahattin Rızaoğlu, **Turizmde Tanıtım**, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, Ocak 2004, s.5

²⁶⁴Anne-Marie Hede, "Sports-events, tourism and destination marketing strategies: an Australian case study of Athens 2004 and its media telecast", **Journal of Sport Tourism**, Vol:10, No:3, 2005, s.198

²⁶⁵Taşcıoğlu, s.108

²⁶⁶Jong-gie Kim ve diğerleri, "Impact of the Seoul Olympic Games on National Development", Korea Development Institute, Seoul, 1989, ss.50-51

http://www.kdi.re.kr/data/download/pub_open/2714_4.pdf, (03.02.2012)

²⁶⁷Brunet, s.19

2.6. ETKİNLİKLERİN UZUN DÖNEM ETKİLERİ (ETKİNLİK MİRASI)

Bilindiği üzere uluslararası spor etkinliklerinin etkileri ve yansımaları, etkinliklerden sonra da uzun bir süre devam etmektedir²⁶⁸. Etkinlik mirası olarak değerlendirilen bu etkiler genellikle, ekonomik etki hesapları gibi ölçülebilen faydaları değil, ölçülemeyen faydaları içerirler²⁶⁹. Etkinlik mirasını, IOC, spor etkinlikleri sonrası topluma sağlanan spor tesislerinin ve halk gelişiminin değerini yakalamak olarak belirtmektedir. Her ne kadar miras kavramı daha çok olumlu unsurları anımsatsa da Preuss'a göre miras olumlu ve olumsuz, soyut ve somut, planlanmış ve planlanmamış olarak üç farklı kategoride değerlendirilmektedir. Etkinlikler kentsel yenilenme, turizm gelişimi, gelişmiş halk refahı, istihdam olanakları, ticari imkanlar, destinasyonun pazarlanması için fırsatlar, yenilenen toplum ruhu, bölgeler arası işbirliği, fikir üretimi, kültürel değerlerin üretimi, eğitim fırsatları, duygusal deneyim gibi az bilinen soyut mirasın yanında ketsel yenilenme ve spor tesisleri gibi iyi bilinen somut miras unsurlarını da barındırırlar. Bunun yanında etkinlikler yüksek fırsat maliyetleri, gereksiz altyapı tesisleri, gayrimenkul kiralarda artış, sosyal değişim ve fayda dağılımında adaletsizlik gibi olumsuz miras unsurlarını da içerirler. Etkinlik mirasını karmaşık hale getiren bir diğer unsur da bu kavramı niceliksel olarak ölçecek zaman zarfının belirlenememiş olmasıdır. Ayrıca etkinlik mirası herhangi bir sanayi kolu için olumlu anlam ifade ederken (örneğin turizm) bir başka alan için (örneğin çevre) olumsuz anlam ifade edebilmektedir²⁷⁰.

Etkinlik mirası, daha mega etkinliklerin planlama aşamasında önemli bir faktör olarak belirir. Olimpiyatlarda, etkinlik mirasının ihale prosedüründe resmi bir şekilde sunulduğu son yıllara kadar, bu boyuta çok az dikkat edilmiştir. Buna rağmen bu boyut, bütçe kısıtlamaları ve güncellik bahaneleriyle göz ardı edilmeye devam edilmektedir. Yapısal anlamdaki fiziksel etkinlik mirasının farkına varmak elbette oldukça önemlidir, ancak etkinlikler, fiziksel alanda olmayan bireysel beceri geliştirme, destinasyon için gelişmiş imaj, iklimsel sorumluluklar, toplum gururu ve sonuçta yeşil ekonomiye dönüştürülmeye de ilişkilendirilebilir. Etkinlik mirası,

²⁶⁸John Horne, "Material and Representational Legacies of Sports Mega-Events. The case of the UEFA EURO™ football championships from 1996 to 2008", **Soccer & Society**, Vol:11 No:6, November 2010, s.855

²⁶⁹Owen, s.5

²⁷⁰Holger Preuss, "The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies", **Journal of Sport & Tourism**, Vol:12, No:3-4, 2007, ss.207-227

ayrıca ticareti teşvik ve zamanla destinasyonlar arasındaki daha yakın iş ilişkilerini teşvik etme konusunda da potansiyel sahibidir²⁷¹.

Etkinlik mirasının başarısı, destinasyonlar için yeni ürünlerin ortaya çıkması ve mevcut turistik alt yapının gelişimi gibi unsurları gerektirebilir. Eğer bir destinasyon tanıtımını durdurur ya da yavaşlatırsa, bu destinasyonda turistik talebin azalma riski ortaya çıkabilir. Örneğin Newyork, Londra, Paris gibi destinasyonların hala Olimpiyat Oyunları gibi büyük etkinliklere ev sahipliği yapmaya çalışmaları bu sebebe bağlanabilir. Etkinliklerle sadece etkinliğin ihtiyaç duyduğu altyapı sağlanmaz, destinasyonun ihtiyaç duyduğu diğer tesis ve imkanlar da etkinliklerle birlikte gerçekleşme imkanı bulur. Bu yatırımlar, destinasyona turist katılımının artması gibi uzun vadeli faydalar sağlamada belirleyici olmaktadır²⁷².

Etkili bir etkinlik mirasıyla, ev sahibi bölgede etkinlik yönetimi, ulaşım altyapısı, iletişim sistemleri, konaklama koşullarının yanı sıra sağlıklı yaşam teşviki, spora katılımın artması ve etkinlik gönüllüğünü içeren toplumsal gelişimde ilerlemeler sağlanabilir²⁷³. Brunet'a göre 1992 Yaz Olimpiyatları için, özel sektör ve kamu sermayesiyle inşa edilen tesisler, kalıcı istihdam imkanıyla birlikte 1992 Barcelona Olimpiyat Oyunları'nın mirasını oluşturmaktadır. Bu miras, kentsel gelişimle ve daha büyük bir sermaye, hizmet sektörünün büyümesi, uluslararasılaşma, çekicilik, verimlilik ve rekabetçi konumla birlikte ekonomik yapıyla sentezleşir²⁷⁴.

Her ne kadar etkinlik mirası Olimpiyat Oyunları için gerekli görülse de Agla ve diğerlerine göre etkinlikler sonrası mirasla ilgili kazanan ve kaybeden kısım yerel halktır. Organize eden tarafların bu kapsamda herhangi bir kaybı bulunmamaktadır. Etkinlik mirasının beklide göz ardı edilmesinin nedeni mega etkinliklerin çok fazla organizasyon ve hissedar tarafından düzenleniyor olmasıdır. Mirasın sürdürülebilirliği dendiğinde de ev sahipliği yapan bölgenin söz konusu etkinlik sonrasında da ekonomik büyümeyi olumlu yönde sağlayıp sağlayamadığı ve aynı şekilde yeniden yapılanma ve altyapı hizmetlerinin kullanılıp kullanılmadığı kastedilmektedir. Finansal perspektiften bakıldığında da mega spor etkinlikleri planlanandan daha pahalıya mal olmaktadır. Bu durumda ev sahibi bazı ülkeler

²⁷¹Jago ve diğerleri, s.232

²⁷²Solberg ve Preuss, s.218

²⁷³Richard Shipway, "Sustainable legacies for the 2012 Olympic Games", **The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health**, Vol:127, No:3, May 2007, s.120

²⁷⁴Brunet, s.27

yıllarca yapılan bu harcama açığını kapatmaya çalışmaktadır. Örneğin Montreal’de oynanan Olimpiyat Oyunları için yapılan harcamaları karşılamak için ülke, 30 yıl boyunca borç ödeme durumunda kalmıştır. Yunanistan 2004 yılında oynanan Olimpiyat Oyunları sonrası en yüksek borç rakamına ulaşmış ülke olarak ilan edilmiştir. Hatta Yunanistan’daki ekonomik krizin bu etkinlikler için yapılan harcamalardan da etkilendiği belirtilmiştir²⁷⁵. Bu durumları göz önünde bulunduran aday ülkelerin uzun dönemde de etkinliğin faydaları ve maliyetleri alanındaki tahlillerini çok doğru yapmaları etkinlikten fayda beklerken zarara uğramalarını önleyici olma konusunda oldukça önemlidir. Etkinliğe ev sahipliği yapmak isteyen ülkenin hedefinin, etkinlikle ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel alanlarda ve turizm sektörü alanında sürdürülebilir gelişim sağlamak olduğu çalışmada daha önce belirtilmişti. Etkinliklerden beklenen faydaların kısa dönemli olması ve sadece o dönemdeki gelişmeyi hızlandırması etkinliğin etkilerini adeta kısa sürede parlayıp sönen bir ışık durumuna sokmaktadır. Böylece etkinliklerin etkileri, gelip geçici olmakta, son yıllarda üzerinde önemle durulan sürdürülebilir gelişime istenilen düzeyde etki edememektedir. Etkinlikle sürdürülebilir gelişim sağlayamayan ülke etkinlik için harcadığı kaynaklardan uzun dönemde verim alamamakta, yaptığı yatırımların faydasını istenilen düzeyde alamayan hükümet, aynı zamanda yaptığı harcamalardan dolayı yerel halk tarafından eleştirilebilmektedir. Ayrıca uzun dönemde istenilen faydanın sağlanamadığını gören yerel halkın etkinliklere desteği de azalabilmektedir. Bu açılarından etkinlik mirası aday ülkelerin çok daha önemle üzerinde durması gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

²⁷⁵ Agla ve diğerleri, ss.2-4

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2011 ERZURUM UNIVERSIADE KIŞ OYUNLARI'NIN DESTİNASYONA ETKİLERİ

3.1. 2011 ERZURUM UNIVERSIADE KIŞ OYUNLARI

Dünya turizm talebindeki gelişmeler hem kamu hem de özel kesimin ilgisini çekmiş, bu bağlamda gündeme gelen kış turizmi kaliteli ve rekabetçi bir ürüne dönüştürülmeye çalışılmış, bu potansiyellerini dünyaya tanıtmak isteyen destinasyonlar da, uluslararası etkinliklerde yer almaya başlamıştır.

Türkiye'nin sahip olduğu turistik potansiyeli de turizm ürününü çeşitlendirebilmek açısından eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Sahip olduğu turistik kaynaklar bakımından çok çeşitliliğe sahip olan Türkiye coğrafi konumu itibarıyla kış turizmi için muazzam alanlara sahiptir. Özellikle Doğu Anadolu ve İç Anadolu bölgesinde bulunan kış turizmi merkezleri Türkiye'de kış sporları alanında önemli potansiyeller olarak ön plana çıkmaktadır. Bu potansiyelini tüm dünyaya tanıtmak isteyen Türkiye son yıllarda özellikle uluslararası spor etkinliklerine ev sahipliği yapmaya daha fazla istekli hale gelmiştir. Bu alanda yapılan çalışmalar Universiade Kış Oyunları için sonuç vermiş ve kış turizminde önemli bir destinasyon alanı olan Erzurum, 2011 Universiade Kış Oyunları'na ev sahipliği yapmaya hak kazanmıştır.

World University Games (Dünya Üniversite Oyunları), üniversite öğrencilerinin “olimpik oyunları” olarak da ifade edilen Universiade ifadesi “üniversite” ve “olimpiyat” kelimelerinin birleşmesiyle meydana gelmiştir. Universiade Oyunları, Olimpiyat Oyunları'nda olduğu gibi yaz ve kış oyunları olmak üzere iki ayrı organizasyon şeklinde düzenlenmektedir. Universiade'nin Olimpiyatlar'dan farkı oyunların iki yılda bir ve tek rakamlı yıllarda yapılıyor olmasıdır²⁷⁶. Universiade Oyunları FISU (International University Sports Federation) tarafından organize edilir. FISU, uluslararası öğrenci spor organizasyonlarını bünyesinde toplayan birimdir. Bu birim, Kış Universiade Oyunları'nı öğrenci sporlarını geliştirmek ve ideallerini tüm dünyaya yaymak için önemli bir araç olarak değerlendirir. Kış Universiade Oyunları on kez Avrupa'da bir kez Kuzey

²⁷⁶ Abdülkadir Koşan, “Winteruniversiade 2011 Erzurum, 25. Üniversitelerarası Kış Oyunları”, **Pazarlama Dünyası**, Cilt:21, Sayı:5, 2007, s.58

Amerika’da, üç kez Asya’da ve bir kez Türkiye’de olmak üzere bu güne kadar 15 kez düzenlenmiştir²⁷⁷.

Olimpiyatlara ev sahipliği hakkının kazanılması, oyunlardan çok önce gerçekleşmektedir. Kentlere uluslararası spor etkinliklerine ev sahipliği yapma hakkı, hazırlıkların yapılması için 6-7 yıl öncesinden verilmektedir. Böylece etkinliklerin ilk etkileri, oyunlara aday olunma sürecinde görülür. Çünkü etkinliğe ev sahipliği yapma hakkını kazanabilmesi için kentin o etkinliği destekleyecek tesis ve imkanlarının bulunması gerekir. Eğer aday kentte kaynaklar (fiziksel, finansal, insan kaynakları vb.) yeterliyse talepler olumlu yönde değerlendirilir. Bu nedenlerle etkinliğe aday kentler etkinliğe ev sahipliği hakkını elde edebilmek için adaylık öncesinde sahip oldukları kaynakları geliştirme yoluna giderler. Erzurum da yaptığı çalışmalar sonucunda, 16 Ocak 2007 tarihinde Torino’da yapılan oylama sonucunda Slovenya’nın Maribor kentine karşı yarışını kazanmış, 2011 Universiade Kış Oyunları’na ev sahipliği yapma hakkını elde etmiştir.

Erzurum sahip olduğu kış sporları potansiyeli bakımından Türkiye için önemli bir turizm merkezi konumundadır. Erzurum’da bulunan Palandöken Dağı konumu ve fiziksel özellikleri itibariyle Universiade Kış Oyunları’na ev sahipliği hakkının kazanılmasında önemli roller üstlenmiştir. Palandöken Dağı yaklaşık 3176 m yüksekliktedir ve Erzurum ovasının güneyinde yer alan dağ dizisinin en yükseğidir. Erzurum kent merkezine yaklaşık 4 km uzaklıkta olan bu alana yılın 5 ayı kar yağmaktadır. Kar kalitesi, kayak pistlerinin çokluğu ve her seviyede kayakçının kayabileceği alanlara sahip olması, kış sezonunun uzun geçmesi bakımından Türkiye’de önemli kayak merkezlerinden birisi olan Palandöken Kayak Merkezi kış sporları açısından birçok avantajı barındırmaktadır. Bu avantajlarını 2011 Universiade Oyunları’yla kullanma olanağını artıran Palandöken Kayak Merkezi bu etkinliklerle birlikte turistik alt yapısını geliştirme ve dünya kamuoyunca tanınma imkanı bulmuştur²⁷⁸.

Erzurum ve Türkiye, 2011 Universiade Kış Oyunları’nın organizasyonunda muazzam yatırımlar yapmış ve yüksek kalitede kış spor tesisleri inşa etmiştir. Alt yapı ve spor tesislerinin inşası ve geliştirilmesi için Erzurum’a 600 milyon TL yatırım

²⁷⁷Kairis Ulp, “The Importance of the Winter Universiade in the Programme and History of FISU”, **Winter Universiade 2011 Conference**, Erzurum, January 24-27 2011, s.37

²⁷⁸Kenan Şebin, **Erzurum Kış Sporları İle İlgili Yöre Halkının Tutum ve Beklentileri**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009, ss.20-21

yapılmıştır. Bunun 190 milyon Euro'su spor yatırımları için 70 milyon Euro'luk kısmı spor dışı yatırımlar için geriye kalan kısmı organizasyon için yapılan yatırımlardır. Oyunlar için yapılan spor tesisleri yatırımları kent merkezi, Kandilli, Konaklı alanlarında ve Palandöken Dağın'da gerçekleştirilmiştir²⁷⁹. Erzurum'da ilk kayaklı koşu alanı, alpin kayak mekanı, 5 adet buz pateni pistinin yanı sıra Türkiye'de ilk atlama kuleleri, ilk biathlon (kayak ve atıcılık karşılaşması) atış alanı inşa edilmiştir. Bunların yanı sıra Cemal Gürsel Stadyumu modern özelliklere uygun şekilde yenilenmiş ve Erzurum Atatürk Üniversitesi'nin içinde çok büyük bir Universiade Köyü kurulmuştur²⁸⁰.

Erzurum, Universiade oyunları ile kültürel ve sanatsal anlamda da birçok etkinlik düzenleyerek kültürel öğelerini ziyaretçilerine sunma imkanı bulmuştur. Bu amaç için 2011 Universiade Genel Koordinatörlüğü içinde Kültür ve Sanat Komitesi kurulmuştur. Bu komite, gönüllülerinde desteğiyle Türk kültürünü ve sanatını tanıtmak için, resim, minyatür, ebru, gravür, halı, kilim, sulu boya, karikatür ve ferman sergileri, ebru ve kaligrafi work shopları, Türk Halk Müziği, Türk Pop Müziği, Klasik Batı Müziği, Pop ve Rock Müziği gösterileri, geleneksel Türk giysileri defileleri gibi etkinlikler düzenlemiştir²⁸¹.

Kentin estetiksel görünümünün güzelleştirilmesi için oluşturulan Kent Estetik Kurulu kentsel dönüşüm çalışmaları kapsamını da içine alan çalışmalar yapmıştır. Büyük Şehir Belediyesi Zabıta Amirliği Birimince ana caddelerdeki kötü görüntüye sahip büfeler kaldırılıp kentin mimari yapısına uygun yeni büfeler konulmuştur. Kent merkezinde peyzaj çalışmaları yapılarak kentin modern bir görünüme kavuşturulması için çalışılmıştır. Geri kalmış bölgelerdeki kötü görüntüye sahip konutların yerine modern görüntüye sahip toplu konutların inşası yapılmıştır. Şehir içi yol durumunu düzeltmek için de çalışmalar yapılmıştır. Kadilli kayak alanında 8 kilometrelik yol ve parkur asfaltlanmış, Palandöken Dağı'na çıkan yol genişletilmiş, oteller bölgesinin heyelandan korunması için duvarlar örülmüş, köprülü kavşak ve üst geçitlere görsel tasarım çalışmaları yapılmış, kent merkezinde birçok alana 2011 Erzurum Universiade'nin amblemi ve sloganı yerleştirilmiştir. Kandilli kayak alanında oyunların ardından da kullanılabilecek çok amaçlı bir kamp alanı kurulmuştur. 1690 ve 1900

²⁷⁹Habib Özdil ve Habibe Kurt, **2011 Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum İline Kazandırdıkları**, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü, Malatya 2011, s.3

²⁸⁰Ulp, s.38

²⁸¹Özdil ve Kurt, s.7

rakımıyla biatlon ve kuzey disiplini için uygun alanlara sahip Kandili bölgesinde güç ve tekniğe dayalı spor branşları için alt yapı oluşturulmuştur. 45'i tabancalı 3'ü portatif 48 suni kar sistemi kurulmuştur. Sağlık alanında son yıllarda önemli gelişmeler gösteren Erzurum'da organizasyon için gerekli sağlık alt yapısı sistemleri de oluşturulmuştur. Kentte bulunan tüm hastaneler organizasyonun hizmetine sunulmuş, Oyunlar köyünde FISU gereksinimlerine uygun şekilde hizmet verecek bir sağlık birimi oluşturulmuştur. Oyunlar sırasında sağlık ekipleri, ambulanslar ve helikopterler hazır bulundurulmuştur²⁸².

Erzurum, Olimpiyatlardan sonraki en büyük etkinliklerden biri olan Üniversite Oyunları'na 27 Ocak-6 Şubat tarihleri arasında 10 gün süreliğine ev sahipliği yapmıştır. Oyunlara 53 ülkeden 1768 sporcu, 940 delegasyon görevlisi, 258 FISU görevlisi, 113 uluslararası hakem ve jüri, 385 yerel-ulusal medya görevlisi, 54 uluslararası medya görevlisi katılmıştır. 3640 güvenlik görevlisi, 660 sağlık görevlisi de organizasyonda görev almıştır. 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları'nda görev alan personelin büyük bir kısmı da gönüllülerden oluşturulmuştur. Oyunlar öncesinde Gönüllü Komitesi'ne gönüllü olmak üzere başvuru yapanların sayısı 7393'tür. "2011'e 2011 gönüllü ile el ele" sloganıyla yola çıkan komite, farklı departmanlardan gelen yoğun gönüllü ihtiyacını karşılayabilmek için bu sayıyı 2690 gönüllüye çıkarmıştır. Fakat oyunlar sonrasında aktif olarak çalışan gönüllü listeleri incelendiğinde 2259 gönüllünün organizasyonda görev yaptığı belirlenmiştir²⁸³. Erzurum, 53 ülkenin katılımıyla FISU tarihinde Kış Universiade Oyunları'nda rekor katılım sayısına ulaşmıştır²⁸⁴.

Erzurum'un oyunlara ev sahipliği yapacak olması medyada önemli yankılar uyandırmıştır. O dönemde medyadan yansıyan haberlerde Universiade Oyunları'nın, Erzurum için kalkınma, yatırım, tanıtım, marka ve imaj anlamında dönüm noktası olacağı, böylece bölgede turizmin gelişeceği ifade edilmiştir²⁸⁵. Kış Oyunları ile birlikte gerçekleşen yatırımlara baktığımızda bu ifade desteklenir niteliktedir. Yapılan yatırımlarla birlikte turistik alt yapısını geliştirme imkanı bulan Erzurum turizm alanında da yatırımlara kavuşmuştur. Gelecek olan ziyaretçilere de daha iyi

²⁸²Özdil ve Kurt, ss.8-9

²⁸³Erkan Sağlık ve diğerleri, "Spor Organizasyonlarında Gönüllülük: Üniversitelerarası Erzurum 2011 Kış Oyunları Örneği", **1. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu**, 29 Eylül-1 Ekim 2011, ss.277-287

²⁸⁴FISU, "FISU History", <http://www.fisu.net/en/FISU-history-3171.html>, 12.09.2012

²⁸⁵Taşcıoğlu, s.112

hizmet vermek isteyen konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri kendilerini yenilemiş ve geliştirmiştir. Üniversiade ile birlikte imajı gelişen Erzurum, turistik yatırımlar konusunda ilgi çekici olmuştur. Bir zincir otel grubu olan Xanadu, 2011 Kasım ayında Erzurum’da 181 odalı 5 yıldızlı bir tesis açmıştır²⁸⁶. Kış Oyunları sonrası daha fazla Avrupalı turun Erzurum’u tercih ettiğini belirleyen THY (Türk Hava Yolları)’da Erzurum’da 100 yataklı bir tesis yapma kararı almıştır²⁸⁷. Oyunlar esnasında, önceki yıllara göre turistik talepte artış yaşanmıştır. Erzurum İl Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü verilerine göre 2010 yılında 185.280 olan yerli turist sayısı 2011 yılında 193.081’e 22.512 olan yabancı turist sayısı da 27.021’e yükselmiştir.

3.2. ETKİNLİKLERİN ETKİLERİNİN ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK AKADEMİK ÇALIŞMALAR

1970’lerde ve 1980’lerde etkinlik turizminin çalışma konularının öncelikli eğilimi, bu etkinliklerin ekonomik etkilerini belirlemeye yöneliktir. 1990’larda araştırmacıların ilgileri turistlerin neden bu etkinliklere katıldığını anlamaya doğru kaymıştır. Son on yılda ise, etkinliklerin ekonomik etkileri yoğunluklu olarak çalışılmakla birlikte, etkinliklerin sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini belirleyen çalışmaları içeren etki çalışmaları artış göstermiştir. Bununla birlikte, son yıllarda en çok dikkat çeken araştırma konularından biri de bu etkilerin, yerel halkın algısı üzerinden ölçülmesidir²⁸⁸.

Mega etkinliklerle ev sahibi bölge, kısa sürede yoğun ziyaretçi giriş çıkışıyla önemli değişimler yaşanmaktadır. Bu hızlı nüfus genişlemesi ve daralmasıyla ev sahibi toplumda negatif ve pozitif etkiler oluşmaktadır²⁸⁹. Birçok araştırmacı da bu etkilerin neler olabileceğini yerel halkın algısı üzerinden belirlemeye çalışmıştır. Bu çalışmalardan literatür için temel kaynak olanlar Tablo 5’de belirtildiği gibidir.

²⁸⁶Turizm Güncel, “Xanadu üçüncü otelini Doğu’da açıyor. Yusuf Hacısüleyman anlattı”, <http://www.turizmguancel.com/haber/xanadu-ucuncu-otelini-doguda-aciyor-yusuf-hacisuleyman-anlatti--h7336.html>, 15.08.2012

²⁸⁷Airnewtimes, “THY’den Erzurum’a otel”, <http://www.airnewstimes.com/thy-den-erzurum-a-otel-9766-haberi.html>, 15.08.2012

²⁸⁸Getz, Defination, ss.403-428

²⁸⁹Leonard A. Jackson, “Residents’ Perceptions of the Impacts of Special Event Tourism”, **Journal of Place Management and Development**, Vol:1, No:3, 2008, s.243

Tablo 5: Etkinliklerin Etkilerini Yerel Halkın Algısında Ölçen Temel Çalışmalar

Yazar	Araştırma sYılı	Araştırma Kurulumu
Soutar ve McLeod	1993	America's Cup in Fremantle, Australia
Fredline ve Faulkner	2000	Gold Coast Indy Car Race
Deccio ve Baloglu	2002	Salt Lake City 2002 Winter Olympics
Kim ve diğerleri	2002	FIFA 2002 South Korea World Cup
Kim ve Petrick	2003	FIFA 2002 South Korea World Cup
Bull ve Lovell	2007	Tour de France 2007
Lorde ve diğerleri	2007	ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados
Zhou ve Ap	2008	Beijing 2008 Summer Olympics
Jankson	2008	Six Events in Daytona Beach, Florida
Bob ve Swart	2009	2010 FIFA World Cup in South Africa
Yang ve diğerleri	2010	2010 EXPO Shanghai
Zhou	2010	Grand Prix Car Race in Macao
Chen	2011	Major Annual Tourism Events in Macao

Yang ve diğerleri 2010 Shanghai Expo için yaptıkları etki analizinde, 42 maddeyi “şehir imajı gelişimi ve sağlamlaştırma”, “turizm alt yapı gelişimi”, “ekonomik faydalar”, “kültürel değişim”, çevresel ve kültürel koruma”, “ekonomik maliyet”, “sosyal ve çevresel problemler”, “kültürel çatışmalar” başlıkları altında toplamışlardır. Araştırmacılar küme analizi yaklaşımını kullanarak yerel halkın etkinlik etkilerini algılarını değerlendirmişlerdir. Araştırmacılara göre, birinci küme fanatik bir yaklaşımla daha çok pozitif etkileri algılamakta, ikinci küme anti fanatik

bir yaklaşımla daha çok negatif etkileri algılamakta, realistik yaklaşım sergileyen üçüncü küme ise Expo'nun getireceği sorunların farkında olarak pozitif etkileri algılamaktadır²⁹⁰.

Fredline ve Faulkner tarafından Avustralya Gold Cost Indy etkinliği için yapılan etki analizinde, 36 etki faktörü “toplumsal faydalar”, “kısa dönem negatif etkiler”, “negatif fiziksel etkiler”, “hoş tavırlar ve olanaklar geliştirme faydaları”, “uluslararası profil ve ekonomik faydalar” şeklinde 6 faktör başlığı altında toplanmıştır. Araştırmacılar ayrıca küme analizi yaklaşımına, fanatik, anti fanatik ve gerçekçi gruplara ek olarak duyguları çelişen, endişe duyan dördüncü ve beşinci kümeleri de eklemişlerdir²⁹¹. Chen de Macao’da gerçekleşen yıllık turizm etkinlikleri için yaptığı etki analizi çalışmasında, araştırmanın ilk kısmında etkinliklerle ilgili genel tutum sorularını, ikinci kısmında “toplum gururu”, “ekonomik faydalar”, “toplumun yaşam kalitesi”, “çevresel olumsuzluklar”, “kültürel olumsuzluklar”, “sosyal yaşamsal sıkıntılar” ile ilk kez bu çalışmada değinilen “kişisel kazanımlar” faktörlerini kullanmıştır. Araştırmacı, araştırma bulgularını küme analizi yaklaşımıyla değerlendirmiş, etkinliklerin yerel halkın algısındaki etkileri itibariyle olumlu algıları fazla olan fanatikler, hem olumlu hemde olumsuz algılara sahip olan gerçekçiler, daha çok kişisel deneyime önem veren deneyimliler şeklinde üç grup ortaya çıkarmıştır²⁹².

Birçok araştırmacının turizm etkilerini yerel halkın algısında ölçmek için kullandıkları sosyal değişim teorisi de etkinliklerin etkilerini yerel halkın algısında ölçmek isteyen araştırmacılar için bir kaynak olmuştur. Sosyal değişim teorisine göre yerel halk ve turistler ev sahibi bölgenin turizm bağlamında, maddi ve manevi kaynaklarını birbirleriyle değişim halindedir²⁹³. Bu değişimin ana elemanları ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel kaynaklardır. Bu değişimde eğer yerel halk, faydaların maliyetten fazla olacağına inanırsa bu durum yerel halkın toplumsal

²⁹⁰Jie Yang ve diğerleri, “Local Resident’s Perceptions of the Impact of 2010 EXPO”, **Journal of Convention and Tourism**, Vol:11, No:3, 2010, ss.161-175

²⁹¹Elizabeth Fredline ve Bill Faulkner, “Host Community Reactions, A Cluster Analysis”, **Annals of Tourism Research**, Vol:27, No:3, ss.772-780

²⁹²Sandy C.Chen, “Residents’ Perceptions of the Impact of Major Annual Tourism Events in Macao: Cluster Analysis”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:12, No:1, 2011, ss.114-125

²⁹³John Ap, “Residents’ perceptions on tourism impact”, **Annals of Tourism Research**, Vol:19, No:4, 1992, s.668

gelişimine de destek olacaktır²⁹⁴. Deccio ve Baloglu tarafından 2002 Olimpiyatları için yapılan ev sahibi olmayan yerleşik halkın etkinliğe katılımı ile ilgili reaksiyonları çalışmalarında birinci kısımda halkın “etkinliğe verdiği destek”, ikinci kısımda “turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri”, üçüncü bölümde Yeni Ekolojik Paradigmayla “bölgeye olan toplumsal sevgi” dördüncü kısımda demokratik bilgilerle “halkın turizme olan ekonomik bağımlılığı” derecelerini ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. Ayrıca araştırmada sosyal değişim teorisi yaklaşımı kullanılmıştır. Buna göre çalışma, turizm ve etkinliklerle ilişkili toplumsal anlayış ve iletişim için bir kaynak sunma potansiyeline sahiptir, bu da devlet ve özel sektör kuruluşlarına toplumun fikir ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verebilme olanağı sağlamaktadır²⁹⁵.

Kim, Gursoy ve Lee tarafından 2002 Güney Kore Dünya Kupası etkinliği için yapılan çalışmada etkinliğe bağlı olarak yerel halka “kültürel değişimin faydaları”, “sosyal problemler”, “ekonomik faydalar”, “doğal kaynaklar ve kültürel gelişim”, “trafik sıkışıklığı ve kirlilik”, “fiyatların yükselmesi” “yapısal maliyetler” faktörlerini içeren 26 soru yöneltilmiştir. Araştırma bulguları, yerel halkın etkinliğin etkileriyle ilgili algılarının, etkinliğin öncesi ve sonrasında oldukça farklı olduğu yönündedir. Şampiyonadan önce yerel halkın etkinlikten ekonomik ve kültürel anlamda birçok beklentisi olduğu saptanmıştır. Şampiyonadan sonra ise yerel halkın beklentilerinin asgari düzeyde gerçekleştiğini algıladıkları belirlenmiştir. Özellikle ekonomik fayda hayal kırıklığı yaratmış, gayrimenkul fiyatları oldukça artmış, suç ve serserilik oranı da oldukça yükselmiştir. Buna rağmen yerel halk, etkinliğin yerel kültüre katkı sağladığını, halk ve turistler arasında kültürel değişim yarattığını, etkinliğin yerel halkın yabancı kültürlerle ilgisini artırdığını algıladıklarını ifade etmişlerdir²⁹⁶. Etkinlikler öncesi ve sonrası yerel halkın algısında önemli değişiklikler olduğunu tespit eden bir diğer çalışmada Lorde ve diğerleri tarafından yapılmıştır. Araştırmada “kültürel değişimin faydaları”, “sosyal problemler”, “ekonomik faydalar”, “doğal kaynaklar” ve “kültürel gelişim”, “trafik sıkışıklığı ve kirlilik”, “fiyatların

²⁹⁴Konstantinos Andriotis ve Roger D. Vaughan, “Urban Residents’ Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete”, **Journal of Travel Research**, Vol:42, No:2, November 2003, s.173

²⁹⁵Cary Deccio ve Seyhmus Baloglu, “Nonhost Community Resident Reactions to the 2002 Olympics: The Spillover impacts”, **Journal of Travel Research**, Vol:41, No:1, 2002, s.54

²⁹⁶Hyun Jeong Kim ve diğerleri, “The impact of the World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post- games”, **Tourism Management**, Vol:27, No:1, 2006, s.93,

yükselmesi” ve “yapısal maliyetler” faktörlerini içeren 19 madde kullanılmış ve bu faktörlerin hemen hemen hepsinde etkinlikler öncesi ve sonrası yerel halkın algısında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir²⁹⁷. Soutar ve McLeod da, America Kupası etkinliğinin öncesinde, etkinlik esnasında ve etkinlik sonrasında yaptıkları analizlerinde etkinliklerin “ekonomik ve sosyal etkilerini” içeren 14 madde kullanmışlardır. Araştırma bulguları yerel halkın etkinliklerle ilgili olumlu algılarının gittikçe artış gösterdiği, olumsuz algılarının da azalış gösterdiği yönündedir. Ayrıca araştırmaya göre etkinlikler yerel halka göre yaşam kalitesini artırmakta ve uzun dönemde ekonomik faydalar sağlamaktadır.²⁹⁸ Kim ve Petrick’de 2002 Seoul FIFA Cup etkinliği esnasında ve etkinliğin üç ay sonrasında yaptıkları etki çalışmalarında “ekonomik”, “sosyo-kültürel”, “kentsel”, “turizm alt yapı gelişimi”, “çevresel” etkileri konu alan 31 maddeli bir anket ölçeğinden faydalanmışlardır. 22 madde pozitif etkileri içeriyorken 9 madde negatif etki maddesidir. Ayrıca 8 maddeylede yerel halkın bireysel ve ulusal düzeyde etkinlikle ilgili genel tutumsal algıları ölçülmüştür²⁹⁹.

Bull ve Lovell tarafından Tour de France 2007 etkinliğinin hemen sonrasında yapılan araştırmada etkinliklerin “ekonomik ve sosyal etkilerini” içeren faktörler kullanılmış, araştırmacılar tarafından yerel halkın etkinliğe katılımı ile ilgili algılarının oldukça olumlu olduğu tespit edilmiştir. Yerel halkın etkinlikten beklentilerinde, ekonomi ve turizmle ilgili beklentileri ilk sıradayken sosyo-kültürel beklentileri ikinci sırada yer almıştır³⁰⁰. Zhou ise etkinlik öncesi yaptığı çalışmasında ilk bölümde yerel halkın etkinlikle ilgili tutumlarını, ikinci kısımda etkinliklerin ekonomik, sosyal, kültürel, politikal ve çevresel etkilerini içeren 26 maddeyi “sosyal-psikolojik etkiler”, “sosyal yaşam maliyeti”, “toplumsal maliyet”, “toplumsal faydalar”, “fiziksel faydalar” faktörleri altında toplayarak etkinlik etkilerini yerel halkın algısında ölçmüştür. Araştırma bulgularına göre etkinliğe doğru yerel halkın,

²⁹⁷Troy Lorde ve diğerleri, “Local Residents’ Perceptions of the Impacts of the ICC Cricket Worlds Cup 2007 on Barbados: Comparisons of Pre- and Post-Games”, **Tourism Management**, Vol:32, No:2, April 2011, s.356

²⁹⁸Geoffrey N. Soutar ve Paul B. McLeod, “Residents’ Perceptions on Impact of the America’s Cup”, **Annals of Tourism Research**, Vol:20, No:3, 1993, ss.580-581

²⁹⁹Kim ve Petrick, ss.28-37

³⁰⁰Chris Bull ve Jane Lovell, “The Impact of Hosting Major Sporting Events on Local Residents: an Analysis of the Views and Perceptions of Canterbury Residents in Relation to the Tour de France 2007”, **Journal of Sport & Tourism**, Vol:12, No:3-4, 2007, ss.245-246

etkinliği kucaklama ve hoşgörü tutumu içerisinde oldukları tespit edilmiştir.³⁰¹ Zhou ve Ap tarafından 2008 Beijing Olimpiyatları öncesi yapılan çalışmada da, ilk kısımda yerel halkın etkinlikle ilgili tutumları, ikinci kısımda ise etkinliklerin “kentsel gelişim etkileri”, “sosyal-psikolojik etkileri”, “ekonomik etkileri”, “sosyal yaşam etkileri ” faktörlerini içeren etkiler ölçülmüştür. Araştırma bulgularına göre araştırmacılar, yerel halkın etkinlik etkileriyle ilgili oldukça yüksek oranda pozitif algıya sahip olduklarını belirlemişlerdir³⁰².

Jackson tarafından yapılan çalışmada da, etkinliklerin yarattığı turizm potansiyeli bakımından, etkinlik turizminin toplum yaşamının boyutları üzerinde etkili olan ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre yerel halkın etkinlik turizmine karşı tutumları genel anlamda olumludur. Turizm, bölgede yerel halk tarafından, gayrimenkul ve bazı tüketim maddelerinin fiyatlarının yükselmesinin sebebi olarak görülse de etkinlik turizmi bölgeye, genellikle ekonomik faydalar, kültürel değişim ve iş seçenekleri gibi etkileri getireceği şeklinde olumlu bakış açısıyla değerlendirilmektedir.³⁰³

Bob ve Swart tarafından 2010 Dünya Futbol Şampiyonası için ölçülen, etkinliklerin etki çalışmalarında Fredline ve Faulkner (2002) tarafından geliştirilen anket ölçeği, Güney Afrika’ya uygun olacak şekilde düzenlenerek, Güney Afrika’da bulunan iki farklı topluluğa uygulanmıştır. Araştırmaya göre bu iki topluluğun sosyo-ekonomik ve tarihsel farklılıkları olmasına rağmen etkinlikle ilgili algıları hemen hemen aynıdır. Yerel halk genel anlamda etkinliklerle ilgili altyapısal gelişimi ve etkinliklere ev sahipliği yapmayı desteklemektedir. Bununla birlikte yerel halk yüksek derecede sosyal ve ekonomik fayda beklentisine ve bunun yanında fiyatların artacağı ve etkinliğin ekonomik faydasının eşit dağıtılmayacağı endişesine de sahiptirler³⁰⁴.

Bununla birlikte her destinasyon için aynı etkinlik aynı etkileri yaratmaz. Çünkü ev sahibi toplumlar ve yerel halklar, gelişim deneyimi, gelişim aşaması, taşıma kapasitesi, sosyal, kültürel ve politik alanlarda birbirinden farklılaşmaktadır.

³⁰¹(Joe) Yong Zhou, “Resident Perceptions Toward the Impacts of the Macao Grand Prix”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:11, No:2, 2010, s.150

³⁰²Yong Zhou ve John Ap, “Residents' Perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games”, **Journal of Travel Research**, Vol:48, No:1, 2009, s.79

³⁰³Jackson, ss.243-253

³⁰⁴Urmilla Bob ve Kamilla Swart, “Resident Perceptions of the 2010 FIFA Soccer World Cup Stadia Development in Cape Town”, **Urban Forum**, Vol:20, 2009, ss.48-59

Özellikle Olimpiyat oyunları gibi büyük spor etkinlikleri, ev sahibi bölgelerde farklı etkilere sahip olmaktadır. Böylece aynı etkinliğin etkilerinin farklı yerel halklar tarafından aynı şekilde algılanması da olanaksızdır³⁰⁵.

3.3. ALAN UYGULAMASI

3.3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Etkinlikler, günümüzde turizm endüstrisi için önemli bir çekim unsuru haline almıştır. Etkinlikler, bu çekim güçleriyle destinasyonlar için ciddi miktarlarda talep yaratarak bölge de turizmin gelişimini olumlu yönde etkilemektedir. Bunun yanında bu etkinlikler destinasyonlar için ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve daha birçok alanda hedeflere ulaşılmasını sağlarken, bazı olumsuz etkileriyle de destinasyona zarar verici durumlara sebep olabilmektedir. Bu sebeple etkinliklerin destinasyonda bıraktığı etkilerin belirlenmesi, bu tür etkinlikleri çekim unsuru olarak kullanmak isteyen destinasyonlar için etkinliğin planlanma ve yönetimi sürecinde önemli bir araç olmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, uluslararası düzeyde büyük bir spor etkinliği olan, 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları'nın sonrasında destinasyona bıraktığı olumlu ve olumsuz etkilerin ortaya çıkartılmasıdır. Böylece etkinliklerin literatürde belirtilen şekillerde ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel, politik alanlarda ve turizm sektörü alanında destinasyonda bıraktığı etkilerin 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları'yla ne derece gerçekleştiği, örneklem grubunu yerel halkın oluşturduğu bir çalışma ile ölçülebilecektir. Bu duruma göre literatür taraması sonucunda oluşturulan etki değişkenleriyle; “turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma”, “imaj geliştirme ve sağlamlaştırma”, “ekonomik faydalar”, “turistik alt yapı gelişimi”, “kültürel etkiler” şeklinde gruplandırılan soru ifadeleriyle 2011 Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'da yarattığı olumlu etkilerin; “ekonomik maliyet”, “kültürel olumsuzluk” ve “çevresel olumsuzluklar” şeklinde gruplandırılan soru ifadeleriyle de 2011 Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'da yol açtığı olumsuz etkilerin ölçülmesi amaçlanmaktadır.

³⁰⁵Zhou ve Ap, ss.87-88

Bu çalışmada Universiade Kış Oyunları spor etkinliğinin seçilmesindeki etken ise, bu etkinliğin destinasyonlar için önemli düzeyde ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve politik etkilere sahip olabilecek kadar geniş çaplı bir etkinlik çeşidi olması ve 25.'sinin Erzurum gibi, turizm alanında az gelişmiş bir destinasyonda ilk kez düzenlenmiş olmasıdır. Böylece bu çalışmanın, bu tür etkinliklerin destinasyonun gelişiminde ne derece etkili olduğunun ortaya çıkarılması gibi önemli bir amacının yanında, Türkiye'de bu konuda yapılmış çalışmaların azlığı sebebiyle, bu ve benzeri etkinlikler için yapılacak olan çalışmalara kaynak olabilmek gibi bir amacı da bulunmaktadır.

3.3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada temel olarak ele alınan konu 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları'nın etkinlikler sonrası destinasyonda bıraktığı olumlu ve olumsuz etkilerdir. Yapılacak analizlerle birlikte Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'da ekonomik, sosyo-kültürel, politik, çevresel konularda ve turizm sektörü alanında ne gibi etkilere yol açtığı yerel halkın algısı üzerinden ortaya çıkartılmaya çalışılacaktır. Konunun kapsamı açısından bakıldığında, literatürde de belirtildiği gibi etkinliğe ev sahipliği yapan yerel halkın etkinliklerin etkilerini çok daha fazla hissediyor olmaları sebebiyle, Erzurum il merkezinde ikamet eden yerel halk araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Sekara'nın örneklem tablosuna bağlı olarak belirlenen örneklem, evreni temsil etmesi bakımından kabul edilebilir orana sahiptir³⁰⁶.

Bu araştırmada, yerel halkın etkinlikten beklentilerinin ne derece gerçekleştiğinin ölçülmesi ve böylece algılarında değişiklik olup olmadığına bakılabilmesi için de etkinlikten önce de bir anket çalışmasının yapılmış olması düşünülürken, bu amaç gerçekleştirilememiştir.

3.3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada iki aşamalı bir yöntem izlenmiştir. İlk aşamada dolaylı (ikincil) kaynaklardan veriler toplanarak literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında kuramsal çerçeveden yararlanılarak, yerel halkın demografik

³⁰⁶Uma Sekaran, **Research Methods for Business: A Skill Building Approach**, Wiley and Sons, USA, 2000, s.253

özelliklerini ve Universiade Kış Oyunları'nın sonrasında Erzurum'da yol açtığı etkileri nasıl algıladıklarını ölçen bir anket çalışması yapılmıştır.

Anket çalışması, Erzurum il merkezinde ikamet eden 400 kişiye, basit şans örnekleme ile örneklem belirlenerek, uygulanmıştır. Anket formları, hep aynı seçeneği işaretleme ve benzeri olumsuz durumları önlemek için kişilerle yüz yüze görüşülerek doldurulmuştur. Bu aşamanın sonucunda sağlıklı veri içeren 385 adet anket formu elde edilmiştir.

Anket Formu

Anket soruları araştırmanın ikinci bölümünde ele alınan konular esas alınarak belirlenmiştir. Buna göre anket soruları Ek 1'de sunulduğu gibi etkinliklerin destinasyona hem olumlu hem de olumsuz etkilerini içerecek şekilde Erzurum il merkezinde ikamet eden yerel halka yönelik olarak hazırlanmıştır.

Erzurum il merkezinde ikamet eden yerel halka yönelik olarak hazırlanan anket formu 3 bölüm 42 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde yer alan 7 adet soru demografik sorular olup; yerel halkın eğitim ve benzeri durumlarını içeren kapalı uçlu sorulardır. Anketin ikinci ve üçüncü bölümünde yer alan 35 adet etki sorusu, 5'li Likert ölçeğinde, Kim ve Petrick (2003)'in çalışmalarında kullandıkları ölçekten yola çıkılarak, etkinliklerin etkileri konusunda önceden yapılmış çalışmalar (Delamere ve diğerleri 2001; Jeong, 1998; Jeong, Jafari ve Gartner, 1990; Soutar ve Mcleod, 1993; Turco,1998) üzerinden elde edilen değişkenlerden oluşmaktadır. Buna göre anket formunun ikinci kısmında bulunan 8-15 arası 8 soru “turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma”, 16-20 arası 4 soru “imaj geliştirme ve sağlamlaştırma” 21-24 arası 4 soru “ekonomik faydalar”, 25-27 arası 3 soru “turizm alt yapı gelişimi”, 28-31 arası 4 soru “kültürel etkiler” değişken başlıkları altında olumlu ifadeler içeren etki sorularıdır. Anket forumunun üçüncü kısmında bulunan 32-36 arası 5 soru “ekonomik maliyet”, 37-38 arası 2 soru “kültürel olumsuzluklar”, 39-42 arası 4 soru “çevresel olumsuzluklar” değişken başlıkları altındaki olumsuz ifadeler içeren etki sorularıdır. Anket formu hazırlanırken uzman tavsiyeleri göz önünde bulundurularak ve literatür desteğinden faydalanılarak, “turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma” değişkenine “**Kış oyunları sayesinde şehirdeki doğal kaynakların korunması önem kazanmaya**

başlamıştır³⁰⁷, “kültürel etkiler” değişkenine **“Kış oyunları sayesinde Erzurum halkının spora olan ilgisi artmıştır”**³⁰⁸ soru ifadesi; etkinliklerin literatürdeki olumsuz etkileri göz önünde bulundurularak “çevresel olumsuzluklar” değişkenine **“Kış oyunları tarihi miras alanlarına zarar verilmesine sebep olmuştur”** **“Kış oyunları Erzurum’da doğal çevreye zarar verilmesine yol açmıştır”**³⁰⁹ ifadeleri eklenmiştir.

Anket formunun güvenilirliğini ölçmek için 30 kişiyle bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma sonucunda güvenilirlik katsayısının olumlu etki ölçeği için Cronbach Alpha=0,947 ve anlamlılık düzeyi $p=,000$, olumsuz etki ölçeği için Cronbach Alpha=0,823 ve anlamlılık düzeyi $p=,000$ çıkmasıyla, yine uzman görüşleri ışığında, eklenen sorularla oluşturulan ölçek ile ana anket çalışmasının yapılmasına karar verilmiştir.

3.3.4. Araştırmanın Değerlendirilmesi

Yapılan anket çalışması sonucu elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS 16.0 for Windows istatistik paket programı kullanılmıştır. Öncelikle anketin 2. kısmını oluşturan olumlu etkilerle ilgili olan 24 madde ve 3. kısmını oluşturan olumsuz etkilerle ilgili olan 11 madde için, temel boyutları tanımlamak üzere, ayrı ayrı “faktör” analizi yapılmıştır. Faktör analizinin olumlu ve olumsuz etkilere ayrı ayrı uygulanmasının sebebi, olumlu ve olumsuz etki maddeleri arasında yaşanabilecek işaret yönü karışıklığının ve anlam tutarsızlığının önlenilmesidir. Her bir etki değişkeninin algı düzeyi puan ortalaması alınmıştır. Daha sonra frekans analizi yöntemiyle katılımcıların demografik özellikleri sayı ve yüzde dağılımları bakımından ayırt edilmiştir. Faktör analizi verilerine göre dağılımların parametrik olmaması sebebiyle parametrik olmayan testlerle analize devam edilmiştir. Böylece pozitif ve negatif etki faktörlerindeki sosyo-demografik gruplar arasındaki önemli farklılıkların incelenmesi için ikili gruplar arasında karşılaştırmalar için “Mann Whitney U Testi” yapılmıştır. İki den fazla grup arasında farklılık olup olmadığının araştırılmak istendiği durumlarda “Mann Whitney U Testi” yetersiz kaldığından,

³⁰⁷Yang ve diğerleri, s.168

³⁰⁸Kathleen Andereck ve diğerleri, “Residents’ Perceptions of Community Tourism Impacts”, **Annals of Tourism Research**, Vol:32, No:4, October 2005, s.1066

³⁰⁹Chen, 2011, s.118

çoklu gruplar arasındaki farklılıkları analiz etmek için de “Kruskal Wallish Testi”³¹⁰ yapılmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri arasındaki ilişki, parametrik olmayan testler için kullanılan “Spearman korelasyonu” analizi ile test edilmiştir. Ölçekler arasındaki korelasyon ilişkileri aşağıdaki kriterlere göre değerlendirilmiştir³¹¹:

<i>r</i>	İlişki
0,00-0,25	Çok Zayıf
0,26-0,49	Zayıf
0,50-0,69	Orta
0,70-0,89	Yüksek
0,90-1,00	Çok Yüksek

Elde edilen bulgular Sosyal Bilimler alanında yürütülen araştırmalar için geçerli olan %95 güven aralığında, anlamlılık düzeyi (significant level) göz önüne alınıp, tüm istatistiksel testlerde anlamlılık derecesi $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

Araştırmada anket tekniği olarak kullanılan 5 Noktalı Likert Ölçeğindeki ifadelerin genel güvenilirliği, güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Ankette yer alan ve etkinliklerin etkilerini yerel halkın algısı üzerinden belirlemek amacıyla verilen yargılarda 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum olarak puanlandırılmış ve değerlendirmeye alınmıştır. Yerel halkın ankette belirlenen yargılara verdikleri “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” cevapları onların, bu ifadeleri tercih etmedikleri, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” cevapları onların bu ifadeleri tercih ettikleri şekliyle kabul edilerek yorumlamalar yapılmıştır. Yerel halkın belirtilen yargılara yönelik “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum” cevabını işaretlemeleri ise söz konusu ifade ile ilgili kararsız kaldıkları yönünde değerlendirilmiş ve yorumları bu yönde yapılmıştır. Ölçek ifadelerinin değerlendirilmesinde aşağıdaki kriterler esas alınmıştır:

³¹⁰Yahşi Yazıcıoğlu ve Samiye Erdoğan, **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Geliştirilmiş 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, Eylül 2007, s.256

³¹¹Şeref Kalaycı, **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, 2. Baskı, Asil Yayınevi, Ankara, Mayıs 2010, s.116

Seçenekler	Puanlar	Puan Aralığı	Ölçek Değerlendirme
Hiç Katılmıyorum	1	1,00 - 1,79	çok düşük
	2	1,80 - 2,59	Düşük
	3	2,60 - 3,39	Orta
	4	3,40 - 4,19	Yüksek
Tamamen Katılıyorum	5	4,20 - 5,00	çok yüksek

3.3.4.1. Universiade Kış Oyunları’nın Olumlu Etkileri Ölçeği Faktör Analizi

Kış Universiade oyunlarının olumlu etkileri ölçeğindeki 24 maddenin genel güvenirliliği $\alpha=0,945$ olarak bulunmuştur. Yapılan Kmo ve Barlett analizi sonucunda KMO değerinin 0,936 olarak Barlett değerinin ise 0,05 den küçük olduğu ve faktör analizinin yapılabilir olduğu görölmüştür. Faktör analizi sonucunda toplam varyansı %65,74 olan 5 faktör oluşturmuştur.

Ekonomik faydalar değişkenindeki “**Kış oyunları sayesinde Erzurum’un kalkınması hızlanmıştır**” sorusu, faktör analizinde faktör yükleri birbirine yakın olacak şekilde diğer değişkenlere kaydığından, çıkartılmıştır.

Tablo 6’da görölebileceği üzere; anketteki *turistik alt yapı* değişkenindeki “**Kış oyunları sayesinde şehir içi yol durumu düzelmiştir**”, *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* değişkenindeki “**Kış oyunları sayesinde Erzurum halkında birlik olma ruhu güçlenmiştir**” soruları faktör analizinde anlam tutarsızlığı ve işaret yönü karışıklığı yaşanması, sebebiyle çıkartılmıştır. *Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* değişkenindeki “**Kış oyunları sayesinde şehirdeki sosyal aktivite tesislerinin sayısı artmıştır**” ve “**Kış oyunları sayesinde kültürel etkilerin sayısı artmıştır**” sorularının faktör analizinde *turistik alt yapı değişkenine* dahil olmalarıyla, bu soruların yerel halk tarafından turistik alt yapı için gerekli unsurlar olarak algılanmış oldukları düşünölerek, her iki soru da *turistik altyapı değişkenine* dahil edilmiştir.

Tablo 6: Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri Ölçeği Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüklüğü	Varyans	Cronbach's Alpha
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	Kış oyunları Erzurum'un uluslararası alanda tanınırlığını artırmıştır.	0,832	15,050	0,882
	Kış oyunları Erzurum'un uluslararası alanda imajını geliştirmiştir.	0,817		
	Kış oyunları dünyanın Erzurum hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamıştır.	0,758		
	Kış oyunları sayesinde yerel halkın Erzurum'la duyduğu gurur artmıştır.	0,670		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	Kış oyunları sayesinde şehirdeki tarihi turistik kaynakların korunması önem kazanmaya başlamıştır.	0,702	13,433	0,836
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki doğal kaynakların korunması önem kazanmaya başlamıştır.	0,658		
	Erzurum 2011 Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları şehrin görünümünü güzelleştirmiştir.	0,656		
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki turist danışma bürolarının sayısı artmıştır.	0,597		
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki alışveriş imkanları artış göstermiştir.	0,593		
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki sağlık hizmetleri gelişmiştir.	0,507		
Ekonomik faydalar	Kış oyunları sayesinde şehirdeki istihdam (iş) olanakları artmıştır.	0,758	13,155	0,821
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki ticari imkanlar artmıştır.	0,725		
	Kış oyunları sayesinde Erzurum'a olan yatırım artmıştır.	0,546		
	Kış oyunları sayesinde Erzurum halkında birlik olma ruhu güçlenmiştir.	0,516		
Kültürel etkiler	Kış oyunları sayesinde yabancı dil öğrenmeye olan ilgi artmıştır.	0,784	12,799	0,830
	Kış oyunları Erzurum halkının yabancı kültürlerle olan ilgisini artırmıştır.	0,741		
	Kış oyunları sayesinde uluslararası organizasyonların düzenlenmesine olan ilgi artmıştır.	0,643		

Tablo 6: Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri Ölçeği Faktör Yapısı (Devamı)

	Kış oyunları sayesinde Erzurum halkının spora olan ilgisi artmıştır.	0,554		
	Kış oyunları sayesinde şehir içi yol durumu gelişmiştir.	0,525		
Turistik alt yapı gelişimi	Kış oyunları sayesinde şehirdeki sosyal aktivite tesislerinin (kayak tesisleri, buz pateni vb.) sayısı artmıştır.	0,682	11,298	0,789
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki otel/oda sayısı artmıştır.	0,570		
	Kış oyunları sayesinde turizm altyapısının gelişimi hızlanmıştır.	0,479		
	Kış oyunları sayesinde şehirdeki kültürel etkinliklerin sayısı artmıştır.	0,469		
Toplam Varyans %65,74				

“İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma” faktörünü oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,882$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %15,0 varyans oranı elde edilmiştir.

“Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma” faktörünü oluşturan 6 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,836$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %13,4 varyans oranı elde edilmiştir.

“Ekonomik faydalar” faktörünü oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,821$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %13,2 varyans oranı elde edilmiştir.

“Kültürel etkiler” faktörünü oluşturan 5 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,830$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %12,8 varyans oranı elde edilmiştir.

“Turistik alt yapı” faktörünü oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,789$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %11,3 varyans oranı elde edilmiştir.

3.3.4.2. Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri Ölçeği Faktör Analizi

Kış Universiade oyunlarının olumsuz etkileri ölçeğindeki 11 maddenin genel güvenilirliği $\alpha=0,822$ olarak bulunmuştur. Yapılan Kmo ve Barlett analizi sonucunda KMO değerinin 0,799 olarak Barlett değerinin ise 0,05 den küçük olduğu ve faktör analizinin yapılabilir olduğu görülmüştür. Faktör analizi sonucunda toplam varyansı %60,46 olan 2 faktör oluşmuştur. *Kültürel olumsuzluklar* ve *çevresel olumsuzluklar* değişkenlerinin faktör analizinde birleşmeleriyle bu değişkenler tek bir faktör olarak *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* olarak yeniden isimlendirilmiştir.

Tablo 7: Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri Ölçeği Faktör Yapısı

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach' s Alpha
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	Kış oyunları tarihi miras alanlarına zarar verilmesine sebep olmuştur.	0,842	35,241	0,884
	Kış oyunları Erzurum'da doğal çevreye zarar verilmesine yol açmıştır.	0,826		
	Kış oyunları şehirde trafik problemi yaratmıştır.	0,792		
	Kış oyunları şehir merkezinde trafik tıkanıklığı yaratmıştır.	0,780		
	Kış oyunları yabancı turistler ve yerli halk arasında çatışmaya yol açmıştır.	0,775		
	Kış oyunları Erzurum'da yabancı turistlerden kaynaklanan kültürel bozulmaya sebep olmuştur.	0,720		
Ekono mik maliyet	Kış oyunları Erzurum'da gayrimenkul fiyatlarının artmasına sebep olmuştur	0,879	25,221	0,777
	Kış oyunları şehirdeki gayrimenkul fiyatlarının artması yönünde söylentilere yol açmıştır.	0,844		
	Kış oyunları şehirdeki mal ve hizmet fiyatlarını artırmıştır.	0,825		
	Kış oyunları şehirdeki eğlence sektörü işletmelerinin satışlarını artırmıştır	0,629		
	Erzurum 2011 Dünya Üniversitelerarası kış oyunları için yapılan harcamalar bence gereğinden fazla gerçekleşmiştir.	0,395		
Toplam Varyans %60,46				

“*Kültürel ve çevresel olumsuzluklar*” faktörünü oluşturan 6 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,884$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %35,2 varyans oranı elde edilmiştir.

“*Ekonomik maliyet*” faktörünü oluşturan 5 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,777$ olarak bulunmuştur. Faktör analizi yapıldığında %25,2 varyans oranı elde edilmiştir.

Cronbach’s Alpha Katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme kriteri aşağıdaki gibidir³¹²;

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri olumlu etki ölçeği için 0,945 ile olumsuz etki ölçeği için 0,822’dir. Ölçeklere ve alt boyutlara ait önermelerin iç tutarlılıklarının sağlandığı ve ölçeklerin yüksek derecede güvenilir oldukları görülmektedir.

3.3.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar

Bu bölümde, araştırma probleminin çözümü için, Erzurum ilinde ikamet eden yerel halktan ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

3.3.5.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

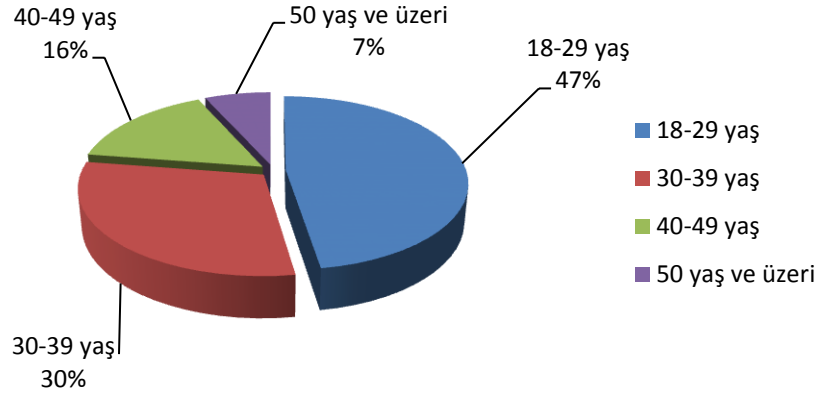
Tablo 8: Örneklem Grubunun Yaşa Göre Dağılımı

Yaşınız	Frekans	Yüzde (%)
18-29	183	47,5
30-39	115	29,9
40-49	61	15,8
50 ve üzeri	26	6,8

³¹²Kazım Özdamar, **Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi 1**, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 2004, s.699

Örneklem grubunun yaşlarına göre dağılımı Tablo 8'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 183'ü (% 47,5) 18-29, 115'i (% 29,9) 30-39, 61'i (%15,8) 40-49, 26'sı (% 6,8) 50 ve üzeri yaş grubundadır.

Şekil 8: Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

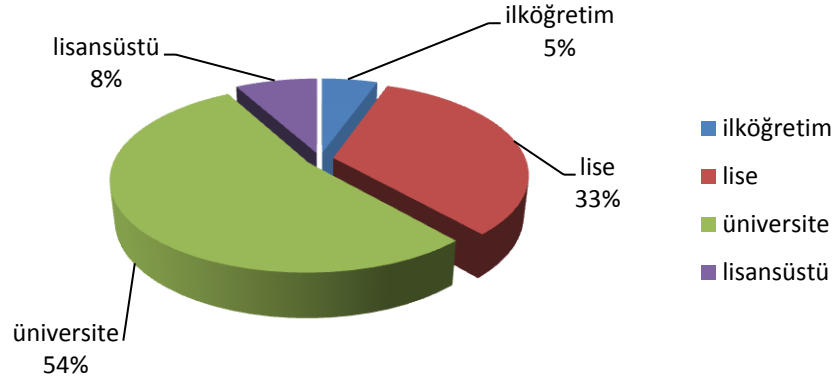


Tablo 9: Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitiminiz	Frekans	Yüzde (%)
İlköğretim	21	5,5
Lise	127	33,0
Üniversite	206	53,5
Lisansüstü	31	8,1

Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre dağılımı Tablo 9'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 21'i (% 5,5) ilköğretim, 127'si (% 33,0) lise, 206'sı (% 53,5) üniversite, 31'i (% 8,1) lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir.

Şekil 9: Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

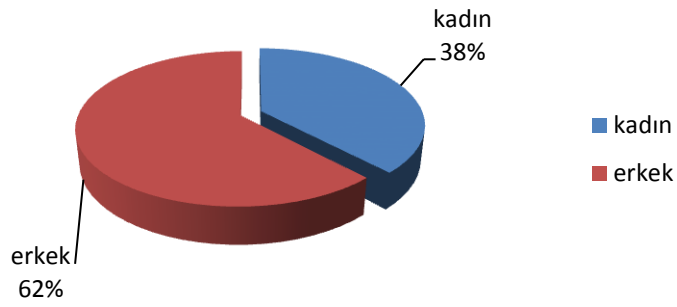


Tablo 10: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyetiniz	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	146	37,9
Erkek	239	62,1

Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 10’da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların % 37,9’u kadın % 62,1’i erkektir.

Şekil 10: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

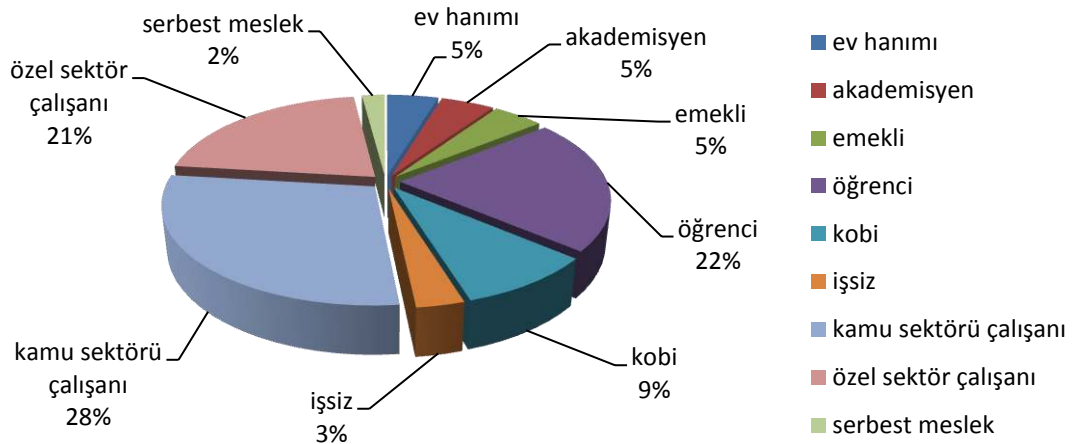


Tablo 11. Örneklem Grubunun Mesleklerine Göre Dağılımı

Mesleğiniz	Frekans	Yüzde (%)
Ev hanımı	18	4,7
Akademisyen	19	4,9
Emekli	18	4,7
Öğrenci	84	21,8
Kobi	35	9,1
İşsiz	12	3,1
Kamu sektörü çalışanı	110	28,6
Özel sektör çalışanı	81	21,0
Serbest meslek	8	2,1

Örneklem grubunun mesleklerine göre dağılımı Tablo 11'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 18'i (% 4,7) ev hanımı, 19'u (% 4,9) akademisyen, 18'i (% 4,7) emekli, 84'ü (% 21,8) öğrenci, 35'i (% 9,1) kobi, 12'si (% 3,1) işsiz, 110'u (% 28,6) kamu sektörü çalışanı, 81'i (% 21,0) özel sektör çalışanı, 8'i (% 2,1) serbest meslek sahibidir. Bu meslek gruplarının yanında örneklemimizde, çalışmamız için önemli bir grubu oluşturan, işsiz katılımcıların sayısında 8 (%3,1)'dir.

Şekil 11: Örneklem Grubunun Mesleklerine Göre Dağılımı

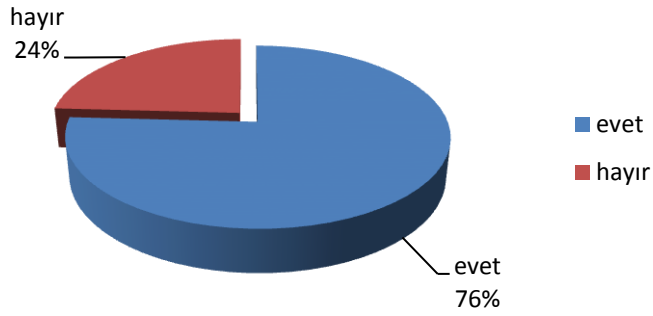


Tablo 12: Örneklem Grubunun Erzurumlu Olup Olmama Durumuna Göre Dağılımı

Erzurumlu musunuz?	Frekans	Yüzde (%)
Evet	292	75,8
Hayır	93	24,2

Örneklem grubunun Erzurumlu olup olmama durumuna göre dağılımı Tablo 12'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 292'si (% 75,8) Erzurumlu'dur, 93'ü (% 24,2) Erzurumlu değildir.

Şekil 12: Örneklem Grubunun Erzurumlu Olup Olmama Durumuna Göre Dağılımı



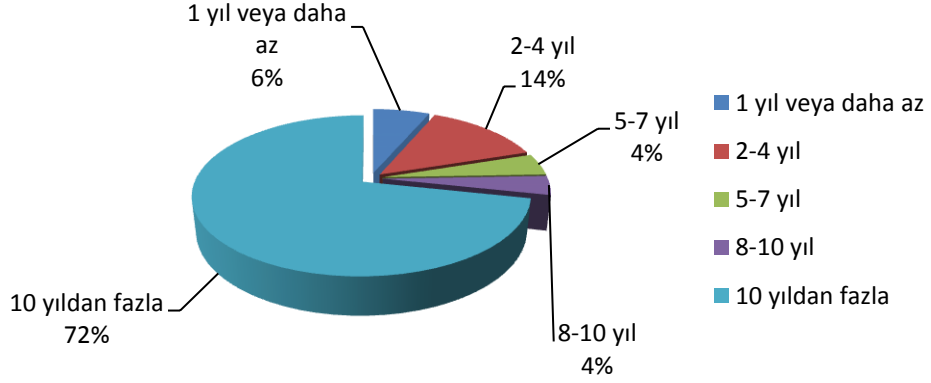
Tablo 13: Örneklem Grubunun Erzurum'da Yaşamakta Olduğu Süreye Göre Dağılımı

Kaç yıldır Erzurum'dasınız?	Frekans	Yüzde (%)
1 yıl veya daha az	25	6,5
2-4 yıl	52	13,5
5-7 yıl	17	4,4
8-10 yıl	15	3,9
10 yıldan fazla	276	71,7

Örneklem grubunun Erzurum'da yaşamakta olduğu süreye göre dağılımı Tablo 13'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 25'inin (% 6,5) 1 yıl veya daha az, 52'sinin (% 13,5) 2-4 yıl, 17'sinin (% 4,4) 5-7 yıl, 15'inin (% 3,9) 8-

10 yıl, 276'sının (% 71,7) 10 yıldan fazla süredir Erzurum'da yaşadığı görülmektedir.

Şekil 13: Örneklem Grubunun Erzurum'da Yaşamakta Olduğu Süreye Göre Dağılımı

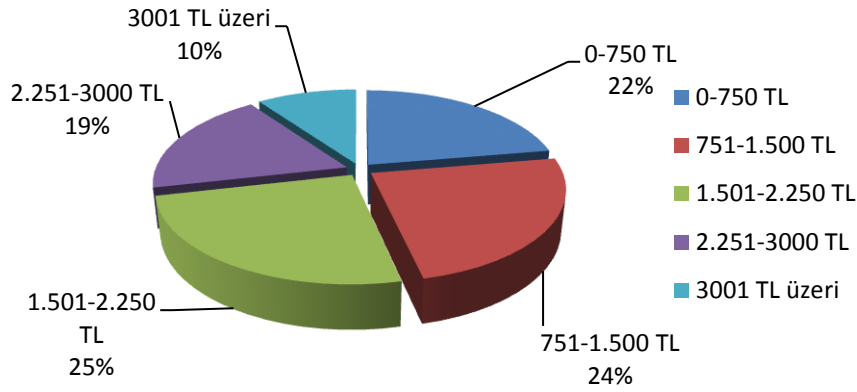


Tablo 14. Örneklem Grubunun Gelir Miktarlarına Göre Dağılımı

Gelir miktarınız?	Frekans	Yüzde (%)
0-750 TL	86	22,3
751-1.500 TL	93	24,2
1.501-2.250 TL	96	24,9
2.251-3000 TL	72	18,7
3001 TL üzeri	38	9,9

Örneklem grubunun gelir miktarlarına göre dağılımı Tablo 14'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 86'sının (% 22,3) 0-750 TL, 93'ünün (% 24,2) 751-1.500 TL, 96'sının (% 24,9) 1.501-2.250 TL, 72'sinin (% 18,7) 2.251-3000 TL, 38'inin (% 9,9) 3001 TL üzeri gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Şekil 14: Örneklem Grubunun Gelir Miktarlarına Göre Dağılımı



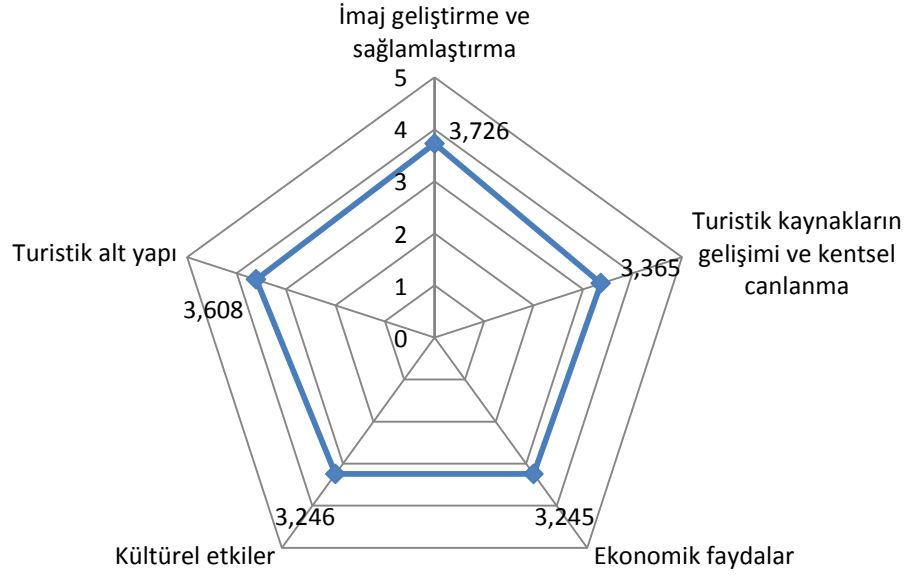
3.3.5.2. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu ve Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları

Araştırmaya katılanların Erzurum ilinde düzenlenen Universiade Oyunları'nın olumlu etkileri ile ilgili algı düzeylerinin ortalamaları Tablo 15'de incelendiğinde; imaj geliştirme ve sağlamlaştırma ortalaması $3,726 \pm 1,011$; turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma ortalaması $3,365 \pm 0,910$; ekonomik faydalar ortalaması $3,245 \pm 1,049$; kültürel etkiler ortalaması $3,246 \pm 0,965$; turistik alt yapı gelişimi ortalaması $3,608 \pm 0,944$ olarak bulunmuştur.

Tablo 15: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları

	N	Ort.	S.s	Min.	Max.
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	385	3,726	1,011	1,000	5,000
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	385	3,365	0,910	1,000	5,000
Ekonomik faydalar	385	3,245	1,049	1,000	5,000
Kültürel etkiler	385	3,246	0,965	1,000	5,000
Turistik alt yapı gelişimi	385	3,608	0,944	1,000	5,000

Şekil 15: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları

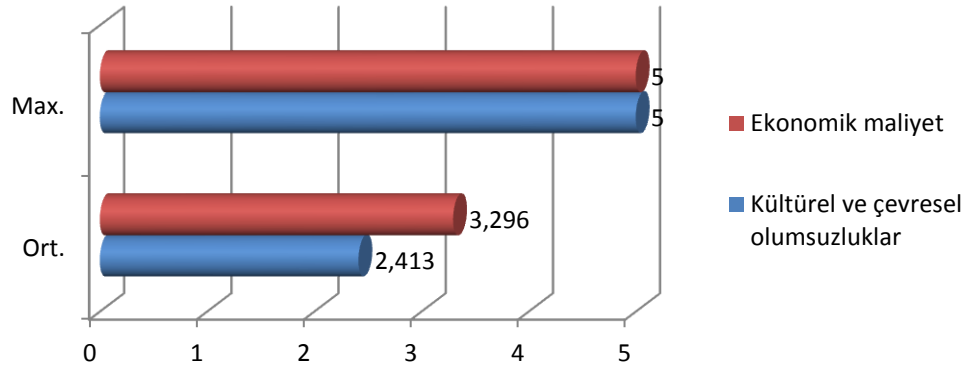


Araştırmaya katılanların Erzurum ilinde düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın olumsuz etkileri ile ilgili algı düzeylerinin ortalamaları Tablo 16'da incelendiğinde; kültürel ve çevresel olumsuzluklar ortalaması $2,413 \pm 0,963$; ekonomik maliyet ortalaması $3,296 \pm 0,911$; olarak bulunmuştur.

Tablo 16: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları

	N	Ort.	S.s	Min.	Max.
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	385	2,413	0,963	1,000	5,000
Ekonomik maliyet	385	3,296	0,911	1,000	5,000

Şekil 16: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Ortalamaları



3.3.5.3. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması İle İlgili Bulgular

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır. ($p=0,393>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre; 18-29 yaş aralığındaki katılımcıların algıladığı turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma puanı, 30-39 yaş, 40-49 yaş ve 50 yaş ve üzeri katılımcıların algıladığı turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma puanından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($p=0,011<0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre; 50 yaş ve üzeri katılımcıların algıladığı ekonomik faydalar puanı, diğer yaş

aralığındaki katılımcıların algıladığı ekonomik faydalar puanından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,698>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı gelişimi* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,133>0,05$).

Tablo 17: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	18-29 yaş	183	3,810	0,925	2,990	0,393
	30-39 yaş	115	3,646	1,011		
	40-49 yaş	61	3,541	1,230		
	50 yaş ve üzeri	26	3,923	0,989		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	18-29 yaş	183	3,556	0,851	21,080	0,000
	30-39 yaş	115	3,257	0,843		
	40-49 yaş	61	2,986	1,021		
	50 yaş ve üzeri	26	3,385	1,013		
Ekonomik faydalar	18-29 yaş	183	3,399	1,003	11,053	0,011
	30-39 yaş	115	3,038	1,058		
	40-49 yaş	61	3,104	1,034		
	50 yaş ve üzeri	26	3,410	1,205		
Kültürel etkiler	18-29 yaş	183	3,291	0,967	1,430	0,698
	30-39 yaş	115	3,209	0,877		
	40-49 yaş	61	3,172	1,084		
	50 yaş ve üzeri	26	3,269	1,065		
Turistik alt yapı gelişimi	18-29 yaş	183	3,728	0,895	5,594	0,133
	30-39 yaş	115	3,550	0,899		

	40-49 yaş	61	3,414	1,084		
	50 yaş ve üzeri	26	3,481	1,056		

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,417>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,442>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,594>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,492>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,341>0,05$).

Tablo 18: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	İlköğretim	21	4,060	0,961	2,842	0,417
	Lise	127	3,663	1,070		
	Üniversite	206	3,731	1,008		
	Lisansüstü	31	3,726	0,794		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	İlköğretim	21	3,492	0,946	2,689	0,442
	Lise	127	3,262	0,983		
	Üniversite	206	3,417	0,862		
	Lisansüstü	31	3,344	0,883		
Ekonomik faydalar	İlköğretim	21	3,508	1,129	1,897	0,594
	Lise	127	3,197	1,117		
	Üniversite	206	3,228	1,029		
	Lisansüstü	31	3,376	0,820		
Kültürel etkiler	İlköğretim	21	3,512	0,812	2,410	0,492
	Lise	127	3,260	1,068		
	Üniversite	206	3,194	0,937		
	Lisansüstü	31	3,355	0,779		
Turistik alt yapı gelişimi	İlköğretim	21	3,738	1,038	3,351	0,341
	Lise	127	3,470	1,032		
	Üniversite	206	3,654	0,897		
	Lisansüstü	31	3,782	0,760		

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,622>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık

gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,001<0,05$). Kadın katılımcıların algıladığı turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma puanları ($x=3,547$), erkek katılımcıların algıladığı turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma puanlarından ($x=3,253$) yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,014<0,05$). Kadın katılımcıların algıladığı ekonomik faydalar puanları ($x=3,413$), erkek katılımcıların algıladığı ekonomik faydalar puanlarından ($x=3,142$) yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p=0,039<0,05$). Kadın katılımcıların algıladığı kültürel etkiler puanları ($x=3,389$), erkek katılımcıların algıladığı kültürel etkiler puanlarından ($x=3,159$) yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı gelişimi* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,147>0,05$).

Tablo 19: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	P
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	Kadın	146	3,753	1,016	16928,000	0,622
	Erkek	239	3,709	1,010		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	Kadın	146	3,547	0,850	13987,500	0,001
	Erkek	239	3,253	0,928		
Ekonomik faydalar	Kadın	146	3,413	0,985	14858,500	0,014
	Erkek	239	3,142	1,075		
Kültürel etkiler	Kadın	146	3,389	0,957	15268,000	0,039
	Erkek	239	3,159	0,962		
Turistik alt yapı gelişimi	Kadın	146	3,680	0,983	15915,000	0,147
	Erkek	239	3,565	0,918		

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,854>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır. ($p=0,090>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,326>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek

amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,883>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı gelişimi* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,232>0,05$).

Tablo 20: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Meslek Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	Ev hanımı	18	3,653	0,782	4,034	0,854
	Akademisyen	19	3,684	0,889		
	Emekli	18	3,847	1,195		
	Öğrenci	84	3,753	0,987		
	Kobi	35	3,700	1,150		
	İşsiz	12	3,479	1,014		
	Kamu sektörü çalışanı	110	3,723	1,029		
	Özel sektör çalışanı	81	3,799	0,969		
	Serbest meslek	8	3,219	1,339		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	Ev hanımı	18	3,435	0,778	13,695	0,090
	Akademisyen	19	3,518	0,992		
	Emekli	18	3,111	1,247		
	Öğrenci	84	3,540	0,869		
	Kobi	35	3,176	0,897		
	İşsiz	12	3,139	1,089		
	Kamu sektörü çalışanı	110	3,212	0,926		
	Özel sektör çalışanı	81	3,539	0,797		
	Serbest meslek	8	3,063	0,776		
Ekonomik	Ev hanımı	18	3,315	0,960	9,191	0,326

faydalar	Akademisyen	19	3,263	0,836		
	Emekli	18	3,259	1,261		
	Öğrenci	84	3,393	1,050		

Tablo 20: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Meslek Değişkenine Göre Farklılaşması (Devamı)

	Kamu sektörü çalışanı	110	3,188	1,020		
	Özel sektör çalışanı	81	3,259	1,101		
	Serbest meslek	8	2,542	0,925		
Kültürel etkiler	Ev hanımı	18	3,194	0,784	3,702	0,883
	Akademisyen	19	3,263	1,036		
	Emekli	18	3,014	1,120		
	Öğrenci	84	3,214	1,029		
	Kobi	35	3,436	0,896		
	İşsiz	12	3,354	1,063		
	Kamu sektörü çalışanı	110	3,264	0,920		
	Özel sektör çalışanı	81	3,265	0,946		
	Serbest meslek	8	2,750	1,225		
Turistik alt yapı gelişimi	Ev hanımı	18	3,917	0,862	10,490	0,232
	Akademisyen	19	3,605	0,940		
	Emekli	18	3,181	1,209		
	Öğrenci	84	3,601	0,956		
	Kobi	35	3,464	0,906		
	İşsiz	12	3,417	0,894		
	Kamu sektörü çalışanı	110	3,641	0,937		
	Özel sektör çalışanı	81	3,753	0,864		
	Serbest meslek	8	2,969	1,161		

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanları ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur

($p=0,025<0,05$). Erzurumlu olan katılımcıların algıladığı imaj geliştirme ve sağlamlaştırma puanları ($x=3,789$), Erzurumlu olmayan katılımcıların algıladığı imaj geliştirme ve sağlamlaştırma puanlarından ($x=3,527$) yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma puanları* ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,858>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanları ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,849>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanları ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,232>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı gelişimi* puanları ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,196>0,05$).

Tablo 21: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurumlu Olup Olmama Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	p
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	Evet	292	3,789	1,003	11493,000	0,025
	Hayır	93	3,527	1,016		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	Evet	292	3,372	0,918	13410,500	0,858
	Hayır	93	3,342	0,888		

Ekonomik faydalar	Evet	292	3,236	1,073	13400,500	0,849
	Hayır	93	3,272	0,974		
Kültürel etkiler	Evet	292	3,283	0,972	12465,500	0,232
	Hayır	93	3,129	0,937		
Turistik alt yapı gelişimi	Evet	292	3,637	0,962	12375,500	0,196
	Hayır	93	3,519	0,882		

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanı ortalamalarının Erzurum'da yaşamakta olduğu süre değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,421>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* puanı ortalamalarının Erzurum'da yaşamakta olduğu süre değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,652>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanı ortalamalarının Erzurum'da yaşamakta olduğu süre değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,539>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanı ortalamalarının Erzurum'da yaşamakta olduğu süre değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,479>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı gelişimi* puanı ortalamalarının Erzurum'da yaşamakta olduğu süre değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,857>0,05$).

Tablo 22: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurum'da Yaşamakta Olduğu Süre Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	1 yıl veya daha az	25	3,870	0,863	3,888	0,421
	2-4 yıl	52	3,514	1,083		
	5-7 yıl	17	3,809	0,868		
	8-10 yıl	15	3,417	1,140		
	10 yıldan fazla	276	3,764	1,009		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	1 yıl veya daha az	25	3,600	0,808	2,458	0,652
	2-4 yıl	52	3,417	0,891		
	5-7 yıl	17	3,353	0,850		
	8-10 yıl	15	3,344	0,942		
	10 yıldan fazla	276	3,335	0,926		
Ekonomik faydalar	1 yıl veya daha az	25	3,560	0,886	3,116	0,539
	2-4 yıl	52	3,321	1,077		
	5-7 yıl	17	3,353	0,795		
	8-10 yıl	15	3,222	0,965		
	10 yıldan fazla	276	3,197	1,075		
Kültürel etkiler	1 yıl veya daha az	25	3,390	0,930	3,494	0,479
	2-4 yıl	52	3,072	0,981		
	5-7 yıl	17	3,544	0,863		
	8-10 yıl	15	3,383	0,706		
	10 yıldan fazla	276	3,240	0,982		
Turistik alt yapı gelişimi	1 yıl veya daha az	25	3,570	0,738	1,327	0,857
	2-4 yıl	52	3,558	0,935		

	5-7 yıl	17	3,515	0,831		
	8-10 yıl	15	3,733	0,947		
	10 yıldan fazla	276	3,620	0,973		

Araştırmaya katılanların algıladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,853>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,087>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik faydalar* puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,628>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel etkiler* puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,642>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *turistik alt yapı gelişimi* puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,393>0,05$).

Tablo 23: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Gelir Miktarı Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	0-750 TL	86	3,718	0,903	1,351	0,853
	751-1.500 TL	93	3,651	1,063		
	1.501-2.250 TL	96	3,760	1,092		
	2.251-3000 TL	72	3,778	0,959		
	3001 TL üzeri	38	3,743	1,039		
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	0-750 TL	86	3,543	0,848	8,118	0,087
	751-1.500 TL	93	3,290	0,876		
	1.501-2.250 TL	96	3,431	1,011		
	2.251-3000 TL	72	3,211	0,902		
	3001 TL üzeri	38	3,268	0,828		
Ekonomik faydalar	0-750 TL	86	3,333	1,038	2,596	0,628
	751-1.500 TL	93	3,129	1,147		
	1.501-2.250 TL	96	3,274	1,068		
	2.251-3000 TL	72	3,324	0,964		
	3001 TL üzeri	38	3,105	0,930		
Kültürel etkiler	0-750 TL	86	3,267	0,939	2,516	0,642
	751-1.500 TL	93	3,099	0,988		
	1.501-2.250 TL	96	3,292	1,004		
	2.251-3000 TL	72	3,299	0,931		
	3001 TL üzeri	38	3,342	0,938		

Turistik alt yapı gelişimi	0-750 TL	86	3,625	0,886	4,095	0,393
	751-1.500 TL	93	3,478	1,012		
	1.501-2.250 TL	96	3,711	0,972		
	2.251-3000 TL	72	3,538	0,934		
	3001 TL üzeri	38	3,763	0,832		

3.3.5.4. Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması İle İlgili Bulgular

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,366>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($p=0,031<0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre; 18-29 yaş aralığındaki katılımcıların algıladığı ekonomik maliyet puanı, 30-39 yaş, 40-49 yaş ve 50 yaş ve üzeri katılımcıların algıladığı ekonomik maliyet puanından yüksek bulunmuştur.

Tablo 24: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	18-29 yaş	183	2,480	0,958	3,169	0,366
	30-39 yaş	115	2,345	0,905		
	40-49 yaş	61	2,418	1,102		
	50 yaş ve üzeri	26	2,237	0,903		
Ekonomik maliyet	18-29 yaş	183	3,442	0,886	8,855	0,031
	30-39 yaş	115	3,216	0,879		
	40-49 yaş	61	3,115	0,998		
	50 yaş ve üzeri	26	3,054	0,892		

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,815>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanı ortalamalarının eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,280>0,05$).

Tablo 25: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	İlköğretim	21	2,341	0,974	0,942	0,815
	Lise	127	2,453	0,948		
	Üniversite	206	2,417	0,990		
	Lisansüstü	31	2,280	0,850		
Ekonomik maliyet	İlköğretim	21	3,219	0,753	3,838	0,280
	Lise	127	3,183	1,000		
	Üniversite	206	3,380	0,895		
	Lisansüstü	31	3,258	0,685		

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,065>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,851>0,05$).

Tablo 26: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	P
--	------	---	-----	----	----	---

Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	Kadın	146	2,532	0,983	15505,500	0,065
	Erkek	239	2,341	0,945		
Ekonomik maliyet	Kadın	146	3,310	0,866	17248,500	0,851
	Erkek	239	3,288	0,939		

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,198>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanı ortalamalarının meslek değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,357>0,05$)

Tablo 27: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Meslek Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	Ev hanımı	18	2,481	0,756	11,065	0,198
	Akademisyen	19	2,184	0,967		
	Emekli	18	1,991	0,757		
	Öğrenci	84	2,581	0,906		
	Kobi	35	2,286	0,821		
	İşsiz	12	2,889	1,467		
	Kamu sektörü çalışanı	110	2,398	1,036		
	Özel sektör çalışanı	81	2,360	0,923		
	Serbest meslek	8	2,583	1,144		
Ekonomik maliyet	Ev hanımı	18	3,356	0,711	8,828	0,357
	Akademisyen	19	3,147	0,906		
	Emekli	18	2,844	1,109		
	Öğrenci	84	3,464	0,911		
	Kobi	35	3,109	0,738		
	İşsiz	12	3,483	0,993		
	Kamu sektörü çalışanı	110	3,253	0,948		
	Özel sektör çalışanı	81	3,365	0,870		

	Serbest meslek	8	3,200	1,121		
--	----------------	---	-------	-------	--	--

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanları ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,096>0,05$).

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanları ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,675>0,05$).

Tablo 28: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Üniversite Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurumlu Olup Olmama Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	MW	P
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	Evet	292	2,376	0,969	12032,500	0,096
	Hayır	93	2,530	0,937		
Ekonomik maliyet	Evet	292	3,279	0,906	13186,500	0,675
	Hayır	93	3,348	0,931		

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanı ortalamalarının Erzurumlu olup olmama durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($p=0,044<0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre; Erzurum'da 2-4 yıl arası süredir yaşamakta olan katılımcıların algıladığı kültürel ve çevresel olumsuzluklar puanı, diğer katılımcı gruplarının algıladığı kültürel ve çevresel olumsuzluklar puanından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanı ortalamalarının Erzurum'da yaşamakta olduğu süre değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,260>0,05$).

Tablo 29: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Erzurum'da Yaşamakta olduğu Süre Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	1 yıl veya daha az	25	2,647	1,115	9,812	0,044
	2-4 yıl	52	2,769	0,958		
	5-7 yıl	17	2,284	0,966		
	8-10 yıl	15	2,322	0,931		
	10 yıldan fazla	276	2,338	0,938		
Ekonomik maliyet	1 yıl veya daha az	25	3,424	0,801	5,278	0,260
	2-4 yıl	52	3,485	0,964		
	5-7 yıl	17	3,424	1,177		
	8-10 yıl	15	3,453	0,754		
	10 yıldan fazla	276	3,233	0,898		

Araştırmaya katılanların algıladığı *kültürel ve çevresel* olumsuzluklar puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($p=0,002<0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre; geliri 2.251-3000 TL olan katılımcıların algıladığı kültürel ve çevresel olumsuzluklar puanı diğer katılımcı gruplarının algıladığı kültürel ve çevresel olumsuzluklar puanından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların algıladığı *ekonomik maliyet* puanı ortalamalarının gelir miktarı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,733>0,05$).

Tablo 30: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumsuz Etkileri ile İlgili Algı Düzeylerinin Gelir Miktarı Değişkenine Göre Farklılaşması

	Grup	N	Ort	Ss	KW	P
Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	0-750 TL	86	2,537	0,929	17,194	0,002
	751-1.500 TL	93	2,373	0,835		
	1.501-2.250 TL	96	2,252	0,916		
	2.251-3000 TL	72	2,748	1,186		
	3001 TL üzeri	38	2,009	0,741		
Ekonomik maliyet	0-750 TL	86	3,442	0,847	2,016	0,733
	751-1.500 TL	93	3,196	0,951		
	1.501-2.250 TL	96	3,240	0,971		
	2.251-3000 TL	72	3,356	0,905		
	3001 TL üzeri	38	3,242	0,795		

3.3.5.5. Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu ve Olumsuz Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Aralarındaki İlişkinin Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

Kültürel ve çevresel olumsuzluklar ile imaj geliştirme ve sağlamlaştırma arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %13,2 negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=-0,132$; $p=0,010<0,05$). Buna göre kültürel ve çevresel olumsuzluklar puanı arttıkça imaj geliştirme ve sağlamlaştırma puanı azalmaktadır.

Ekonomik maliyet ile imaj geliştirme ve sağlamlaştırma arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %30,9 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=0,309$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ekonomik maliyet puanı arttıkça imaj geliştirme ve sağlamlaştırma puanı da artmaktadır.

Kültürel ve çevresel olumsuzluklar ile turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda,

puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır ($r=0,003$; $p=0,959>0,05$).

Ekonomik maliyet ile turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %40,3 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,403$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ekonomik maliyet puanı arttıkça turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma puanı da artmaktadır.

Kültürel ve çevresel olumsuzluklar ile ekonomik faydalar arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır ($r=0,008$; $p=0,872>0,05$).

Ekonomik maliyet ile ekonomik faydalar arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %28,2 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,282$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ekonomik maliyet puanı arttıkça ekonomik faydalar puanı da artmaktadır.

Kültürel ve çevresel olumsuzluklar ile kültürel etkiler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır ($r=0,018$; $p=0,721>0,05$).

Ekonomik maliyet ile kültürel etkiler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %31,8 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,318$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ekonomik maliyet puanı arttıkça kültürel etkiler puanı da artmaktadır.

Kültürel ve çevresel olumsuzluklar ile turistik alt yapı gelişimi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %14,9 negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=-0,149$; $p=0,003<0,05$). Buna göre kültürel ve çevresel olumsuzluklar puanı arttıkça turistik alt yapı gelişimi puanı azalmaktadır.

Ekonomik maliyet ile turistik alt yapı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %35,6 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,356$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ekonomik maliyet puanı arttıkça turistik alt yapı gelişimi puanı da artmaktadır.

Tablo 31: Araştırmaya Katılanların Erzurum İlinde Düzenlenen Universiade Kış Oyunları'nın Olumlu ve Olumsuz Etki Değişkenleri İle İlgili Algı Düzeylerinin Aralarındaki İlişkinin Korelasyon Analizi

		Kültürel ve çevresel olumsuzluklar	Ekonomik maliyet
İmaj geliştirme ve sağlamlaştırma	r	-0,132	0,309
	p	0,010	0,000
	N	385	385
Turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma	r	0,003	0,403
	p	0,959	0,000
	N	385	385
Ekonomik faydalar	r	0,008	0,282
	p	0,872	0,000
	N	385	385
Kültürel etkiler	r	0,018	0,318
	p	0,721	0,000
	N	385	385
Turistik alt yapı gelişimi	r	-0,149	0,356
	p	0,003	0,000
	N	385	385

SONUÇ

Günümüzde turizm talebi yaratan her etkinlik çeşidi, destinasyon için bir çekim unsuru olarak kabul edilmektedir. Etkinlikler boyutları ve amaçları itibariyle çok çeşitli olmaları ile birlikte özellikle festivaller, karnavallar, fuarlar, kongreler ve şenliklerin yanında spor etkinlikleri destinasyonlar için önemli turizm talebi yaratan etkinlikler arasında yer almaktadır. Etkinlikler, destinasyonu ziyaret niyetinin birincil nedeni olmakla birlikte, destinasyonu ziyaret etmede ilave çekici unsur da olabilmektedir. Önemli turistik talep yaratan etkinliklerle artık destinasyonlar ölü sezonu canlandırarak turizm talebini, düşük sezonda da canlı tutabilmektedir. Turistik çekiciliği az olan bölgeler sürekli düzenledikleri etkinliklerle kendileri için önemli turistik çekicilikler yaratabilmektedir. Etkinlikler, ayrıca turistik talebin az olduğu bölgelere turistik talebin yönlendirilmesinde de oldukça etkilidir.

Etkinliklerle gelişmemiş destinasyonlar için gerekli olan alt yapı tesisleri ve faaliyetleri gerçekleştirilebilmekte, bölgede turizmin gelişimi sağlanırken, bölge insanının bu gelişimden ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel alanda birçok şekilde faydalanması da sağlanabilmektedir. Özellikle Olimpiyat Oyunları, Dünya Futbol Şampiyonası, Universiade Oyunları gibi büyük çaplı spor etkinlikleri için gerçekleştirilen yatırımlarla destinasyonlar, gelişimlerine ivme kazandırabilmektedir. Böylece gelişmiş şehir izlenimi yaratan destinasyon kendisi adına imaj geliştirebilmekte ve var olan imajını sağlamlaştırabilmektedir.

Etkinlikler, turizm ürünleri arasında önemli unsurlar olarak sayılmaktadır. Turizmin destinasyonlarda sağladığı olumlu etkilerle birlikte yol açtığı olumsuz durumlar da etkinliklerle birlikte görülebilmektedir. Büyük spor organizasyonları için inşa edilen tesisler, doğal ve tarihi dokuya zarar verilebilmekte, enerji ve kaynak israfına sebep olabilmektedir.. Etkinliklerle destinasyonda gayrimenkul, mal ve hizmet fiyatları artış gösterebilmekte, bu durum yerel hakkın yaşam şartlarını zorlayabilmektedir. Ev sahibi toplumun sosyal hayatı etkinlikler esnasında kesintiye uğradığı gibi, bölgede turistik hacmin büyümesiyle etkinliklerin bıraktığı olumsuz kültürel durumlarda ortaya çıkabilmektedir. Kültürel ve doğal değerlere zarar verildiğini, etkinlikten beklenen ekonomik faydanın da sağlanamadığını düşünen yerel halk, etkinliklerin etkileri konusunda olumsuz algıya sahip olabilmekte ve

bölgede etkinliklerin düzenlenmesine ve böylece turizmin gelişimine destek vermemektedir. İşte bu aşamada, etkinliklerden beklenen fayadaların elde edilebilmesi için etkinliğin etkili bir şekilde planlanması ve yönetilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Etkili bir şekilde planlanan ve yönetilen etkinlikle, hem kısa dönemde hem de uzun dönemde etkinliğin bırakacağı olumlu etkiler destinasyonlar için sürdürülebilir hale getirilirken, olumsuz etkilerde kontrol altına alınabilmektedir.

Bu çalışmada etkinlikler sonrasında ev sahibi bölgede ekonomik, sosyo-kültürel, politik ve çevresel alanlarda ve turizm sektörü alanında ortaya çıkabilecek olumlu ve olumsuz etkiler belirlenmeye çalışılmıştır. Etkinliklerin etkilerini belirlemeye yönelik olan bu araştırma, uluslararası ölçekli bir spor etkinliği çeşidi olan, 25.'sinin 2011'de Erzurum'da gerçekleştiği, Universiade Kış Oyunları'nı konu edinmiştir. Çalışmada etkinlikler sonrasında ortaya çıkabilecek etkiler, literatürde önemli bir çalışma alanını oluşturan yalnız Türkiye'de yok denecek kadar az çalışılmış, etkinliğe ev sahipliği yapmış yerel halkı örneklem grubu olarak alan bir çalışma ile ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, etkinliklerin destinasyona bıraktığı olumlu etkiler içinde en yüksek algı değerine sahip olan faktör *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma*'dır. Bu sonuç anket ölçeğine kaynak teşkil eden Kim ve Petrick (2003)'in çalışmalarıyla da benzerlik göstermektedir³¹³. Destinasyonlar etkinliklerle birlikte önemli düzeyde bir tanıtım imkanı sağlamakta, uluslararası alanda tanılabilirliklerini artırmakta ve böylece imajlarını geliştirebilmektedir. Etkinliklerle birlikte sahip olduğu turistik kaynakları tanıtma imkanı bulan destinasyon, bu eşsiz fırsatla dünyanın kendisi hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayabilmektedir. Çalışmada Erzurum halkı da Kış Oyunları ile birlikte Erzurum'un imajında, tanıtımında ve tanılabilirliğindeki gelişmeleri yüksek değerle olumlu algıladıklarını göstermişlerdir. Buna göre Erzurum, Kış Oyunları ile birlikte olumlu yönde imaj geliştirme imkanı bulmuş, tanılabilirliğini artırmış, tanıtım olanağı sağlamış ve dünyanın kendisi hakkında bilgi sahibi olması olanağını elde etmiştir. Ayrıca yerel halkın, etkinliğin bu olumlu etkileriyle birlikte Erzurum'la duyduğu gurur da artmıştır.

Olumlu etki ölçeği içindeki *turistik altyapı gelişimi* faktörü de yüksek oranda algılanma değerine sahiptir. Etkinliklerle birlikte turistik alt yapısını geliştirme

³¹³Kim ve Petrick, s.36

imkanı bulan destinasyonlar, etkinliklere katılıma bu sebeple de destek vermektedir. Çalışmada yerel halk, Kış Oyunları'nın Erzurum'un turistik altyapısını geliştirdiğini algıladıklarını göstermektedir. Kış Oyunları için inşa edilen veya geliştirilen birçok tesis de Erzurum'un turistik alt yapısı için oldukça önemlidir. Kış Oyunları ile birlikte Erzurum, daha önce belirtildiği üzere, yeni kış spor faaliyet ve imkanları bakımından, şehir içi yol durumu bakımından hem devlet hem de özel sektör kaynaklı yatırımlar elde etmiştir.

Birçok destinasyon, etkinlikleri kentsel gelişim için katalizör olarak gördüklerinden dolayı etkinliğe ev sahibi olma konusunda oldukça isteklidir. Etkinliklerle alt yapısını yenileyen ve geliştiren destinasyonlar, bununla birlikte hem turistik kaynakların gelişimini hem de kentin canlılığını sağlayan birçok olumlu etkiye birlikte sahip olurlar. Bu olumlu etkilerin Kış Oyunları ile Erzurum'da da söz konusu olup olmadığının ölçülmek istendiği *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma* faktörüne yerel halkın algısı yüksek denilebilecek bir orana sahiptir. Yerel halk Kış Oyunları sayesinde, şehrin görünümünün güzelleştiği, tarihi ve doğal kaynakların korunmasının önem kazanmaya başladığı, şehirdeki alışveriş imkanlarının arttığı ifadelerine oldukça yüksek oranda katılım gösterirken, turist danışma bürolarının arttığı, şehirde sağlık hizmetlerinin etkinliğe bağlı olarak geliştiği gibi ifadelere daha düşük oranda katılım göstermiştir. Bir önceki paragrafta belirtildiği gibi Kış Oyunları sebebiyle inşa edilen ya da geliştirilen birçok tesisle birlikte, korunması için daha fazla caba harcanan tarihi ve doğal kaynakların yanında, alışveriş ve sağlık hizmetleri için yaratılan daha fazla imkan ve şehrin görünümünün güzelleşmesi adına atılan her türlü adım Kış Oyunları ile birlikte Erzurum'da olumlu etki yaratmıştır.

Etkinliklerle, destinasyon adına sağlanan birçok faktörün yanında, o bölge insanının kültürel durumuna katkı sağlayacak birçok fayda da elde edilebilmektedir. Bu etkilerle birlikte yerel halkın yaşam standardında ve bakış açısında olumlu yönde değişiklikler meydana gelmektedir. Çalışmada Kış Oyunları ile birlikte olumlu kültürel etkilerin söz konusu olup olmadığının ölçülmek istendiği *kültürel etkiler* faktörü orta derece bir algı değerine sahiptir. Kış Oyunları ile Erzurum halkının yabancı kültürlerle, yabancı dil öğrenmeye, uluslararası organizasyonların düzenlenmesine ve spora olan ilgisinin artıp artmadığını ölçmek istediğimiz bu

faktörle kültürel etkilerin yerel halk üzerinde, yüksek değerde olmasa bile orta derecede olumlu yönde etki yarattığı görülmektedir. Özellikle Kış Oyunları'yla birlikte yerel halkta uluslararası organizasyonların düzenlenmesine ve spora olan ilginin artış göstermesi diğer kültürel etkilere göre daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bu nokta da bölgede düzenlenen etkinliğin o bölge insanının kültürel gelişimi üzerinde etkisinin daha etkin olması için planlama aşamasında yerel halkın kültürel özellikleri göz önüne alınarak sürdürülebilir gelişim planları üzerinde daha fazla durulmalıdır.

Etkinliklerin etkileri konusunda en fazla çalışılmış alan olan ve destinasyonların da etkinliğe ev sahipliği yapmak istemelerinde öncelikli neden olan kısım etkinliklerin ekonomik etkileridir. Etkinliklerle birlikte daha fazla yatırım ve böylece iş imkanı bulan destinasyonlar etkinlikleri ekonomik gelişim için önemli bir araç olarak görmektedir. Ticari imkanların artması ile ekonomik canlılık imkanı bulan destinasyonlar etkinliklerle kalkınmalarını hızlandırmaktadır. Yatırımlarla ve ticari imkanla önemli miktarda sıcak paranın destinasyona akmasıyla ev sahibi bölgenin ekonomik kaynakları da artış göstermek de bu durum ekonomideki dönüşümüyle hane halkında yararına bir etkiyi de beraberinde getirmektedir. Ne var ki etkinlik öncesi ve sonrası yapılan ekonomik analiz çalışmaları arasındaki büyük farklar olabilmesi ve genellikle etkinlik sonrası yapılan çalışmalar sonucunda etkinlikten uzun dönemde beklenen ekonomik faydanın gerçekleşmemiş olduğunun belirlenmesi ev sahibi bölge için hayal kırıklığı yaratmaktadır. Kış Oyunları için Erzurum'a, yeni bir alt yapı ve spor tesislerinin yapımı ve gelişimi için, yaklaşık 600 milyar TL'lik bir yatırım yapılmıştır. Bu yatırımın yarattığı ekonomik faydayla ilgili algı puanının etkinliklerin olumlu etkileri içinde en düşük algı derecesine sahip olması Kış Oyunları'nın Erzurum'un ekonomisine olan etkileri bakımından oldukça düşündürücüdür. Bu faktör içinde en yüksek algı derecesine sahip olan ifade Kış Oyunları'yla Erzurum'a olan yatırımın arttığıdır. Belirtilen rakamsal ifadeye ve yapılan tesislere ve imkanlara bakılınca Kış Oyunları'yla spor tesisleri ve altyapısal alanda Erzurum'a olan yatırımın arttığı bir gerçektir. Ancak Erzurum gibi gelişmekte olan destinasyonların bu etkinlikler için ihtiyaçların karşılanması açısından daha fazla harcama yapmaları gerekliliği ortaya çıkmaktadır, bu harcamaların çok fazla olması ekonomik maliyetin artması ve ekonomik faydanın azalmasına yol

açabilmektedir³¹⁴. Bu yargı analiz sonucumuzu da destekler niteliktedir. Analiz sonuçlarına göre yerel halk Kış Oyunları'nın uzun vadede, beklenen oranda ticari imkan ve istihdam imkanı sağlamadığını düşündüğünü ortaya koymaktadır. Aslında bu sonuç etkinlikle birlikte beklenen oranda sürekli istihdam sağlamadığını da meydana çıkarmaktadır. 2005 Innsbruck Universiade Kış Oyunları'nın değerlendirilmesinde de hemen hemen aynı sonuca ulaşılmış, etkinlik uzun vadede istihdam yaratmada sınırlı kalmıştır³¹⁵.

Etkinliklerin ekonomik faydalarının yanında yol açtığı ekonomik maliyet kısmı da etkinliğin ekonomik etkileri alanında iyi planlanması ve yönetilmesi gereken bir alandır. Eğer ev sahibi bölge etkinliklerden ekonomik anlamda zararla ayrılırsa bu borç bu bölge için yıllar boyu sürecektir sıkıntıya da beraberinde getirebilir. Ekonomik maliyetin dışında mal ve hizmet fiyatlarında yaşanan artış da o bölge insanı için yaşamsal sıkıntılara yol açabilir. Bu durumu hisseden yerel halkta etkinliklere ve turizme karşı olumsuz bakış açısı oluşmaktadır. Kış Oyunları'nın yol açabileceği ekonomik olumsuzlukların yerel halkın algısında ölçülmek istendiği *ekonomik maliyet* faktörü etkinliklerin olumsuz etkileri ölçeğindeki en yüksek algı puanına sahip faktördür. Bu sonuç ölçeğini kaynak olarak kullandığımız Kim ve Petrick'in sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir³¹⁶. Bu faktördeki Kış Oyunları'nın gayrimenkul fiyatlarını yükselttiği ifadesi başta olmak üzere, mal ve hizmet fiyatlarında artışa sebep olduğuna ve etkinlikler için yapılan harcamaların fazla olduğuna, orta değerde katılım gösteren yerel halkın bu faktörü algı derecesi etkinliklerin ekonomik etkileri açısından oldukça önemlidir. Orta değerde bir puana sahip olan ekonomik maliyet faktörünün çok fazla olmasa da ekonomik fayda faktörünün biraz üstünde bir puana sahip olması da Kış Oyunları'nın Erzurum'a olan ekonomik etkileri bakımından oldukça dikkat çekicidir. Bu olumsuz faktörün düşük bir algı değerine sahip olmaması hatta ekonomik fayda faktörünün biraz üzerinde seyir etmesi destinasyonlar için ekonomi kaldırıcı olarak görülen etkinliklerin ekonomik faydası ve maliyeti arasındaki ilişkinin iyi planlanmış olması gerektiğini bir kez daha gözler önüne sermektedir. Bu durumda etkinlikler sonrasında da ekonomik anlamda sürdürülebilirliği sağlamak isteyen aday ev sahibi bölgeler etkinliğin ihale

³¹⁴Ozsoy, s.27

³¹⁵Koşan, Sosyo-Ekonomik, s.116

³¹⁶Kim ve Petrick, s.36

kısımında sürüdürülebilir gelişim planının üzerinde çok daha önemle durmalıdır fikri bir kez daha burada yerini bulmaktadır.

Etkinliklerin olumsuz etkileri içinde bulunan çevresel ve kültürel olumsuzluklar ev sahibi bölgenin yerel halkını etkinliklerden hatta yoğun turistik hareketlerden soğutacak kadar etki sahibi olabilmektedir. Etkinlikler esnasında trafik tıkanıklığı, gürültü, çevre kirliliği yaratan, doğal ve tarihi kaynaklara zarar verilmesine sebep olan durumlar meydana çıkmakta, yerel halkta yabancı turistlerden kaynaklanan kültürel bozulma veya yabancı tursitle yerel halk arasında çatışma yaşanabilmektedir. Bu gibi olumsuz kültürel ve çevresel etkilerin Kış Oyunları'yla Erzurum'a ne derece etki ettiğinin belirlenmek istendiği *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* faktörü olumlu değerlendirilebilecek bir sonuçla yerel halk tarafından düşük bir puan değeriyle algılanmıştır. Bu durum etkinliklerin destinasyonlarda yarattığı kültürel ve çevresel olumsuzlukların Kış Oyunları'yla Erzurum'da düşük bir oranda gerçekleştiğini göstermektedir. Bu sonuç, etkinliklerle yaşanan trafik problemlerinin, tarihi ve doğal alanlara zarar verilmesinin ve yerel halkta yaşanabilecek kültürel bozulmaların ve yabancı turistlerle yerel halk arasında yaşanabilecek çatışmaların Kış Oyunları'yla Erzurum'da yerel halkın algısında düşük bir puana sahip olacak kadar az gerçekleşmiş olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda bu sonuç, Kış Oyunları'nın kültürel ve çevresel anlamda büyük bir problem olarak algılanmadığı anlamına da gelmektedir. Yerel halkın algısında etkinliklerin fazla olumsuz değerler içermemesi yerel halkın yabancı kültürlerle bakış açısı, etkinliklere ve yoğun turist hareketi yaratan olaylara desteği açısından oldukça önemlidir.

Etkinliklerin etkilerinin yerel halkın algısında ölçülmeye çalışıldığı çalışmada, yerel halkın etkinlikle ilgili değerlendirmelerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermeyeceğinin ölçüldüğü analiz sonuçları da Kış Oyunları'nın etkileri açısından oldukça önemli sonuçlar içermektedir. Katılımcıların yaş gruplarına göre en genç yaş grubunu oluşturan 18-29 arası katılımcıların algıladığı olumlu ve olumsuz etkiler puanları diğer yaş gruplarınınkinden yüksek bulunmuştur. Analiz sonucuna göre bu yaş grubu Kış Oyunları'nın sebep olduğu *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma ve ekonomik maliyet* faktörlerini en yüksek derecede algılayan yaş grubudur. En genç yaş grubunu oluşturan bu katılımcıların olumlu etkilerin yanında

gerçekçi bir bakış açısıyla olumsuz etkileri de algılamaları etkinliklerin etkilerinin realist sonuçlar içermesi açısından oldukça önemlidir. Bu sonuç, gelişimin sağlanmasının maliyeti artırdığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Kadın katılımcıların algıladığı olumlu etkiler puanları erkek katılımcıların algıladığı olumlu etkiler puanlarından yüksek bulunmuştur. Kadın katılımcılar, Kış Oyunları'nın sebep olduğu *turistik kaynakların gelişimi ve kensel canlanma, ekonomik faydalar ve kültürel etkiler* faktörlerine erkeklerden daha fazla puan vermişlerdir. Bu durum, kadın katılımcıların etkinlik etkilerine, erkek katılımcılara göre daha pozitif bir bakış açısıyla yaklaştıklarını göstermektedir. Erzurumlu olanların algıladığı olumlu etkiler puanları da Erzurumlu olmayanların algıladığı olumlu etkiler puanlarından yüksek çıkmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Erzurumlu olanların Kış Oyunları'yla birlikte Erzurum'un sağladığı *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* faktörüne puanı Erzurumlu olmayanlara oranla daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç da bize Erzurumlu olanlarında Erzurumlu olmayanlara göre etkinliğin bölgelerine etkileri konusunda daha fanatik bakış açısına sahip olduklarını göstermektedir. Erzurum'da 2-4 yıl arası yaşayanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* faktörü puanı Erzurum'da daha uzun zamandır yaşayanlara göre daha yüksektir. Analiz sonucuna göre Erzurum'da yaşam süresi az olan grup, daha fazla olan gruplara göre Kış Oyunları'nın olumsuz etkilerini daha anti fanatik bir bakış açısıyla algılayabilmektedir*. Bu da bölgede yaşam süresi kısa oldukça o bölgedeki olumsuz değişikliklerin daha kolay sezildiğini, yaşam süresi uzadıkça alışkanlıklara bağlı olarak bölgedeki olumsuz değişikliklere fazla dikkat edilmediğini göstermektedir. Yine analiz sonuçlarına göre genellikle maaş miktarı diğerlerine göre düşük olanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* faktörü puanı da yüksek olanlarınkine oranla fazla bulunmuştur**. Bu durum olumsuzlukların daha düşük gelir grubuna dahil olan insanlar tarafından daha fazla hissedilir olması ve sosyo-ekonomik gelir seviyesine göre olumsuzluklardan etkilenme derecesinin farklılaşması sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

*Erzurum'da 1 yıl veya daha az süredir yaşayan grubun 2-4 yıl süredir yaşayan gruptan daha az süredir Erzurum'da bulunmasına rağmen bu analizde farklılık arz etmemesi bu grubun etkinliklerin öncesini çok fazla bilmiyor oldukları, dolayısıyla sağlıklı karşılaştırma yapamadıkları düşüncesini meydana çıkarmış ve bu grup yorumlamanın dışında bırakılmıştır.

**Yalnız gelir miktarı 2.251-3000 TL olanların algıladığı *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* puanı kendisinden düşük olan 1501-2250 gelir miktarına sahip olanların bu faktörü algısı puanından yüksek çıkmıştır. Bu sonucun eğitim ve diğer etken demografik özelliklerin etkisine bağlı olabileceği düşünülerek bu veri yorumlama dışı bırakılmıştır.

Bu veriler doğrultusunda etkinliklerin olumlu ve olumsuz etkilerinin farklı sosyo-demografik gruplar arasında farklı algı değerlerine sahip olabildiğini görülmektedir. Bu değerlerin hangi gruplara göre farklılaştığını çalışmada ortaya çıkarılmaya çalışıldı. Etkinlikler sonucunda yerel halktan bazı grupların kazanan bazı grupların kaybeden olması bazı grupların ise etkinliklerden hiçbir şekilde etkilenmeyen taraf olması, etkinliklerle elde edilen faydanın adil dağıtımını, meydana çıkan zararın ise ortak paylaşımını ortadan kaldırmaktadır. Böylece etkinliklerin olumsuz etkileri artmakta ve yerel halkın etkinliklere olan desteği de azalmaktadır. Yerel halktan hangi sosyo-ekonomik grupların etkinliklerin etkilerini nasıl algıladığını bilmek hem o bölge de tekrar gerçekleşecek hem de başka bölgelerde düzenlenecek olan etkinliklerin yerel halk üzerindeki etkilerinin sürdürülebilir gelişim için doğru yönetilmesi açısından oldukça önemlidir.

Kış Oyunları'nın yerel halkın algısındaki hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin birbirleri ile ilişkilerinin yönünün ölçüldüğü korelasyon analizi sonuçları da etkinliklerin etkileri bakımından oldukça dikkat çekicidir. Analiz sonuçlarına göre Kış Oyunları'nın *ekonomik maliyeti* attıkça bu durum Kış Oyunları'nın tüm olumlu etki faktörlerini de artıracaktır. *Ekonomik maliyet* arttıkça Erzurum için *imaj geliştirme sağlamlaştırma, turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanma, turistik alt yapı gelişimi, ekonomik faydalar ve kültürel etkiler* de artış gösterecektir. Daha önceki değerlendirmelerden birinde Kış Oyunları'nın ekonomik maliyetinin ekonomik faydasından daha fazla algı değerine sahip olduğu bunun Erzurum'da beklenen ekonomik faydanın gerçekleşmemiş olduğu anlamına gelebileceği belirtilmişti. Burada ise yerel halkın, ekonomik maliyetin artışıyla Erzurum için olumlu gelişimlerin sağlanacağını algılaması etkinliğin ekonomik maliyetini tamamen olumsuz bakış açısıyla değerlendirmediklerini göstermektedir. Özellikle bu analizde yerel halkın, *ekonomik maliyetin* en çok *turistik kaynakların gelişimi ve kentsel canlanmayı* artıracığını algıladığını göstermesi etkinliklerin turizmi ve bölgesel gelişimi artırdığı ifadelerini desteklemektedir. Burada maliyetin faydayı artıracığı algılandığına göre etkinliğe ev sahipliği yapan bölge adına sürdürülebilir gelişim için etkinliğin ekonomik maliyetinin ve bu maliyetin geliştireceği faydaların iyi planlanmış olması burada bir kez daha belirtilmelidir. Olumsuz etki ölçeğindeki bir diğer faktör olan *kültürel ve çevresel olumsuzluklar* ile olumlu etki ölçeğindeki

faktörler arasındaki korelasyon ilişkisi de etkinliklerin etkileri açısından önemli sonuçlar içermektedir. Analiz sonuçlarına göre Kış oyunları ile birlikte artış gösterecek *kültürel ve çevresel olumsuzluklar*, Erzurum için *imaj geliştirme ve sağlamlaştırma* ve *turistik alt yapının gelişimi* gibi olumlu faktörleri azaltacaktır. Bu sonuç etkinlikleri çekim unsuru olarak kullanmak isteyen destinasyonlar için oldukça dikkat çekicidir. Destinasyonlar, turistik alt yapısını geliştirmek ve tanınırlılığını artırarak imajını geliştirmek ve sağlamlaştırmak, böylece turistik taleplerini artırmak için etkinliklere ev sahipliği yapmak için adeta yarışırlar. Fakat özellikle mega etkinliklerle birlikte doğal ve tarihi kaynakların kullanımının artması, atıklar, trafik tıkanıklığı ve gürültü sebepleriyle çevresel sorunların yaşanması oldukça kuvvetli ihtimaller olarak karşımıza çıkmaktadır. Analiz sonucuna göre, etkinliklerle turistik talebini artırmak isteyen destinasyonun yaşanacak kültürel ve çevresel olumsuzluklar sebebiyle, imajını ve turistik alt yapısını beklediği şekilde geliştirememesi muhtemeldir. Bu noktada bu sonuç, etkinliğin sonrasında fayda yerine zarar bırakmaması adına doğru sürdürülebilir gelişim planının önemini işaret etmektedir. Etkinlikler esnasında yaşanacak çevresel ve kültürel olumsuzluklarla etkinlikler sonrasında beklenen faydaların sağlanamadığı hatta zarara yol açılan olumsuz bir mirasın elde edildiği gibi durumların önüne geçilmesi için, etkinliklerin planlama aşamasında yeteri kadar üzerinde durulmayan, sürdürülebilir gelişim planları burada yine gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Uluslararası bir spor etkinliğinin ev sahipliğini yapan destinasyonda olumlu ve olumsuz anlamda ne türde etkilerinin olduğu, araştırma verilerine dayanılarak, yukarıda belirtilmiştir. Bu değerlendirmeler ışığında, uluslararası ölçekli bir etkinliğin ev sahibi destinasyonda ortaya çıkardığı bu etkiler, destinasyonların etkinliklerden beklentileri ve araştırma konusu olan etkinliğin getirdikleri açısından oldukça önemlidir. Literatüre dayanılarak ölçülmek istenen bu etkilerden hangisinin ne oranda gerçekleştiği özellikle bu türde büyük ölçekli spor etkinliklerini cazibe unsuru olarak kullanmak isteyen destinasyonlara yol gösterici olmalıdır. Araştırmanın verileri doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlarda, konu olan etkinliğin bıraktığı olumlu etkilerin bazıları, bu tür etkinliklere ev sahipliği yapmak isteyen destinasyonlara ümit verici nitelikte gerçekleşmiştir. Bu etkinlikle ev sahibi destinasyonun imajını geliştirmiş olması, kentsel gelişim sağlaması, turistik kaynaklarını ve altyapısını geliştirmiş

olması ve bazı kültürel faydalar sağlaması etkinliklerden beklenen önemli olumlu etkilerdir. Bu etkilerin sürdürülebilir planlarla desteklenerek çok uzun dönemlere yayılması destinasyonun gelişimi adına atılacak en önemli adımlardan birisi olacaktır. Bu olumlu durumların yanında bu etkinlikten beklenen düzeyde ekonomik faydanın sağlanamamış olması etkinlikleri ekonomik kalkınma için bir katalizör olarak gören destinasyonlar açısından dikkat edilmesi gereken oldukça önemli bir sonuçtur. Çünkü daha öncede belirtildiği gibi birçok destinasyon özellikle ekonomik faydalarından dolayı etkinliğe ev sahipliği yapmaya oldukça isteklidir. Ancak etkinlik için yeterli alt yapıya sahip olmamak Erzurum'da olduğu gibi aşırı bir maliyeti de beraberinde getirebilir. Bu maliyetler doğrultusunda destinasyonun birçok yatırıma kavuştuğu gerçeğinin yanında, bu yatırımların sürdürülebilir ekonomik gelişim ve istihdam sağlamada ne derece etkili olduğu destinasyonların öncelikli olarak çok dikkat etmeleri gereken bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü uzun dönem için iyi planlanmamış yatırımlarla destinasyon sadece etkinlik organizasyonuna odaklı yatırımlar yapmış olmakla kalır, bu durum kısa dönemli ekonomik fayda olmaktan öteye gidemez.

Araştırma verileri doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlarda farklı sosyo-demografik gruplara göre etkinliğin etkilerinin nasıl değerlendirildiği, etkinliklerin hangi sosyo-demografik grup üzerinde ne türde etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarma açısından önemlidir. Çünkü etkinlikten farklı sosyo-demografik grupların çok farklı şekillerde etkilenmeleri etkinlikle sağlanacak olan sürdürülebilir gelişim önünde büyük bir engel olabilmektedir. Bu durum gruplar arasında çatışmadan, etkinlik için yapılan yatırımlara ve bölgede yapılması planlanan diğer etkinliklere karşı antipatiye kadar çok önemli sonuçlar doğurabilir. Bunların neticesinde, bu veriler etkinliklere ev sahipliği yapmak isteyen destinasyonlara, etkinliğin olumlu etkilerinin tüm sosyo-demografik gruplar arasında adil dağıtımının ve olumsuz etkilerinin de azaltımının iyi planlanmış olmasının öneminin vurgulanması açısından yol gösterici nitelikte olmalıdır. Ayrıca bu sonuçlar yerel halkın sosyo-ekonomik yapısıyla etkinliğin yapısı arasında ortak bir paylaşım olup olmadığının ortaya çıkarılması içinde önemli bir araç olabilir.

Araştırma verilerinde öne çıkan bir diğer değerlendirme de etkinliğin etkileri arasındaki korelasyonel ilişkidir. Analiz sonuçlarına göre ekonomik maliyet arttıkça

etkinliğin tüm olumlu etkilerinin artacak olması maliyetin fazla olmasının aslında tamamen olumsuz algılanmadığını göstermektedir. Bu duruma göre maliyetin doğru planlanmış ve yönetilmiş olması etkinliğin tüm olumlu faktörlerinin faydasını artıracaktır. Böylece etkinlik maliyetini doğru planlayan destinasyon maliyetle etkinlikten beklenen etkileri yaratırken, sürdürülebilir gelişimde de önemli adımlar atabilecektir. Etkinlik etkileri arasındaki korelasyonel ilişkide öne çıkan önemli sonuçlardan birisi de etkinlikle ortaya çıkabilecek olan kültürel ve çevresel olumsuzlukların destinasyonun imajına ve turistik alt yapı gelişimine zarar verecek olmasıdır. Son dönemlerde özellikle büyük spor organizasyonlarının çevreye zararının azaltımı için önemli çalışmalar yapılmakta ve ev sahibi ülkelerin de bu konuyu hassasiyetle planlamaları gerekliliği önemle vurgulanmaktadır. Çünkü özellikle büyük organizasyonlarda kaynak ihtiyacı artacağından doğal ve kültürel kaynakların daha fazla tahribi söz konusu olabilmektedir. Bu sebeplerden dolayı destinasyonların etkinliklerden olumsuz etkilenmemeleri için atılan her türlü adımın çok iyi planlanmış olması gerektiği burada bir kez daha kendisini göstermektedir.

Araştırmanın analiz sonuçlarına dayanan değerlendirmelere ek olarak, Universiade Oyunları gibi büyük ölçekli etkinliklerin genel ekonomik etkilerini içeren sayısal çalışmaların olması bu çalışma sonucunda ulaşılan ekonomik fayda faktörünün değerlendirilmesinde daha gerçekçi sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Etkinlikten beklenen turistik talep artışının etkinliği takip eden uzun yıllar içinde incelenmesi de, etkinliklerin uzun dönemde turistik talebi artırdığı ifadesinin yine daha gerçekçi bir yaklaşımla değerlendirilmesine yol açacaktır. Ayrıca etkinliğin yerel halkın sosyo-kültürel yapısına uygunluğunun incelenmesi de, etkinliğin sosyo-kültürel etkilerinin incelenmek istendiği çalışmalar da, etkinliklerin bu tür etkileri için daha değişik yaklaşımları ortaya çıkaracaktır.

KAYNAKÇA

Agla, Nola, Fairley Sheranne and Gibson Heather, “Considering Legacy as a Multi-Dimensional Construct: The Legacy of the Olympic Games”, **Sport Management Review**, 30, 2011, pp.1-5

Airnewtimes, “THY’den Erzurum’a otel”, <http://www.airnewstimes.com/thy-den-erzurum-a-otel-9766-haberi.html> (15.08.2012)

Airola, Jim and Steven Craig, “The Projected Economic Impact on Houston of Hosting the 2012 Summer Olympic Games”, January, 2000
http://action.roadshowmedia.com/houston2012/Documents/eco_impact.pdf
(02.01.2012)

Akbulut, Gülpınar, “Türkiye’de Kaplıca Turizmi ve Sorunları”, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:9, Sayı:1, 2010, s.35-54

Aktaş, Gürhan, “Turistik Çekicilikler”, **Genel Turizm, Turizmde Genel Kavramlar ve İlkeler**, Ed. Orhan İçöz, Turhan Kıtabevi, Ankara, 2007, 99-115

Aktaş, Gürhan, “Turizmde Destinasyon Pazarlaması”, **Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, Ed. Orhan İçöz, Turhan Kıtabevi, Ankara, 2007, 117-139

Allen, Johnny, William O’Toole, Ian McDonnell and Robert Harris, **Festivals and Special Event Management**, Third Edition, Milton, Queensland, Australia; John Wiley&Sons, Inc, 1999

Allen, Johnny, William O’Toole, Ian McDonnell and Robert Harris, **Festival and Special Event Management**, Fourth Edition, Milton, Queensland, Australia; John Wiley&Sons, Inc, 2002

Allen, Lawrence R., Harry R. Hafer, Patrick T. Long and Richard R. Perdue, "Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development", **Journal of Travel Research**, Vol:31, No:4, April 1993, pp.27-33

Andereck, Kathleen L., Karin M. Valentine, Richard C. Knopf and Cristine A. Vogt, "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts", **Annals of Tourism Research**, Vol.32, No.4, October 2005, pp.1056-1076

Andriotis, Konstantinos and Roger D. Vaughan, "Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete", **Journal of Travel Research**, Vol.42, No.2, November 2003, pp.172-185

Anonim, "2008 Olimpiyatları İstiyoruz", **Türsab Dergisi**, Sayı:204, 2001

Ap, John, "Residents' Perceptions on Tourism Impact", **Annals of Tourism Research**, Vol.19, No.4, 1992, pp.665-690

Arcodia, Charles and Alastair Robb, "A Future for Event Management: A Taxonomy Event Management Terms", **Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Educational**, Ed. John Allen, Robert Harris, Leo K Jago and A J Veal, Sdney, 2000, pp.154-160

Arslan, Kahraman, "Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları", **İstanbul Ticaret Odası Yayınları**, Yayın No: 34, 2008

Atasoy, Berkant, ve Füsün Kuter Öztürk, "Küreselleşme ve Spor", **Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt:18, Sayı:1, 2005, ss.11-22

Aymankuy, Yusuf, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010

Baade, Robert A. and Victor Matheson, “Cost-Benefit Analysis and Sports”, **Transatlantic Sport: The Comparative Economics of North American and European Sports**, Ed. Carlos Pestane Barros, Muradali Ibrahimo, Stefan Szymanski, Edward Elgar Publishing, UK, 2002, pp.126-128

Babacan, Eylin, “Uluslararası Etkinliklerin Destinasyon Markalaşmasına Etkisi”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2010

Bagiran, Demet and Hulya Kurgun, “A Research on Social Impacts of Foça Rock Festival: Perceptins of Local Residents and Local Authorities”, **Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference**, 19-24 June, Istanbul, 2011, pp. 670-678

Bahçe, A. Sadık, ”Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli”, **Dumlu Pınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 25, Aralık 2009, ss.1-12

Baloğlu, Syhmus and Muzaffer Uysal, “Market Segments of Push and Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Vol:8, No:3, 1996, pp.32-38

Balta, Sabah ve Deniz Karagöz, “Etkinlik Turizmi ve 23. Universiade Yaz Oyunlarının Sosyal Yaşam ve Turizm Üzerine Etkileri”, **Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Proje Kesin Raporu**, Proje No: 2005-ÇMYO-002, İzmir, 2006

Berridge, Graham, **Events Design and Experience**, Butterworth-Heinemann Publisng, 2007

Bob, Urmilla and Kamilla Swart, “Resident Perceptions of the 2010 FIFA Soccer World Cup Stadia Development in Cape Town”, **Urban Forum**, Vol:20, 2009, pp.47-59

Botti, Laurent, Nicolas Peypoch and Bernardin Solonandrasana, "Time and Tourism Attraction: Research Note", **Tourism Management**, Vol:29, No:3, 2008, pp.594-596

Bowdin, Glenn A., Gayle J. McPherson and Jenny Flinn, "Undertaken on Behalf of the Association for Events Management Education: Identifying and analysing existing research undertaken in the events industry: a literature review for People 1st", **AEME (Association for Events Management Education)**, 2006
<http://caledonianblogs.net/ccpe/files/2009/09/Bowdin.pdf>, (20.01.2012)

Brunet, Ferran, "An Economic Analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: Resources, Financing and Impact", 1995
http://olympicstudies.uab.es/pdf/OD006_eng.pdf, (30.01.2012)

Buhalis, Dimitrios, "Marketing The Competitive Destination of The Future", **Tourism Management**, Vol:21, No:1, 2000, pp.97-116

Bull, Chris and Jane Lovell, "The Impact of Hosting Major Sporting Events on Local Residents: An Analysis of the Views and Perceptions of Canterbury Residents in Relation to the Tour de France 2007", **Journal of Sport & Tourism**, Vol:12, No:3-4, 2007, pp.229-248

Burgan Barry and Trevar Mules," Reconciling Cost-Benefit and Economic Impact Assessment for Event Tourism", **Tourism Economics**, Vol:7, No:4, 2001, pp.321-330

Butler, R. W., "The Concept of Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", **Canadian Geographer**, Vol.24, No:1, March 1980, pp.5-12

Chen, Sandy C., “Residents’ Perceptions of the Impact of Major Annual Tourism Events in Macao: Cluster Analysis”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:12, No:1, 2011, pp.106-128

Christensen, C. Smith, “Sustainability as a Concept within Events”, **Event Management and Sustainability**, Ed. Razaq Raj and James Musgrave, Spi, Pandicherry, India, 2006, pp.22-30

Cornelissen, Scarlett and Kamilla Swart, “The 2010 Football World Cup as a Political Construct: The Challenge of Making Good on an African Promise”, **The Sociological Review**, Vol:54, No:2, 2006, pp.108-123

Çakıcı A. Celil ve Murat Aksu, ”Gökçeada’ya Gelen Turistlerin Beklenti ve Tatmin Düzeylerinin Karşılaştırılması”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt:7, No:1, 2006, ss.1-17

Çeken, Hüseyin, Levent Karadağ ve Taner Dalgın, “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm, Türkiye’ye Yönelik Bir Çalışma”, **Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, Cilt:8, Sayı:1, 2007, ss.1-14

Çelik, Ayşe, **Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri-İstanbul Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2009

Deccio, Cary and Seyhmus Baloglu, “Nonhost Community Resident Reactions to the 2002 Olympics: The Spilliver Impacts”, **Journal of Travel Research**, Vol:41, No:1, 2002, pp.46-56

Derry, Margaret, Leo Jago and Liz Fredline, “Sport Tourism and Event Tourism: Are They One and the Same”, **Journal of Sport Tourism**, Vol:9, No:3, 2004, pp.235-245

Delamere, T., L. M. Wankel, T. D. Hinch, “Development of a Scale to Measure Resident Attitudes toward the Social Impacts of Community Festivals, Part 1: Item Generation and Purification of Measure”, **Event Management**, Vol:7, No:1, 2001, pp.11-24

Delpy, Lisa, Bosetti A. Heather and Kenneth C, Teed, “Motivation to Attend the 1996 Summer Olympic Games”, **Journal of Travel Research**, Vol.39, No:3, February 2001, pp.327-331

Demir, Şirvan Şen, “Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi, Dalyan Örneği”, **Ege Akademik Bakış**, Cilt:10, Sayı:3, 2010, ss.1041-1054

Derrett, Ros, “Festivals, Events and the Destination” **Festival and Event Management, An International Arts and Culture Perspective**, Ed. Ian Yeoman, Martin Robertson, Jane Ali-Knight, Siobhan Drummond and Una McMahon-Beatti, Butterworth-Heinemann, 2004, pp.32-49

Derrett, Ros, “How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities- International Perspective of Festivals and Events, Pradigms of Analysis”, **Elsevier**, 2009, pp.107-124

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780080451008000077>,
(21.02.2012)

Devecioğlu, Sebahattin, ”Türkiye’de Spor Sektörü Stratejilerinin Geliştirilmesi”, **Verimlilik Dergisi**, Sayı:2, 2005, ss.117-134

Doğu, Gözde Algün ve Hakan Sunay, “Uluslararası İlişkiler ve Spor”, **SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt:8, Sayı:3, 2010, ss.93-100

Duman, Teoman, Metin Kozak ve Muzaffer S. Uysal, “Turizmde Ürün Çeşitliliği Yoluyla Ürün Değeri Oluşturma: Türkiye’deki Arz Kaynakları Üzerine Bir

İnceleme”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 18, Sayı 2, Güz, 2007, ss.206-214

Dungan, Thomas P., “How Cities Plan Special Events”, **Cornell Hospitality Quarterly**, Vol:25, No:1, May 1984, ss.82-89

Dwyer, Larry, Peter Forssyth and Ray Spurr, “Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach”, **Journal of Travel Research**, Vol:45, No:1, 2006, pp.59-66

Er, Serra, **Büyük Etkinlikler ve Gayri Menkul Geliştirme İlişkisi: İstanbul Formula 1 Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009

Erdem, Barış ve Göksel Kemal Girgin, **Spor Turizmi: Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, Nobel Yayın, Ankara, 2008

Erkal, Mustafa E., Dursun Ayan ve Özbay Güven, **Sosyolojik Açıdan Spor**, Der Yayınları, İstanbul, 1998

Ersun, Nur ve Kahraman Arslan, “Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt:31, Sayı:2, 2011, ss.229-248

Erten, Sertaç, “Büyük Ölçekli Kentsel Projeler ve Olimpiyat Oyunları: Atina 2004 Olimpiyatları Deneyimi”,
http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/92f93be8c7a4152_ek.pdf (08.01.2011)

Essex Stephen and Brian Chalkley, “Olympic Games: Catalyst of Urban Change”, **Leisure Studies**, Vol:17, No:1, 1998, pp.187-206

Falassi, Alessandro, **Time Out of The Time: Essay on the Festival**, Albuquerque: University of New Mexico Press, New Mexico, 1987

FISU, "FISU History", <http://www.fisu.net/en/FISU-history-3171.html>, (12.09.2012)

Formica, Sandro and Muzaffer Uysal, "Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework", **Journal of Travel Research**, Vol. 44, No:1, May 2006, pp.418-430

Fourie, Johan and Maria Santana Gallego, "The Impact of Mega-sport Events on Tourist Arrivals", **Tourism Management**, Vol:32, No:6, 2011, pp.1364-1370

Fredline, Elizabeth and Bill Faulkner, "Host Community Reactions, A Cluster Analysis", **Annals of Tourism Research**, Vol:27, No.3, 2000, pp.763-784

Gelan, Agele, "Local Economic Impacts: The British Open", **Annals of Tourism Research**, Vol:30, No:2, 2003, pp.406-425

Getz, Donald, **Festival, Special Events and Tourism**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991

Getz, Donald, **Event Management and Event Tourism**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1997

Getz, Donald, "Developing a Research Agenda for the Event Management Field", **Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Educational**, Ed. John Allen, Robert Harris, Leo K Jago and A J Veal, Sdyney, 2000, pp.9-20

Getz, Donald, "Sport Event Tourism: Planning, Development and Marketing", **Spor and Adventure Tourism**, Ed. Simon Hudson, Haworth Press, Binghamton, 2003, pp.49-85

Getz, Donald, **Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events**, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2007

Getz, Donald, "Event Tourism: Definition, Evolution and Research", **Tourism Management**, Vol.29, No:3, 2008, pp.403-428

Gnoth, Juergen, "Tourism Motivation and Expectation Formation", **Annals of Tourism Research**, Vol:24, No:2, 1997, pp.283-304

Goldblatt, Joe Jeff, "A Future For Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting The Emerging Profession", **Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Educational**, Ed. John Allen, Robert Harris, Leo K Jago and A J Veal, Sydney, 2000, pp.1-9

Gratton, Chris, Nigel Dobson and Simon Shibli, "The Economic Importance of Major Sports Events: A Case-Study of Six Events", **Managing Leisure**, Vol:5, No:1, 2000, pp.17-28

Gratton, Chris, Simon Shibli and Richard Coleman, "The Economics of Sport Tourism at Major Sports Events" **Sport Tourism Destination: Issues, Opportunities and Analysis**, Ed. James Higham Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005, pp.233-248

Gursoy, Dogan, Kyungmi Kimb, and Muzaffer Uysal, "Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation", **Tourism Management**, Vol:25, No:2, 2004, pp.171-181

Gursoy, Dogan, Claudia Jurowski, and Muzaffer Uysal, "Residents Attitudes, A Structural Modeling Approach", **Annals of Tourism Research**, Vol:29, No:1, 2002, pp.79-105

Güçlü, Yüksel, “Sinop-Ordu Kıyı Kuşağında İklim Konforu ve Deniz Turizmi Mevsiminin İklim Koşullarına Göre Belirlenmesi”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, Cilt:15, Sayı:23, 2010, ss.119-141

Günlü Ebru ve Nilüfer Şahin, “Turizmde Ürün Geliştirme ve Alternatif Turizm”, **Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, Ed. Orhan İçöz, Turhan Kitabevi, Ankara, 2007, ss.141-164

Günlü, Ebru ve İge Pınar Tavmergen, **Kongre ve Toplantı Yönetimi**, Seçkin Kitabevi, Ankara, 2004

Haberler.com, “Bu yıl hacı sayısı %5 arttı”, <http://www.haberler.com/bu-yil-haci-sayisi-yuzde-5-artti-3114577-haberi>, (27.01.2012)

Hall, Colin Michael, “The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events”, **Geo Journal**, Kluwer Academic Publishers, Vol:19, No:3, 1989, pp.263-268

Hazar, Atilla, **Spor ve Turizm**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007

Hede, Anne-Marie, “Sports-events, Tourism and Destination Marketing Strategies: An Australian Case Study of Athens 2004 and Its Media Telecast”, **Journal of Sport and Tourism**, Vol:10, No:3, 2005, pp.187-200

Hodur, Nancy M. and Larry Leistritz, “Estimating the Economic Impact of Event Tourism”, **Journal of Convention and Event Tourism**, Vol:8, No:4, 2006, pp.63-79

Horne, John, “Material and Representational Legacies of Sports Mega-Events. The case of the UEFA EURO TM Football Championships from 1996 to 2008”, **Soccer & Society**, Vol:11, No:6, 2010, pp.854-866

Horne, William R, "Municipal Economic Development Via Hallmark Tourist Events", The **Journal of Tourism Studies**, Vol:11, No:1, May 2000, pp.30-35

Hosany, Sameer, Yuksel Ekinçi and Muzaffer Uysal, "Destination Image and Destination Personality, International Journal of Culture", **Tourism and Hospitality Research**, Vol:1, No:1, 2007, pp.62-81

Hudson, Simon, "Consumer Behavior Related to Tourism", **Consumer Behavior in Travel and Tourism**, Ed. Abraham Pizam and Yoel Mansfeld, Haworth Press, England, 1999, pp.9-29

Humpherys, Jeffrey M. and Michael K. Plummer, "The Economic Impact on the State of Georgia of Hosting the 1996 Summer Olympic Games", **Selig Center for Economic Growth Terry College of Business the Univesity Georgia**, June 1995
<http://www.terry.uga.edu/selig/docs/olympics.pdf>, (20.02.2012)

IOC, **Spor, Çevre ve Sürdürülebilir Gelişim Rehberi**, TMOK Yayınları, 2008.

İpar, Mehmet Sedat, "Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2011.

Jackson, Leonard A., "Residents' Perceptions of the Impacts of Special Event Tourism", **Journal of Place Management and Development**, Vol:1, No:3, 2008, pp.240-255.

Jago, Leo K. and Robert Shaw,. "Special Events A Conceptual and Definitional Framework", **Festival Management & Event Tourism A International Journal**, Vol:5, No:1-2, 1998, pp.21-32

Jago, Leo, Larry Dwyer, Geoffrey Lipman, Daneel Van Lill and Shaun Vorster, "Optimising The Potetial of Mega-events: An Overview", **International Journal of Event and Festival Management**, Vol:1, No:3, 2010, pp.220-237

Jeong, G. H., Residents' Perceptions toward the Tourism Impacts of the '93 EXPO Development on the City of Taejon, **Journal of Tourism Studies**, Vol:18, No:1, 1998, p.153-173

Jeong G. H., J. Jafari and W. Gartner, Expectations of the Seoul Olympics: A Korean Perspective, **Tourism Reactions Research**, Vol: 15, No:1, 1990, pp.26-33

Kalaycı, Şeref, **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, 2. Baskı, Asil Yayınevi, Ankara, Mayıs 2010

Karagöz, Deniz, "Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2006

Kasimati, Evangelia, " Economic Aspect and the Summer Olympics: a Review of Lelated Research", **International Journal of Tourism Research**, Vol:5, No:6, 2003, pp.433-444

Kasimati, Evangeli and Peter Dawson, "Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek Economy: A Small Macroeconometric Model", **Economic Modelling**, Vol:26, No:1, 2009, pp.433-444

Kılıç, Burhan, "Destinasyon Ziyaretçilerinin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Sadakat Eğilimleri Üzerine Etkisi", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:26, 2011, ss.239-252

Kim, Hyun Jeong, Dogan Gursoy and Soo-Bum Lee, “The impact of the World Cup on South Korea: Comparisons of Pre- and Post- Games”, **Tourism Management**, Vol: 27, No:1, 2006, pp.86-96

Kim, Jong-gie, Song-woo Rhee, Joe-chean Yu, Kwang-mo Kao and Jang-duck Hong, “Impact of the Seoul Olympic Games on National Development”, Korea Development Institute, Seoul, 1989

http://www.kdi.re.kr/data/download/pub_open/2714_4.pdf, (03.02.2012)

Kim, Seongseop and Choong-Ki Lee, “Push and Pull Relationships”, **Annals of Tourism Research**, Vol:29, No.1, 2002, pp.257-260

Kim, Samuel Seongseop and James F. Petrick, “Residents’ Perceptions on Impacts of the FIFA 2002 World Cup: The Case of Seoul as a Host City”, **Tourism Management**, Vol:26, No:1, 2005, pp.25-38

Kim, Samuel Seongseop and Alastair M. Morrison, “Change of Images of South Korea among Foreign Tourists after the 2002 FIFA World Cup”, **Tourism Management**, Vol:26, No:2, 2005, pp.233-247

Klenosky, David B., “The “Pull” of Tourism Destinations: A Means-End Investigation”, **Journal of Travel Research**, Vol:40, No:4, 2002, pp.396-403

Knop, P. De, “Sport and Events Tourism”, **Tourism Business Frontiers, Consumer Products and Industry**, Ed. Dimitrios Buhalis and Carlos Costa, Butterworth-Heinemann, 2006, pp.118-127

Kodaş, Davut ve Sibel Eröz, “Kırsal Turizm İle Kültürel Turizmin Bütünleşmesi”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt:14 Sayı:22, 2012, ss.169-174

Koh, Khoon Y. and Anita A. Jackson, “Special Events Marketing”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol. 8, No:2, 2006, pp.19-44

Koryürek, Cüneyt E., **Olimpiyadlar**, 2003

Koşan, Abdülkadir, “Winteruniversiade 2011 Erzurum, 25. Üniversitelerarası Kış Oyunları”, **Pazarlama Dünyası**, Cilt:21, Sayı:5, 2007, ss.56-62

Koşan, Abdulkadir, “2011 Erzurum Kış Oyunlarının Sosyo-Ekonomik ve Turizm Açısından Değerlendirilmesi”, **2011 Universiade Kış Konferansı**, Erzurum, 24-27 Ocak 2011, ss.111-116

Kozak, Nazmi, **Turizm Pazarlaması**, Gözden Geçirilmiş 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010

Lew, Alan A., “A Framework of Tourist Attraction Research”, **Annals of Tourism Research**, Vol:14, No:4, 1987, pp.553-575

Lieper, Neil, “Tourist Attraction Systems”, **Annals of Tourism Research**, Vol:17, No:3, 1990, pp.367-384

Lorde, Troy, Dion Greenidge and Dwayne Devonish, “Local Residents’ Perceptions of the Impacts of the ICC Cricket Worlds Cup 2007 on Barbados: Comparisons of Pre- and Post-Games”, **Tourism Management**, Vol:32, No:2, April 2011, pp.349-356

Madden John R. And Matthew Crowe, “Estimating the Economic Impact of the Sydney Olympic Games”, **Centre for Regional Economic Analysis**, 1998
<http://www-sre.wu-wien.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa98/papers/498.pdf>, (01.12.2011)

Malfas, M., B. Houlihan and E. Theodoraki, “Impacts of Olympic Games as Mega Events”, **Municipal Engineer**, Vol:157, No:3, 2004, pp.209-220

Malkoç, Emine ve Erhan Vecdi Küçükerbaş, “Aquaparkların (Su Parklarının) Planlama ve Tasarım İlkeleri Üzerine Bir Araştırma”, **Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, Cilt:41, Sayı:3, 2004, ss.197-208

Mannell, Roger C. and Seppo E. Iso-Ahola, “Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience”, **Annals of Tourism Research**, Vol:14, No:3, 1987, pp.314-331

Matthews, Doug, “An Introduction to Special Events and Special Event Production”, **Special Event Production**, Butterworth-Heinemann, 2008, pp.1-18

McDonell, Ian, Johnny Allen, and William O'Toole, **Festival and Special Event Manegement**, Brisbane, J. Wiley & Sons, Australia, 1999

Minnaert, Lynn, “An Olympic Legacy for All? The Non-infrastructural Outcomes of Olympic Games for Socially Exluded Groups (Atlanta 1996-Beijing 2008)”, **Tourism Management**, Vol:33, No:2, April 2012, pp.361-370

Mules T. and B. Faulkner, “An Economic Perspective on Special Events”, **Tourism Economics**, Vol:2, No:2, 1996, pp.107-117

Murphy, Peter, Mark P. Pritchard and Brock Smith, “The Destination Product and Its Impact on Traveller Perceptions”, **Tourism Management**, Vol:21, No:1, 2000, pp.43-52

Musgrave James and Razaq Raj, “Introduction to a Conceptual Framework for Sustainable Events”, **Event Management and Sustainability**, Ed. Razaq Raj and James Musgrave, Spi, Pondicherry, India, 2006, pp.1-12

Ok, Tayfun Selçuk ve Tezer Palacıoğlu, “Doğu Anadolu’da Kış Olimpiyatları”, **İstanbul Ticaret Odası Yayınları**, Yayın No: 12, 2000

Olalı, Hasan ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988

Owen, Jeffrey G., “Estimating the Cost and Benefit of Hosting Olympic Games: What Can Beijing Expect from Its 2008 Games”, **The Industrial Geographer**, Vol: 3, No:1, 2005, pp.1-18

Ozsoy, Onur, “Regional Development and Impact of 25th Winter Universiade on Erzurum’s Economy”, **Winter Universiade 2011 Conference**, Erzurum, January 24-27 2011, pp.25-30

Özdamar, Kazım, **Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi 1**, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 2004

Özdemir, Gökçe, “Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007

Özdil, Habib ve Habibe Kurt, **2011 Universiade Kış Oyunlarının Erzurum İline Kazandırdıkları**, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü, Malatya, 2011

Öztürk, Aydın ve Çetin Özdilek, “Antik ve Modern Olimpiyat Oyunlarında Olimpiyat Ateşinin Yakılma Sebepleri ve Bu Güne Kadar Düzenlenen Oyunlarda Meşaleyi Taşıma Seremonileri”, **Dumlu Pınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 19, Aralık 2007, ss.217-230

Pearlman, David M. and Linid Mollere, “Meetings, Incentive, Convention, and Exhibition Evaluation Practices: An Exploratory Study among Destination Marketing Organizations”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:10, No:3, 2009, pp.147-165

Ponsford, Ian F., "Actualizing Environmental Sustainability at Vancouver 2010 Venues", **International Journal of Event and Festival Management**, Vol:2, No:2, 2011, pp.184-196

Preuss, Holger, "The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies", **Journal of Sport & Tourism**, Vol:12, No:3-4, 2007, pp.207-228

Rızaoğlu, Bahattin, **Turizmde Tanıtma**, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, Ocak 2004

Richards, Greg, "The Development of Cultural Tourism in Europe", **Cultural Attractions and European Tourism**, Ed. Greg Richard, CABI Publishing, Newyork, 2001, PP.3-28

Ritchie, J.R. Brent and Donald Beliveau, "Hallmark Events: An Evaluation of a Strategic Response to Seasonality in the Travel Market", **Journal of Travel Research**, Vol:13, No:2, October 1974, pp.14-20

Ritchie, J. R. Brent, "Assessing The Impacts of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues", **Journal of Travel Research**, Vol:23, No:1, 1984, pp.2-11

Ritchie, J. R. Brent and Brian H. Smith, "The Impact of a Mega-Event on Host Region Awareness: A Longitudinal Study", **Journal of Travel Research**, Vol:30, No:1, July 1991, pp.3-10

Robertson, Martin and Kenneth McMillan Wardrop, "Events and the Destination Dynamic: Edinburgh Festivals, Entrepreneurship and Strategic Marketing", **Festival and Event Management: an international arts and culture perspective**, Ed. Ian Yeoman, Martin Robertson, Jane Ali-Knight, Siobhan Drummond and Una McMahon Beattie, Butterworth-Heinemann, 2004, pp.115-130

Roche, Maurice, “Mega-Events and Urban Policy”, **Annals of Tourism Research**, Vol.21, No:1, 1994, ss.1-19

Sağlık, Erkan, Meltem Erdoğan, Neslihan Serçeoğlu, Gökalp N. Selçuk ve Nurinisa Esenbuğa, “Spor Organizasyonlarında Gönüllülük: Üniversitelerarası Erzurum 2011 Kış Oyunları Örneği”, **1. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu**, 29 Eylül-1 Ekim 2011, ss.277-287

Seçilmiş, Korhan, **Antik Zamandan Günümüze Olimpiyat Oyunları**, İl Press Yayın, 2004

Sekaran, Uma, **Research Methods for Business: A Skill Building Approach**, Wiley and Sons, USA, 2000

Selam, Galal, Eleri Jones, and Nigel Morgan, “An Overview of Events Management, Festival and Event Management”, **An International Arts and Culture Perspective**, Ed. I. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, S. Drummand, U. McMahon-Beattie, Butterworth-Heinemann, 2004, pp.14-32

Shone, Anton and Bryn Parry, **Succesful Event Management, A Practical Handbook**, Second Edition, Thomson, 2004

Shipway, Richard, “Sustainable Legacies for the 2012 Olympic Games”, **The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health**, Vol:127, No:3, May 2007, pp.119-124

Smith, Andrew, “Theorising the Relationship between Major Sport Events and Social Sustainability”, **Journal of Sport & Tourism**, Vol:14, No:2-3, 2009, pp.109-120

Sohn, Dae-Hyun, **The Current Status of Local Cultural Tourism Industry and Measures, Cultural Cities and Cultural Welfare**, Korea Cultural Policy Institute, Kore, 1999

Solberg, Harry Arne and Holger Preuss, “Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts”, **Journal of Sport Management**, Vol:21, No:2, 2007, pp.213-234

Soutar, Geoffrey N. and Paul B. McLeod, “Residents’ Perceptions on Impact of the America’s Cup”, **Annals of Tourism Research**, Vol:20, No:3, 1993, pp.571-582

Şebın, Kenan, “Erzurum Kış Sporları İle İlgili Yöre Halkının Tutum ve Beklentileri”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009

Tassioupoulos, Dimitri, “An Introduction”, **Event Management: Professional and Developmental Approach**, Ed. Dimitri Tassioupoulos and Greg Damster, Second Edition, Juta Academic, 2005, pp.2-32

Taşcıoğlu, Raci, “2011 Universiade Kış Bağlamında Türk Yazılı Basınında Erzurum’un Tanıtımı”,
<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler> (10.01.2012)

Tosun, Cevat, and CL. Jenkins, “Regional Planning Approaches to Tourism Development: The Case Study of Turkey”, **Tourism Management**, Vol:17, No:7, November 1996, pp.519-531

Turco, D. M., “Host Residents’ Perceived Social Cost and Benefits toward a Staged Tourist Attraction”, **Journal of Travel and Tourism Marketing**, Vol:7, No:1, 1997, pp.21-30

Turizm Güncel, “Xanadu üçüncü otelini Doğu’da açıyor. Yusuf Hacısüleyman anlattı”, <http://www.turizmguncel.com/haber/xanadu-ucuncu-otelini-doguda-aciyor-yusuf-hacisuleyman-anlatti--h7336.html>, (15.08.2012)

Turner, Victor Witter, **The Anthropology of Performance**, PAJ Publication, New York, 1988

Ulp, Kairis, “The Importance of the Winter Universiade in the Programme and History of FISU”, **Winter Universiade 2011 Conference**, Erzurum, January 24-27 2011, pp.36-38

Usal, Alparslan ve Saime Oral, **Turizm Pazarlaması**, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 2001

Uslu, A. ve T. Kiper, “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, Cilt:3 Sayı:3, 2006, ss.305-314

Valle, Patricia Oom do, Joao Albino Silva, Julio Mendes and Manuela Guerreiro, “Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis”, **International Journal of Business Science and Applied Management**, Vol:1, No:1, 2006, pp.26-44

Voigt, Dieter, **Spor Sosyolojisi**, 1998, çev. Ayşe Atalay, Alkım Yayınları, İstanbul, 2007

Wagen, Lynn Von Der, **Event Management: For Tourism, Cultural, Business and Sporting Events**, Pearson/Hospitality Press, Australia, 2005

Yang, Jie, Xuehui Zeng and Yingkang Gu, “Local Resident’s Perceptions of the Impact of 2010 EXPO”, **Journal of Convention and Tourism**, Vol:11, No:3, 2010, pp.161-175,

Yardımcı, Sibel, **Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal**, Birinci Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005

Yazıcıoğlu, Yahşi ve Samiye Erdoğan, **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Geliştirilmiş 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, Eylül 2007

Yıldız, Elif ve Selin Bitirim, “Kültürlerarası İletişim Açısından Universiade (Dünya Üniversite Oyunları) İzmir 2005”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:32, 2012, ss.165-186

Yurdakul, Selin, “Bir Ürün ve Toplumsal Bütünleşme Aracı Olarak Modern Kent Karnavalları ve Türkiye'deki Örneklerde Görülen Uygulama Farklılıkları”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006

Yücel, Fatih ve Ahmet Yılmaz, “Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi ve Ticaret Fuarının Değerlendirilmesi”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:15, Sayı:1, 2006, ss.505-522

Zhou, Yong and John Ap, “Residents' Perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games”, **Journal of Travel Research**, Vol.48, No:1, 2009, pp.78-91

Zhou, Yong, “Resident Perceptions toward the Impacts of the Macao Grand Prix”, **Journal of Convention & Event Tourism**, Vol:11, No:2, 2010, pp.138-153

EK

Ek 1: 2011 Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'a Etkileri Anketi

Değerli Katılımcı, bu araştırma bir yüksek lisans tez çalışması için, bir uluslararası spor etkinliği çeşidi olan **2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'a etkilerini** ölçmeyi amaçlamaktadır. Anketin doldurulması tahmini 5 dakikadır. Vereceğiniz yanıtlar, araştırmanın doğru, güvenilir ve tutarlı sonuçlara ulaşmasında bizlere yardımcı olacaktır. Tüm yanıtların gizli kalacağına ve sadece bilimsel amaçlar için kullanılacağına emin olabilirsiniz.

Lütfen aşağıdaki ifadeleri, 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları'nın Erzurum'a olası etkileri olarak değerlendirip, **“Tamamen Katılmıyorum”** ve **“Tamamen Katılıyorum”** aralığında uygun bulduğunuz seçeneği işaretleyerek değerlendirmenizi belirtiniz. Her satırda sadece tek bir seçeneği işaretleyiniz.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Bölümü

Yüksek Lisans Öğrencisi

Tuba Berberoğlu

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Saime ORAL

DEMOGRAFİK SORULAR

1. Yaşınız aşağıdakilerden hangi guruba girmektedir?

- a) 18-29 b) 30-39 c) 40-49 d) 50 ve üstü

2. Eğitim durumunuz aşağıdakilerden hangisidir?

- a) İlköğretim b) Lise c) Üniversite d) Lisansüstü

3. Cinsiyetiniz hangisidir?

- a) Kadın b) Erkek

4. Mesleğiniz hangisidir?

- a) Ev hanımı b) Akademisyen c) Emekli
d) Öğrenci e) KOBİ(Esnaf) f) İşsiz
g) Kamu sektörü çalışanı h) Özel sektör çalışanı i) Serbest Meslek

5) Erzurumlu musunuz?

- a) Evet b) Hayır

6) Ne kadar süredir Erzurum'da yaşamaktasınız?

- a) 1 yıl veya daha az b) 2-4 yıl c) 5-7 yıl d) 8-10 yıl e) 10 yıldan fazla

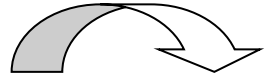
7) Gelir miktarınız aşağıdakilerden hangi gruba girmektedir? (TL)

- a) 0-750 b) 751-1.500 c) 1.501- 2.250 d) 2.251-3000 e) 3.001 +

	İlanamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	İlanamen Katılmıyorum
Erzurum 2011 Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları şehrin görünümünü güzelleştirmiştir.	1	4	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki tarihi turistik kaynakların korunması önem kazanmaya başlamıştır	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki doğal kaynakların korunması önem kazanmaya başlamıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki alışveriş imkanları artış göstermiştir.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki turist danışma bürolarının sayısı artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki sosyal aktivite tesislerinin (kayak tesisleri, buz pateni vb.) sayısı artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki kültürel etkinliklerin sayısı artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki sağlık hizmetleri gelişmiştir.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları dünyanın Erzurum hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları Erzurum'un uluslararası alanda tanınırlığını artırmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları Erzurum'un uluslararası alanda imajını geliştirmiştir.	1	2	3	4	5

Kış Oyunları sayesinde yerel halkın Erzurum’la duyduğu gurur artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde Erzurum halkında birlik olma ruhu güçlenmiştir.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki ticari imkanlar artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış oyunları sayesinde şehirdeki istihdam (iş) olanakları artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde Erzurum’un kalkınması hızlanmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde Erzurum’a olan yatırım artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehirdeki otel/oda sayısı artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde turizm altyapısının gelişimi hızlanmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde şehir içi yol durumu gelişmiştir.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları Erzurum halkının yabancı kültürlerle olan ilgisini artırmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde yabancı dil öğrenmeye olan ilgi artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde uluslararası organizasyonların düzenlenmesine olan ilgi artmıştır.	1	2	3	4	5
Kış Oyunları sayesinde Erzurum halkının spora olan ilgisi artmıştır.	1	2	3	4	5

Lütfen arka sayfaya geçiniz



	İlamlamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	İlamlamen Katılmıyorum
Kış Oyunları şehirdeki gayrimenkul fiyatlarının artması yönünde söylentilere yol açmıştır.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları Erzurum’da gayrimenkul fiyatlarının artmasına sebep olmuştur	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları şehirdeki mal ve hizmet fiyatlarını artırmıştır.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları şehirdeki eğlence sektörü işletmelerinin satışlarını artırmıştır	1	2	3	4	5	
2011 Erzurum Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları için yapılan harcamalar bence gereğinden fazla gerçekleşmiştir.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları Erzurum’da yabancı turistlerden kaynaklanan kültürel bozulmaya sebep olmuştur.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları yabancı turistler ve yerli halk arasında çatışmaya yol açmıştır.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları tarihi miras alanlarına zarar verilmesine sebep olmuştur.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları Erzurum’da doğal çevreye zarar verilmesine yol açmıştır.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları şehirde trafik problemi yaratmıştır.	1	2	3	4	5	
Kış Oyunları şehir merkezinde trafik tıkanıklığı yaratmıştır.	1	2	3	4	5	

İLGİNİZE TEŞEKKÜRLER

