

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BÜYÜK ETKİNLİKLER VE GAYRİMENKUL GELİŞTİRME İLİŞKİSİ:
İSTANBUL FORMULA 1 ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Serra ER**

Anabilim Dalı : Disiplinler Arası

Programı : Gayrimenkul Geliştirme

EYLÜL 2009

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BÜYÜK ETKİNLİKLER VE GAYRİMENKUL GELİŞTİRME İLİŞKİSİ:
İSTANBUL FORMULA 1 ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Serra ER
(516061013)**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 07 Eylül 2009
Tezin Savunulduğu Tarih : 24 Eylül 2009**

**Tez Danışmanı : Doç. Dr. Ferhan GEZİCİ (İTÜ)
Diğer Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Funda YİRMİBEŞOĞLU (İTÜ)
Doç. Dr. İclal DİNÇER (YTÜ)**

EYLÜL 2009

Kardeşime,

ÖNSÖZ

Bu çalışma literatürdeki boşlukları da dikkate alarak, İstanbul, Akfırat bölgesinde düzenlenen büyük bir etkinliğin, “Formula 1 Grand Prix”inin etkilerini özellikle de kentsel yapılanma ve gayrimenkul piyasası üzerindeki etkisini, yer seçimi kararlarını, gayrimenkul piyasasının bu süreçten nasıl etkilendiğini, kentsel yapılanma-gayrimenkul piyasası etkileşimini, etkinlik alanı ve çevresinin nasıl geliştirildiğini araştırmayı hedeflemiştir

Yüksek lisans çalışmalarım süresince değerli katkılarını ve sabrını benden esirgemeyen, motivasyonumu çalışarak kazanmamı sağlayan ve bana inanan Doç. Dr. Ferhan GEZİCİ’ye, değerli jüri üyelerim Doç. Dr. İclal DİNÇER’e ve Doç. Dr. Funda YİRMİBEŞOĞLU’na teşekkürlerimi sunarım. İyi niyetlerini hep yanımda hissettim.

Çalışma arkadaşlarım Kübra FİLİKÇİ, Rukiye DEMİRCİ ve Müge KILIÇ destekleri ve yardımlarıyla hep yanımdaydılar. Sevgili arkadaşım Elif ÇETİN, bu çalışmayı bitirmemi belki de benden daha fazla istedi, bilgi ve birikimini benimle paylaştı. Anneannem Şevkiye YAZAR ve dedem Asım YAZAR en zor zamanlarımda benimlediler ve her zaman yapabileceklerinin en iyisini yapmaya hazırdılar. Tabi ki kardeşim Mustafa ER, akıllı, sabırlı ve özveriliydi, bana sıkıcı gelen tüm detaylarla ilgilendi, iyi ki varsın.

Eylül 2009

Serra ER

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	xv
İÇİNDEKİLER.....	xvii
KISALTMALAR.....	ixv
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xv
ŞEKİL LİSTESİ.....	xvi
ÖZET.....	xv
SUMMARY.....	xvi
1. GİRİŞ	1
1.1 Problemin Tanımlanması.....	3
1.2 Araştırmanın Amacı.	3
1.3 Araştırmanın Kapsamı	4
2. BÜYÜK ETKİNLİKLER	7
2.1 Büyük Etkinliklerin Tanımı ve Özellikleri	7
2.1.1 Büyük etkinliklerin ortaya çıkma süreci ve nedenleri	8
2.1.2 Büyük etkinliklerin yer pazarlama üzerindeki etkileri	11
2.1.3 Büyük etkinlikler ve kentsel yeniden geliştirme projeleri ilişkisi	12
2.2 Büyük Spor Etkinliklerinin Tanımı ve Özellikleri	12
2.2.1 Büyük spor etkinliklerinin ortaya çıkma süreci ve nedenleri	15
2.2.2 Büyük spor etkinlikleri-imaj-turizm ilişkisi	16
3. BÜYÜK ETKİNLİKLER ve ETKİLERİ.....	19
3.1 Ekonomik Etkiler	19
3.1.1 Ekonomik etki değerlendirme sürecinde yapılan temel hatalar	22
3.1.2 Fırsat maliyeti.....	24
3.2 Kentsel Gelişim Üzerine Etkiler	26
3.3 Gayrimenkul Piyasası Üzerine Etkiler	33
3.4 Diğer Etkiler.....	41
3.7 Etkinliğin Sürdürülebilirliği ve Miras.....	48
3.8 Etkinlik Etkilerinin Değerlendirilmesi	52
4. BÜYÜK SPOR ETKİNLİĞİ OLARAK FORMULA 1 GRAND PRIX ve İSTANBUL PARK GRAND PRIX	57
4.1 Formula 1 Grand Prix Tanım ve Özellikleri.....	57
4.1.1 Organizasyon yapısı.....	62
4.1.2 Finansman yapısı.....	63
4.1.3 Melbourne Grand Prix örneği	66
4.2 İstanbul Park Grand Prix	73
4.2.1 İstanbul Park Grand Prix yer seçim kararı ve süreç.....	73
4.2.2 İstanbul Park ve plan kararları.....	81
4.2.3 Organizasyon ve finansman yapısı.....	85
4.2.4 İstanbul Park ve ekonomik etkiler.....	94
4.2.5 İstanbul Park ve diğer etkiler.....	102

5. İSTANBUL PARK GRAND PRIX ve AKFIRAT GAYRİMENKUL PİYASASI ÜZERİNE ETKİLERİ	108
5.1 Akfırat Coğrafi Konum ve Tarihçe	108
5.2 Akfırat ve Plan Kararları	111
5.3 Akfırat'ta Yıllara Göre Gayrimenkul Fiyatları ve Değişimi	117
5.4.İstanbul Park Grand Prix ve Akfırat Gayrimenkul Piyasasının Üzerine Etkileri	123
5.4.1 Akfırat Bölgesindeki gayrimenkul yatırımları.....	125
5.4.2 .İstanbul Park Grand Prix ve Akfırat gayrimenkul piyasasının geleceği.....	132
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	137
KAYNAKLAR.....	149
EKLER	159
ÖZGEÇMİŞ	161

KISALTMALAR

AGPC	: Australian Grand Prix Corporation
AVM	: Alış Veriş Merkezi
F1	: Formula 1
FIA	: Fédération Internationale de l'Automobile
FIFA	: Fédération Internationale de Football Association
FİYAŞ	: Formula İstanbul Yatırım A.Ş.
FOA	: Formula One Administration Ltd.
FOM	: Formula One Management Ltd.
GP	: Grand Prix
GSGM	: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü
IOC	: International Olympic Committee
İBB	: İstanbul Büyükşehir Belediyesi
İÖİ	: İl Özel İdaresi
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
MİA	: Merkezi İş Alanı
MSO	: Motor Sporları ve Organizasyonları A.Ş
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
SAP	: Save Albert Park
SOCOG	: Sydney Organising Committee for the Olympic Games
TMMOB	: Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TMOK	: Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOMSFED	: Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu
TOSFED	: Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜFE	: Tüketici Fiyat Endeksi
VAGO	: Victorian Auditor-Generals Office
VMEC	: Victoria Major Events Company
WTO	: World Trade Organization

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 3.1 : Bazı etkinliklerin finansal maliyetleri ve ekonomik etkileri.	20
Çizelge 3.2 : Büyük etkinlikler ve ev sahibi kente muhtemel faydaları.	32
Çizelge 3.3 : Etkinliklerin gayrimenkul piyasasına yararlı etkileri.	40
Çizelge 3.4 : Etkinliklerin gayrimenkul piyasasına zararlı etkileri.	40
Çizelge 3.5 : Etkinlikleri faydaya dönüştürebilme faktörleri.	41
Çizelge 3.6 : Etkinliklerin etki türleri ile olumlu ve olumsuz tarafları.	47
Çizelge 4.1 : Formula 1 etkinliği 2009 senesi takvimi.	58
Çizelge 4.2 : 2007 yılında Formula 1 etkinliğinin dünya ülkeleri televizyonlarından çektiği toplam seyirci sayıları.	59
Çizelge 4.3 : AGPC tarafından belirlenmiş gün ve yıllara göre Formula 1 etkinliğine katılım sayısı.	70
Çizelge 4.4 : SAP tarafından belirlenmiş gün ve yıllara göre Formula 1 etkinliğine katılım sayısı.	70
Çizelge 4.5 : Fayda ve maliyetlerin kurum ve ilgili gruplara dağıtılmasıyla ortaya çıkan net faydalar ve tutarları.	72
Çizelge 4.6 : Formula 1 İstanbul Grand Prix etkinliğinin gelişim süreci.....	92
Çizelge 4.7 : Yıllara göre İstanbul Grand Prix'in 3 günlük izleyici sayısı.....	98
Çizelge 4.8 : Yıllara göre İstanbul Park'ta formula1 etkinliği haricinde gerçekleştirilen etkinlikler.....	100
Çizelge 4.9 : Formula 1 etkinliğinde kullanılan pistlerin katılım/kapasite oranı...101	
Çizelge 4.10 : Formula 1 etkinliği düzenleyen ülkelerdeki global televizyon izleyici sayısı.....	104
Çizelge 5.1 : Yıllara göre mahalle bazında gayrimenkul m ² fiyatlarının aritmetik ortalaması (Ytl/m ²).	117
Çizelge 5.2 : Yıllar arası mahalle bazında gayrimenkul m ² fiyatlarındaki ortalama büyüme oranı (misli).	118
Çizelge 5.3 : Yıl bazında bir önceki yılın aralık ayına göre tüketici fiyat endeksindeki değişim oranı (%).	118
Çizelge 5.4 : Yıl bazında enflasyon oranlarına göre arttırılmış gayrimenkul m ² fiyatları (birim).	119
Çizelge 5.5 : Yıllara göre, enflasyon oranlarındaki büyüme (misli).	119
Çizelge 5.6 : Mahalle bazında enflasyondan arındırılmış gayrimenkul m ² fiyatlarındaki ortalama büyüme oranı (%).	119
Çizelge 5.7 : Akfırat bölgesindeki konut yatırımları.	133

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 4.1 : Formula 1 organizasyon şeması.	63
Şekil 4.2 : Formula 1 etkinliğinde para akışı.	65
Şekil 4.3 : Albert Park'ta gerçekleştirilen F1 Şampiyonası'ndan bir görüntü.	67
Şekil 4.4 : İstanbul Park Grand Prix organizasyon şeması.	90
Şekil 4.5 : İstanbul Park Grand Prix finansman yapısı.	91
Şekil 5.1 : Akfırat Beldesi'nin İstanbul Metropolü içindeki konumu.	109
Şekil 5.2 : Akfırat ve çevresi uydu fotoğrafları	111
Şekil 5.3 : Akfırat Beldesi ve plan bölgeleri	113
Şekil 5.4 : Akfırat ve nazım imar planları.....	116
Şekil 5.5 : Akfırat bölge bazında enflasyondan arındırılmış m ² fiyatlarındaki ortalama büyüme oranı.....	117
Şekil 5.6 : Bölge bazında yıllara göre enflasyondan arındırılmış m ² değeri.....	120
Şekil 5.7 : Yıllara ve enflasyondan arındırılmış ortalama büyüme oranlarına göre yatırım değerleri.....	122
Şekil 5.8: Başlangıç yıllarına göre Akfırat Bölgesi'nde tespit edilen konut projelerinin dağılımı.....	130
Şekil 5.9: Akfırat ve çevresindeki yatırımların başlangıç yılları.....	134

BÜYÜK ETKİNLİKLER VE GAYRİMENKUL GELİŞTİRME İLİŞKİSİ : İSTANBUL FORMULA 1 GRAND PRIX

ÖZET

1980’lerde tüm dünyayı ele geçiren küresel ekonomi gerçeği, kentsel alanda önemli sonuçları da beraberinde getirdi. Oluşan bu yeni ekonomik düzen sanayinin desantrilizasyonunu ve hizmet sektörünün gittikçe artan önemini ve gelişimini işaret ediyordu. Yeni küresel ekonomi anlayışıyla refah devleti politikalarının terkedilmesi, kentlerin tüketim odaklı bir ekonomik yapıya bürünmesi, globalleşmeyle birlikte kentler arası rekabetin hız kazanması ve tüm bu etkileşimler, çağın yeni imaj mimarları (image builder) olarak adlandırılan “Büyük Etkinlik” (“Mega Event” ya da “Hallmark Event”) fenomenini ortaya çıkardı.

Büyük etkinlikler getirdikleri büyük fırsatlarla birlikte finanse edilebilmek için büyük kaynak kullanımını da gerektirirler. Büyük etkinliklere yapılan kamu harcamaları, şehre sağlayacağı uzun vadeli kazanımlara, etkinlik ve kent için altyapı ve kentsel yenileme projelerine, uluslar arası tanınırlığının ve turist ziyaretlerinin artmasına ve bu artışın getireceği ekonomik ve uzun vadedeki kazançlara vurgu yapılarak meşrulaştırılır. Büyük etkinlikler getirecekleri direkt ve dolaylı etkilerle kent içinde bir dinamizm yaratırlar. Bu sebeple büyük etkinliklerin kentsel değişim katalizörleri olarak önemi gittikçe artmaktadır. Her koşulda, kentsel yapılı çevrenin dönüşümü; kent arazisi ve gayrimenkul piyasası üzerine odaklanır. Büyük etkinliklerin sebep olduğu kentsel dönüşümler her zaman gayrimenkul piyasası, yapılı çevrenin yaratıldığı, şekillendirildiği, piyasaya sunulduğu geliştirme süreci ve kent arazisinin etkili kullanımı açısından başarılı sonuçlar vermeyebilir. Etkinliğin sağladığı faydalardan en iyi şekilde yararlanabilmek için etkinlik mutlaka kentsel bir stratejinin parçası olmalıdır aksi takdirde, İstanbul Park Grand Prix örneğinde de görüleceği gibi, etkinlikten elde edilecek faydalar en aza iner, etkinliğin kamu önündeki hesap verebilirliği azalır, kentsel bir problemin çözümü değil kaynağı haline gelir.

Bu çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci, İstanbul, Akfırat bölgesinde düzenlenen büyük bir etkinliğin, “Formula 1 Grand Prix”inin İstanbul’a getiriliş süreci ve etkinliğin düzenlendiği mekan olarak Tuzla Akfırat Bölgesi’nin seçilmesi ve bu bölgenin etkinlik alanı olarak geliştirilmesi, İstanbul Park’ın oluşumunda yer alan aktörler, İstanbul Park’ın finansman ve organizasyon yapısı incelenmiş, etkinliğin etkileri genel olarak değerlendirilmiştir. İkinci bölümde ise, Tuzla, Akfırat Bölgesi ve yakın çevresi sınırlı tutularak İstanbul Park Grand Prix’inin mekansal dönüşüm ve özellikle gayrimenkul sektörü üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

THE IMPACT OF MEGA EVENTS ON REAL ESTATE DEVELOPMENT: İSTANBUL FORMULA ONE GRAND PRIX

SUMMARY

Global economy, which got hold of the world in 1980s, brought about some important consequences in the urban area, which means the decentralisation of the endustry and the increasing significance of service endustry in the new economical order. The abandonment of the policies over the social welfare state, consumption-based structure of the urban economics and the increasing competition between cities following globalisation resulted in phenomenon of Mega Event known as the new image builders of the period.

Mega events require the usage of considerable funds and resources apart from their advantages. The utilization of public funds for mega events is legitimized by emphasizing the long-term advantages of process of urban reconstruction, world wide recognition of the city, the increased number of tourists and the increased economic activity related with the number of tourists. Mega events create an urban dynamism with their direct and indirect impacts. Therefore the mega events are seen as the catalysts of the urban transformation increasingly. Under all circumstances, transformation of the urban built environment is focused on the urban land and the real estate market. The urban transformation, that the mega events bring about, do not always fulfill the capacity of the real estate market, the urban land and the development process through which the urban built environment is formed, customized and traded. The event must be a component of an urban strategy to maximize the benefits that the event creates. Otherwise, the amount of benefits created by the event decreases along with the degree of public accountability of the event and rather than being a solution of an urban problem the event becomes the source of the problem itself as seen in Istanbul Park Grand Prix example.

This study is composed of two main parts. The first part of the study evaluates Formula 1 Grand Prix, which was organised in Akfırat, İstanbul, the reasons underlying Tuzla Akfırat to be chosen and redevelopment of the area for the facilities. The organization and finance structure of Istanbul Park and the actors who had a role in the developping process of Istanbul Park are analysed in the study, along with the transformation of Istanbul Grand Prix in Akfırat, Tuzla and immediate surroundings and the impacts of this situation on real-estate sector that are analysed in the second part of the study.

1. GİRİŞ

Büyük spor etkinlikleri her ne kadar, şimdiye kadar literatürde ihmal edilmiş bir konu olarak tanımlansa da modern toplumlardaki önemi yadsınamaz gözüküyor. Ekonomik açıdan sporun OECD ülkelerinin gayri safi yurtiçi hasılasının %3'ünü oluşturduğu tahmin ediliyor; kültürel açıdan dünya nüfusunun üçte ikisinden fazlası Atlanta Olimpiyat Oyunlarını televizyondan izliyor; politik açıdan spor ulus devletler tarafından bir politika aracı olarak kullanılıyor, Güney Afrika'daki ırkçılığa karşı verilen mücadele ve 1980'lerde Rusya'nın Afganistan'ı işgali sebebiyle Türkiye'nin de içinde bulunduğu bazı ülkelerin Olimpiyat Oyunlarını boykot etmesi hala hafızalardaki yerini koruyor.

1980'lerde tüm dünyayı ele geçiren küresel ekonomi gerçeği, kentsel alanda önemli sonuçları da beraberinde getirdi. Oluşan bu yeni ekonomik düzen sanayinin desantralizasyonunu ve hizmet sektörünün gittikçe artan önemini ve gelişimini işaret ediyordu. Yeni küresel ekonomi anlayışıyla refah devleti politikalarının terk edilmesi ve merkezi hükümetten yerel yönetimlere aktarılan kaynakların kısıtlanması kentlerin daha girişimci politikalar izleyerek rekabet avantajlarını korumalarını zorunlu kılıyordu. Bu bağlamda günümüzde birçok girişimci şehir örneğine ve yer pazarlamanın önemine şahit oluyoruz. Giderek artan bu rekabet ortamında kentler, tüketim esaslı ekonomik gelişim olarak adlandırılan kentsel yapılanma ve politikayı hayata geçirmeye çalışıyor, yeni ekonomik düzen için çözümler ve stratejiler geliştiriyor.

Kentler, büyük tüketici kitlelerine muhtaç durumda oldukları bu yeni kentsel ekonomi düzeninde eğlence, spor, turizm gibi tüketim odaklı faaliyet alanlarının genişletilmesini ekonomik kalkınma için bir strateji olarak benimsiyorlar. Geniş tüketici kitlelerini şehre çekme gücüne sahip olan büyük spor etkinlikleri de kentin pazarlanmasında, turizm ve eğlence merkezi olarak ilgi çekmesinde, "global" bir şehir olarak algılanmasında önemli işlevler görüyor.

Çağımızın “imaj mimarları” olarak adlandırılan büyük etkinlikler, uluslararası bir kent statüsü kazanmak, uluslararası yatırımcıların ilgisini çekmek, global kentler arasında turizmdeki payını artırmak isteyen İstanbul için de oldukça stratejik bir önem taşıyor. İstanbul 2005 yılında düzenlenen Formula 1 Grand Prix’i, 2010 yılında düzenlenecek Avrupa Kültür Başkenti etkinlikleriyle ve 2000 yılından beri aday olduğu Olimpiyat Oyunları’yla gelecek vadeden bu pastadan pay alabilmek için istekli olduğunu ortaya koyuyor. Fakat büyük etkinlikler konusunda oldukça sınırlı sayıda deneyime sahip olan İstanbul, henüz büyük etkinliklerin kentte yarattığı değişimleri/dönüşümleri donanımlı şekilde tartışmak için yeterli kültürel sermayeye sahip gözüküyor. Bu konuda literatürde büyük bir boşluk göze çarpıyor.

Büyük etkinlikler getirdikleri büyük fırsatlarla birlikte finanse edilebilmek için büyük kaynak kullanımı da gerektirirler. Bu büyük kaynakların kullanımının meşrulaşabilmesi için ev sahibi şehrin kentsel yeniden yapılanma sürecinden büyük faydalar elde etmesi gerekir. Bu sebeple büyük etkinliklerin kentsel değişim katalizörleri olarak önemi gittikçe artmaktadır.

Büyük etkinlikler kentsel gelişimde çoğu zaman ciddi bir kırılma noktası teşkil ederler. İlgili literatürde örneğin Barselona kentinin 1992 Olimpiyat Oyunları sonrasında yaşadığı dönüşüme sıklıkla yer verilmesi boşuna değildir (Dündar, Özkelle, 2007). Fakat sınırlı bir zaman dilimi içinde gerçekleştirilen etkinliklerin sürdürülebilir kentsel dönüşümü uzun vadede nasıl etkileyebileceği ise yeterince açık değildir.

Her koşulda, kentsel yapılı çevrenin dönüşümü; kent arazisi ve gayrimenkul piyasası üzerine odaklanır. Büyük etkinliklerin sebep olduğu kentsel dönüşümler her zaman gayrimenkul piyasası; yapılı çevrenin yaratıldığı, şekillendirildiği, piyasaya sunulduğu geliştirme süreci ve kent arazisinin etkili kullanımı açısından başarılı sonuçlar vermeyebilir. Fakat gayrimenkul piyasasının, büyük etkinliklerin sebep olduğu kentsel dönüşüm/gelişim üzerindeki etkilerini ölçmek, projelerde kullanılan kaynağın kamuya ve özel teşebbüslere geri dönüşlerini sınamak ve başarılı bir sonucun ölçütlerini belirlemek için literatürde yeterli çalışma yapılmamıştır.

Bu çalışma literatürdeki boşlukları da dikkate alarak, İstanbul, Akfırat bölgesinde düzenlenen büyük bir etkinliğin, “Formula 1 Grand Prix”inin kentsel yapılanma ve gayrimenkul piyasası üzerindeki etkisini, yer seçimi kararlarını, gayrimenkul

piyasasının bu süreçten nasıl etkilendiğini, kentsel yapılanma-gayrimenkul piyasası etkileşimini, etkinlik alanı ve çevresinin nasıl geliştirildiğini araştırmayı hedefliyor.

1.1 Problemin Tanımlanması

Çalışmada incelenecek konu şu 2 soruya cevap aramaktadır:

1.Büyük bir spor etkinliğinin İstanbul'daki oluşum süreci nasıl işlemiştir? Etkinlik alanının yerseçimi nasıl ve hangi araçlarla gerçekleşmiştir? Bu süreçteki temel sorunlar nelerdir? İstanbul Park Grand Prix'inin genel olarak etkileri neler olmuştur?

2.İstanbul Park Grand Prix'inin özellikle yakın çevresindeki arazi kullanım ve gayrimenkul yatırım kararlarına bir etkisi olmuş mudur, bu etkiler nelerdir? İstanbul Park Grand Prix'inin yakın çevresindeki gayrimenkul fiyatları üzerinde etkisi olmuş mudur, kentsel rant yaratmış mıdır?

Araştırmanın Amacı

Çalışmada, belirlenen problemlere uygun olarak ulaşılması hedeflenen amaçları şu şekilde gruplayabiliriz:

- Dünya üzerinde büyük spor etkinliklerini ortaya çıkartan koşulların araştırılması
- Büyük etkinliklerin ortak özelliklerinin ve etkilerinin tespiti
- İstanbul Park Grand Prix'inin ve diğer büyük etkinliklerin benzer ve sorunlu yanlarının ortaya çıkarılabilmesi
- İstanbul Park Grand Prix'inin çevreye olan, özellikle çevre gayrimenkul yatırımlarına, fiyatlarına ve kentsel arazi kullanımına etkisinin tespiti
- Yapılan analizler sonucu gelecek için ipucu sayılabilecek çıkarımların sağlanabilmesi

1.2 Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırmanın kapsamı Tuzla, Akfırat Beldesi ve yakın çevresiyle sınırlıdır. İstanbul, Akfırat Bölgesi'nde meydana gelen büyük bir spor etkinliğinin, İstanbul Park Grand Prix'nin oluşum sürecinin ve çevresine olan etkisinin analiz edildiği bu çalışma altı bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, problem tanımı, çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemi anlatılmıştır.

İkinci bölümde, 1980 sonrası refah devleti politikalarının terkedilmesi, kentlerin tüketim odaklı bir ekonomik yapıya bürünmesi, globalleşmeyle birlikte kentler arası rekabetin hız kazanması ve tüm bu etkileşimler sonucunda ortaya çıkan, çağın yeni imaj mimarları (image builder) olarak adlandırılan “Büyük Etkinlik” (“Mega Event” ya da “Hallmark Event”) fenomeni anlatılmıştır. Özellikle büyük spor etkinliklerine vurgu yapılarak; “Büyük Spor Etkinlik’lerini bu kadar ilgi çekici yapan ne?”, “Kentler neden büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmak için birbiriyle yarışıyor?”, “Büyük Spor Etkinlik’lerinin kentin imajının oluşturulmasındaki ve kent turizminin gelişmesindeki katkıları nelerdir?” sorularına yanıt aranmıştır.

Üçüncü bölümde, büyük etkinliklerin etkilerinden bahsedilmektedir. Etkinliklerin ekonomik etkileri, kentsel gelişim ve gayrimenkul piyasası üzerine olan etkilerini kapsamlı bir şekilde yer verilmiştir. Ayrıca sosyo-kültürel ve psikolojik, çevresel ve politik etkiler de değerlendirilmiştir. Bir etkinlik ile ilgili sağlıklı bir sonuca varabilmek için pozitif etkiler kadar negatif etkilerin de ortaya konması gerekir. Literatürde büyük bir etkinliğin yarattığı ekonomik etki en fazla araştırılan ve etkinliğin maliyet-fayda analizi yapılırken en çok önemsenen etki türüdür. Bu kapsamda ekonomik etki hesaplanırken temelde ilgilenilmesi gereken konular araştırılmıştır. Etkinlik öncesi ve etkinlik sonrasında ekonomik getirilerin neden farklı çıktığı, kamunun etkinliği desteklemesi için etkinliklerin hesap verebilirliğinin önemi ve “fırsat maliyeti” kavramı açıklanmıştır. Etkinliklerin kentsel gelişim üzerine etkisi incelenirken etkinliklerin kentsel çevrenin dönüşümünü nasıl sağladıkları araştırılmıştır. Bu süreci etkileyen doğrudan (gerekli sportif tesisler, ulaşım altyapısı) ve dolaylı etkiler (imaj, tanınırlılık, algı) incelenmiştir. Etkinlik sonucu elde edilen kazanımların kent için uzun dönemde nasıl faydaya dönüşebileceği ya da stratejik bir plana dahil edilmezlerse kente nasıl zarar

verebileceği dünya örnekleri vasıtasıyla anlatılmıştır. Etkinliğin gayrimenkul sektörü üzerine etkileri “otel”, “konut”, “ofis”, “perakende” piyasaları üzerinden araştırılmıştır. Büyük etkinliklerin gayrimenkul piyasasına yararlı ve zararlı etkileri ve etkinlikleri gayrimenkul sektörü için faydaya dönüştürebilmenin etmenleri belirlenmiştir. Etkinliğin, sürdürülebilirliğine ve mirasına yer verilen bölümde, etkinliğin iyicil ya da kötücül miraslarından, etkinliğin sürdürülebilir gelişiminin önündeki engellerden ve büyük etkinliklerin “beyaz fil” projelerine dönme riskinden bahsedilmiştir. Son olarak etkinliğin etkilerin değerlendirilmesi için kullanılacak yöntemler tartışılmıştır.

Dördüncü bölümde global ekonominin ve sporun bir karması olan Formula 1 fenomeninden bahsedilmiştir. Formula 1’in global toplumda ve yaşadığımız çağda neyi simgelediği tartışılmıştır. Formula 1’in ekonomik yönlerine değinilerek spor etkinlikleri içindeki yeri, popüleritesi, spor endüstrisi ve sporun ticarileşmesi bağlamında organizasyon yapısı ve bu global spor etkinliğine katılma koşulları anlatılmıştır. Yer seçimi ve etkinliğin sağladığı faydalar konusunda çevreci sivil toplum örgütlerini ve hükümeti karşı karşıya getiren Melbourne Grand Prix’i uluslar arası bir vaka olarak incelenmiştir. Çalışmanın iki temel konusundan biri olan İstanbul Park Grand Prix’inin İstanbul’a getiriliş süreci, oluşumunda yer alan aktörler, finansmanı, organizasyon yapısı ve etkinliğin düzenlendiği mekan olarak Tuzla Akfırat Bölgesi’nin seçilmesi, bölgenin etkinlik alanı olarak geliştirilmesi ve etkinliğin genel etkileri bu bölümde değerlendirilmiştir.

Beşinci bölümde, çalışmanın bir diğer temel konusu ele alınmıştır. Tuzla, Akfırat Bölgesi ve yakın çevresi sınırlı tutularak İstanbul Park Grand Prix’inin bölgedeki mekansal dönüşüm ve özellikle gayrimenkul sektörü üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu bölümde bölgede uzun zamandan beri çalışan gayrimenkul yatırım uzmanlarının görüşlerine yer verilerek etkinliğin, Akfırat Bölgesi gayrimenkul piyasasının gelişimindeki dolaylı ve doğrudan etkileri, bölgenin gelişimini sağlayan olumlu dışsallıklar ve şu an bölgedeki yatırımları durma noktasına getiren sorunlu politikalar ortaya konmuştur.

Altıncı bölümde ise İstanbul Park Grand Prix’i ve etkileri yorumlanmış ve çalışmanın geneline ilişkin değerlendirme yapılmıştır.

2. BÜYÜK ETKİNLİKLER

2.1 Büyük Etkinliklerin Tanımı ve Özellikleri

Büyük etkinlikler (mega events) ev sahibi şehirler açısından uzun dönemli sonuçları olan kısa dönemli etkinlikler olarak tanımlanabilir. Etkinlik için gerekli altyapının ve etkinlik tesislerinin inşası, çoğunlukla uzun vadeli borçları da beraberinde getirir ve her zaman uzun vadede kullanım programlarını gerekli kılar. Buna ek olarak, eğer etkinlik başarı elde ederse, ev sahibi şehrin, yeni, olumlu ve muhtemelen kalıcı bir imaj ve kimlik kazanmasını sağlar. Ulusal ve uluslar arası medya kuruluşlarının özellikle televizyonun ev sahibi şehrin dünya nezdinde tanınmasındaki rolü büyüktür. Büyük etkinliklerin genellikle turizm, kent içindeki sanayinin yer değiştirmesi ve kent içindeki yatırımlar üzerinde uzun vadeli olumlu sonuçları olacağı beklenir (Roche,1994).

Büyük etkinlikler için bir tanımlı kavramsallaştırmaya çalışmaktaki temel teorik sorun ölçektir. Hall (1992), ‘tarihe damgasını vuran etkinlikler’ (hallmark events) terimini önermektedir. Tarihe damgasını vuran büyük etkinlikler (hallmark events) veya özel etkinlikler (special events); her yıl düzenlenen veya bir defaya mahsus olarak organize edilen, fiziki çevrenin yeniden geliştirilmesi ve imaj stratejilerinin uygulanabilmesi için kamu kaynağına ve desteğine ihtiyaç duyan geniş çaplı fuarlar, festivaller , sergiler , kültürel ve sportif etkinliklerlerdir. Hall’un tarihe damgasını vuran etkinlikler (hallmark events) olarak kavramsallaştırdığı bu büyük etkinlikler belli bir destinasyona ulusal ve uluslararası ilgiyi odaklamayı başarabilen etkinliklerdir.

Etkinlikler, kısa ve belirli bir zaman dilimi için kullanılırlar, bu da büyük etkinlikleri diğer turistik faaliyetlerden ayıran unsurdur. Ritchie (1984), bu kavramı şöyle açıklamaya çalışmıştır: Büyük etkinlikler sınırlı bir zaman diliminde bir kez tekrarlanırlar; esas olarak, kısa ve uzun dönemde farkındalığı, ilgiyi ve turizm destinasyonunun kazancını artırmak için geliştirilirler. Bu tip etkinliklerin, ilgi

yaratmak ve dikkat çekmedeki başarıları tek olmalarına, prestijlerine ve doğru zamanlamaya bağlıdır.

İster ticaret fuarları gibi ekonomik, ister bienaller gibi sanatsal, ister Olimpiyatlar gibi sportif amaçlı olsun, Roche'un 'büyük ölçekli etkinlikler' (megaevents) ya da Hall'un 'tarihe damgasını vuran etkinlikler' (hallmark events) olarak nitelendirdiği girişimler, düzenlendikleri ilk günden bu yana çok sayıda katılımcı veya izleyicinin yolculuk etmesine neden olmuş, kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle de neredeyse tüm dünya kamuoyunun dikkatini çekmeyi başarmıştır. Roche'a göre "küresel yoğunlaşma anaları yaratan bu etkinlikler, küreselleşmeyi hem kurmak hem de göstermek, yansıtmak gibi ayrıcalıklı bir konuma sahiptirler. Başka bir deyişle, bir yandan, büyük ölçekli etkinlikleri mümkün kılan somut akışlar, küreselleşmenin önemli bir boyutunu oluşturur. Diğer yandan da, sanayi ürünlerinden, kültürlerinden veya spor spor etkinliklerinden örnekler sunan ülkeler panoraması, kürenin küçük ölçekli temsilini kurar (Yardımcı, 2005)

2.1.1 Büyük etkinliklerin ortaya çıkma süreci ve nedenleri

Kentlerdeki tüketim esaslı ekonomik kalkınmanın (Hannigan, 1998; Judd & Fainstein, 1999; Law, 1993), yoğun kamuoyu desteğinin ve imaj yenileme stratejilerinin, şehrin rekabet avantajları kazanması ve tanınmasında üstlendiği rol, kentsel gelişim üzerine son yapılan araştırmalarda önemle vurgulanmıştır (Holcomb, 1999; Pagano & Bowman, 1995; Short, Benton, Luce & Walton, 1993). Şehirlerde imza kampanyalarının yürütülmesi ve kamuoyu desteği arayışları elbette yeni bir hadise değildir. Amerika şehirlerinde kent sakinlerinin, yatırımcıların ve turistlerin şehir politikalarına ilgilerini çekmek amacıyla düzenlenen organizasyonlar artık bir ülke geleneği halini almıştır. Öyle ki son yıllarda, içinde artan küresel ekonomik rekabet ve federal kent politikasındaki değişikliklerinde yer aldığı bir takım faktörler nedeniyle bahsi geçen bu strateji daha da büyük bir önem kazanmıştır. Amerika'da 1980'lerin başında, şehirlere yapılan federal yardım kesildi (Caraley, 1992; Wolman, 1986). Bazı yerel hükümetler, çareyi kalkınma faaliyetlerine harcanan masrafları kısmakta bulurken, bazılarıysa duruma daha girişimci politikalar izlemeyi tercih ederek yanıt verdi (Eisinger, 1988). Clarke ve Gaile (1998), 1984 sonrasında, yerel ekonomi gelişim politikaları üretiminde "Post-Federal" dönem olarak tanımlarlar. Post-federal dönemi, yerel hükümetlerin risk alma eğilimlerindeki artış, kentsel ve bölgesel seviyede hükümetler arası işbirliğindeki gelişim, oluşturulan finans havuzu

ve kalkınma projelerinin yürütülmesinde kamu-özel sektör ortaklıklarına ya da kamu yararına çalışan özel şirketlere artan güven tanımlar.

Aynı şekilde 1980'lerde tüm dünyayı ele geçiren küresel ekonomi gerçeği, kentsel alanda önemli sonuçları da beraberinde getirdi (Barnes & Ledebur, 1998; Noyelle & Stanback, 1984). Ekonomik yapılanma nedeniyle kent alanlarının yeniden örgütlenmesi, yeni ekonomik düzene ayak uyduramayanlar için yeni çözümler ve yeni toplumsal denetim formları gerektiriyordu. Özetle küresel ekonomi, kentler arası iktisadi yarışı da doğurdu (Fry, 1995). Özellikle Amerika ve İngiltere'de sanayinin desantrilizasyonu ile ekonomik açıdan geri kalmış şehirler, üretim esaslı işlere alternatifler bulma çabalarına giriştiler. Kentlerin, şirket merkezi, ileri teknoloji sanayisi, ileri üretim hizmeti ihtiyacının karşılanmasına paralel olarak, eğlence ve tüketim odaklı gelişim, ekonominin endüstri sonrası hizmet sektörü eğilimli bir şekle bürünmesine yol açtı (Andranovich, 2001).

Azaltılan federal yardıma karşın artış gösteren küresel rekabet, Amerikan şehirlerinin, global ölçekte kalkınmanın sürdürülebilirliği için daha girişimci tekniklere başvurmasını zorunlu kılıyordu. Olimpiyat Oyunları gibi büyük organizasyonların takibi, kentin ileri gelenlerinin iş sahası yaratmak ve rekabet avantajları sağlamak adına yürüttükleri stratejiler arasındaydı (Andranovich, 2001)

Günümüzde, birçok girişimci şehir, Amerika'da uygulanan ve ekonomistlerce tüketim esaslı iktisadi gelişim olarak adlandırılan kentsel yapılanma ve kalkınma politikasını hayata geçirmeye çalışıyor. Tüm bu şehirler için global ölçekli etkinlikler, büyük bir önem arz ediyor. Bu politikaya talep doğuran nedenler, yerel ekonomik yapılanma, değişen tüketim modelleri, uluslar arası ekonomideki değişiklikler ve medya, telekomünikasyon, eğlence, seyahat ve turizm gibi sektörlerdeki gelişmelerdir. Bu sektörler, dijital televizyonlar, uydu sistemleri ve global medya üretimlerine yönelik ortak pazarların gelişiminde, ucuz uzun yol seyahatleri ve paket tatillere artan rağbette küresel bir boyut üstlenirler. Global ölçekli etkinliklerin organizatörleri, kitle iletişim haklarının satışından iyi bir kar elde ederken, etkinliğe ev sahipliği yapan şehir ise gelişmiş bir metropol, global bir şehir iş ve ticaret merkezi olarak küresel alanda tanınma olanağına kavuşur (Andranovich, 2001).

Dünya standartlarında bir imaj yaratma arzusu, her kentin iktisadi gelişim stratejileri arasında yer alır. Pagano ve Bowman (1995) imaj üretimi ve yerel hükümet arasındaki bağlantıyı şu şekilde yorumlar: İmaj yaratımı dar kaynakların tahsisine gerekçe oluşturur. Uluslar arası organizasyonlar kentlerin ekonomik kalkınma faaliyetlerine ve rekabetten elde edilecek kazanç odaklanmalarını sağlar. Uluslar arası organizasyonlar, global ölçekte ilgi toplayacak faaliyetler olarak tanınır. Örneğin günümüzde, Olimpiyat Oyunları, kentsel ve ulusal hükümetlerin gündemlerinden eksik olmayan, rağbet gören bir organizasyondur (Lange, 1998). Bu tür global etkinlikler geniş turist kitlelerini ev sahibi şehre çekmekle kalmayıp, aynı zamanda şehrin ulusal ve uluslararası ölçekte tanınmasına da katkıda bulunur. Daha da fazlası, yerel perspektiften bakacak olursak, ev sahibi şehirler, kentsel kalkınma fırsatlarını organizasyon hazırlığında gösterecekleri ihtişam ve önemle dünya sahnelerine taşıyabilirler. Bu faaliyetlerde etkin rol oynayan yetkililerin, organizasyon sürecinin kolay olmayacağını ve riskler taşıyacağını göz ardı etmemeleri gereklidir (Andranovich, 2001).

Tüketim odaklı ekonomik kalkınma

Ekonomik kalkınma, uzunca bir süredir yerel hükümetlerin politika ve gündemlerinde yer alıyor. Bir zamanlar üretim faaliyetlerinin yaygınlık gösterdiği şehirler, şimdilerde eğlence spor ve turizm gibi tüketim odaklı faaliyet alanlarına yöneliyorlar. Bu tür ekonomik kalkınma stratejilerine, New York, San Francisco gibi metropollerini dolduran sanat ve eğlence merkezleri örnek gösterilebilir. Artık birçok şehir hükümet binalarının, ofislerin, perakende satış mağazalarının yanı sıra, bünyesinde spor, alışveriş ve eğlence merkezi, kongre merkezi, müzeler, kumarhaneler barındıran çok amaçlı kompleksleri hayata geçirme politikaları izliyor.

Zukin (1991), seçkin şehir merkezlerinin ve postmodern uğrak yerlerinin örnek olarak gösterilebileceği bir çok tüketim esaslı oluşuma açıklık getirir. Önceden Amerika'da Boston, New York ve Chicago gibi şehirler yerel kimliklerini koruyarak, ekonomik stratejiler geliştirirken, günümüzde uluslararası pazar kültürünün ürünü haline geldiler. Miami, Orlando ve Los Angeles ziyaretçilerine, fantezi ve hayal dünyalarını süsleyen kent manzaraları sunarlar. Hannigan'ın (1998) Fantasy City üzerine yaptığı analiz, tüketime dayalı gelişimin belirgin altı özelliğini değerlendirmeye alır : Tema merkezli olması , aşırı marka kaygısı , devamlı faaliyet göstermesi, modüler bir dizayn, mevcut semtlerden ayrı yapılandırılmış olması ve

postmodern üslup. Hannigan bu yeni kentsel oluşumların orta sınıf mensubu bireylere, şehir hayatının sürprizlerinden arındırılmış özgün kent deneyimleri sunduğunu dile getirir. Bu yeni eğlence yerlerinin organizasyonunda kamusal sektörün de payı vardır. Kamu-özel sektör ortaklıkları ise bu merkezlerin kullanımını ve gelişimini iş odaklı yaklaşımlarla hareketlendirir.

Judd (1999) bu kalkınma yaklaşımının en fazla soruna yol açan etkilerinden bazılarını “Turist Patlaması” kavramıyla tanımlıyor. Bir çok şehirde turistik alanları şehrin geri kalanından ayıran belirli bir sınır söz konusudur. Aslında çoğu kentin arazi kullanımı tartışmalı, fiziki çevresi ise yoksulluk ve yıkım barındırır (Judd, 1999, s.36). Ancak turistin iç yapıdaki çatışmalardan uzak, iyi tasarlanmış bir şehir görüntüsü ile sadece tarihin ve kültürün, romantik ve nostaljik yönünü keşfetmesine izin verilir.

2.1.2 Büyük etkinlikler ve yer pazarlama (place marketing) ilişkisi

Tarihe damgasını vuran büyük etkinlikler “yeni imaj mimarlarımız”dır, (Burns & Mules, 1986, Hall, 1989) bu etkinliklerin yer pazarlamada (place marketing) büyük bir rolü vardır. Büyük etkinlikler, genel olarak, ev sahibi kentin ulusal ve uluslararası alanda piyasadaki öneminin artışında ve ev sahibi kentteki iş ve turizm olanaklarının gelişiminde büyük bir rol üstlenir (Hall, 1989). Büyük etkinliklerin ev sahibi kente, uzun ve kısa vadede ekonomik, çevresel ve kültürel açıdan maksimum derece fayda sağlayacak şekilde planlanması gerekir (Hall, 1989).

Bir şehrin, iş adamları, ziyaretçiler ve içinde ikamet eden bireylerin gözünde, daha ilgi çekici ve rekabet gücü yüksek kılınabilmesi için, planlama ve tasarımının, yer pazarlama politikalarıyla birlikte yürütülmesi gerekir. Bu pazarlama politikalarının birincil özelliği, “akıllı”, “eğitilmiş”, “yeşil”, ve “yaratıcı şehir” gibi adlarla marka araçlarını devreye sokmasıdır (Landry, 2000). Bu sloganlar, gerçek ile gerçek olmayan arasındaki boşluğun azaltılmasında öngörülen stratejilerin hayata geçirilmesini sağlar (Landry, 2000, s. 153), temalı eğlence parkları gibi yerlerin işlevlerine hizmet eder ve çoğunlukla gündelik hayatın uzağındadırlar (Gottdiener, 1997).

Yer pazarlama (place marketing), planlamanın yerini alması nedeniyle bir çok eleştiriye maruz kaldı. Haila (1999) buna ek olarak gayrimenkul sektörü göz önüne alınmadan yapılan bir planlamanın başarı getirmeyeceğini belirtmiştir. Günümüzde

girişimci şehir (entrepreneurial city) örneklerine (Hall & Hubbard, 1998) ve yer pazarlamanın kentler üzerindeki önemine (Kearns & Philo, 1993; Gold & Ward, 1994) şahit oluyoruz. Yer pazarlama, bölgesel açıdan yeni bir uygulama değil (Ward, 1998), ancak günümüzde, özellikle kentsel gelişime ilişkin yeni yaklaşımları da göz önünde bulundurursak, yer pazarlama, şehirler arası global rekabet, turizm planlaması ve şehir yönetimi için büyük bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Öyle ki, Kotler (1994) yer pazarlamanın bir yerin imaj tasarımıyla eş değer olduğunu iddia etmiştir.

2.1.3 Büyük etkinlikler ve kentsel yeniden geliştirme/canlandırma projeleri ilişkisi

Geniş çaplı etkinlikler üzerine yapılan çalışmalarda; kentsel yeniden geliştirme, kentin imajı ve tanıtımı gibi önemli ve birbiriyle bağıntılı birçok faktör devreye girer (Hall, 1997). Büyük etkinlikler moderniteyle birlikte daha da fazla gelişme gösterdi ve şimdiki sosyo-kültürel bağlamları, globalleşmedir (Roche, 2000). Postmodern çağda, globalleşmenin gündelik hayatın üzerindeki etkisi günden güne artıyor. Büyük etkinliklerin çok fazla çeşitlilik göstermesi, etkileri hakkında bir genellemeye varmayı olanaksız hale getiriyor (Law, 1993).

Büyük etkinlikler, özellikle bir yeniden geliştirme stratejisine entegre edilmişlerse, bireyleri ortak bir amaç çevresinde beraber çalışmaya ikna ederek , değişim için bir katalizör görevi görebilir, ekstra finansman sağlamak ve inşaat projelerini hayata geçirebilmek için kestirme bir yol olabilir (Law, 1993). Gayrimenkul odaklı kentsel yeniden canlandırma projeleri Hall'e (1999) göre yerel ekonomik yenilenme bakımından bazı başarıları imza attı, ancak Smyth'e göre (1994) kentsel yenilemeye bir çözüm getiremedi. Kentsel yeniden canlandırma projeleri, ancak "çeşitlilik ve yakınlıkların artış gösterdiği uzun dönemli bir aktivite" sonrasında bir çözüme ulaşabilir (Hall, 1999).

2.2 Büyük Spor Etkinlikleri Tanımı ve Özellikleri

Özel etkinlikler (special event), tarihe damgasını vuran etkinlikler (hallmark events) veya büyük etkinlikler (mega events) üzerine şimdiye kadar bir çok tartışma yapıldı (Law, 1994; Syme, 1989; Witt, 1988). Roche, (2000) büyük etkinlikleri uluslararası öneme ve popülerliğe sahip, geniş çaplı kültürel (ticari ve sportif olanları

da kapsayan) etkinlikler olarak tanımlar. Günümüzdeki büyük etkinliklerin iki önemli özelliğine değinecek olursak; bunlardan birincisi, bu etkinliklerin ev sahibi şehir yada ulus için önemli sonuçlar doğurduğu, ikincisi ise, medyadan büyük bir ilgi gördüğüdür.

Büyük etkinliklerin genel olarak uluslararası kuruluşların (FIFA ve IOC gibi), ulusal hükümetlerin ve bu hükümetlere bağlı kurumların işbirliği çabaları sayesinde organize edildiğini vurgular. Büyük etkinliklerin sponsorluğunu üstlenen uluslararası şirketlerin de önemi unutulmamalıdır. Bu uluslararası şirketler sayesinde finansal destek sağlanır ve söz konusu etkinliğin uluslararası arenada tanıtımı yapılır. Şüphesiz büyük etkinliklerin büyük maliyetleri olur ve bu yüzden de büyük etkinliklerin ev sahibi kente getirdiği mali yük ve sağladığı kazanç arasındaki dengeye yönelik tartışmalar hala gündemdeki yerini korumaktadır.

Büyük etkinliklere yapılan kamu harcamaları, şehre sağlayacağı uzun vadeli kazanımlara, etkinlik ve kent için altyapı ve kentsel yenileme projelerine, uluslararası tanınırlığının artmasına, turist ziyaretlerinin artmasına ve bu artışın getireceği uzun vadedeki kazançlara vurgu yapılarak meşrulaştırılır. (Ritchie & Aitken, 1985; Hall, 1987; Hall, 1992). Büyük sportif etkinliklerin aday olma süreci de oldukça karışık ve politiktir (Westerbeek & Smith, 2002).

Spor etkinlikleri ile turizm birbiriyle bağlantılı alanlardır. Büyük sportif etkinliklerin turizm potansiyelinin, şehirleri bu tür organizasyonlara ev sahipliği yapmaya ikna eden başlıca etken olduğu açıktır. Etkinliği çevreleyen kültürel ortamdaki katılımcı ve izleyiciler, ulusal ve uluslararası arenada şehrin artış gösteren turizm potansiyeline hizmet eder. Etkinliğin şehrin uzun vadede turist çekmesine ve gelecekte de yeni ziyaretçilerin düzenli olarak uğrak yeri olmasına katkıları da ihtimaller arasındadır.

Büyük etkinlikler, her geçen gün uluslararası arenada daha fazla izleyici toplamakta ve prestij kazanmaktadır. Tahminen 3.9 milyar insan 2004 Atina Olimpiyat Oyunları'nı izledi ve televizyondan takip etti. Japonya ve Güney Kore'de düzenlenen 2002 FİFA Dünya Kupası için, toplamda 213 ülkede 41.000 saatten fazla yayın yapıldı ve tahminen 28.8 milyon izleyiciyi ekran başına çekmeyi başardı (Madrigal, 2005).

Büyük spor etkinliklerinin gelişiminin başlıca üç nedeni vardır. İlk olarak, kitle iletişim araçları teknolojisindeki yeni gelişmeler, özellikle uydu yayınlarının gelişimi, Olimpiyatlar ve Dünya Kupası gibi etkinliklere çok sayıda uluslar arası seyirciyi kazandırdı. 1969’lardan beri, ABD’deki yayın kuruluşları, Olimpiyat Oyunlarının yayın hakkını satın alabilmek için rekabet halindedir. Yayın hakkı için ödenen ciddi rakamlar, Avrupa’daki yayın haklarının sahibi olan ve Avrupa’daki yayıncıların finansal güç ve çıkarlarını temsil eden Avrupa Yayın Birliği (EBU) tarafından belirlenir. Medya yayın hakları, Asyalı yayın kuruluşları (Japonya ve Güney Kore de dahil) tarafından ve Kanada’daki CBC ve CTV gibi ulusal medya kuruluşları tarafından da ödenir.

Büyük etkinliklerin gelişimindeki ikinci neden, 20. yüzyılın sonlarında genel olarak profesyonel spora şekil veren medya-spor-ticaret antlaşmalarıdır. Üçlü sponsorluk hakları modeli, yayın haklarının genişletilmesi ve pazarlamadaki ilerlemeler nedeniyle, büyük spor etkinliklerine çok sayıda spor kuruluşunun ve uluslararası izleyicinin ilgisi çekildi.

Üçüncü neden ise büyük spor etkinliklerinin şehirler ve ülkeler için önemli tanıtım fırsatları olarak görülmeleridir. John Higham (2005), 1980’lerden bu yana gözlemlenen “kent eğlence merkezlerinin” (urban entertainment destinations) gelişiminin, dünya şehirlerinin geçirdiği değişimin en dikkate değer aşamasını oluşturduklarını belirtir. Hannigan (1998), 20. yy’nin başındaki ve 21.yy’nin sonlarındaki “fantazi kentleri”nin (fantasy city) üç eğilim dolayısıyla oluşturulduğunu dile getirir. İlk olarak, verimlilik, hesaplanabilirlik, tahmin edilebilirlik ve denetim olarak belirlenen dört ilkenin uygulamaya koyulmasıyla, eğlence sektörünün işlevleri arttırılır. İkinci olarak, Disney Corporation tarafından da uygulanan temalaştırma (Disneyleştirme, Bryman, 2004) kentlerdeki ticari kuruluşlara ve gayrimenkul geliştiricilerine yeni fırsatlar sağlar. Üçüncü olarak ise, kent içindeki farklı fonksiyonlar aynı mekan içinde çözülerek, farklılıkların ortadan kalkmasıdır.

Bu eğilimler; festivaller, gösteriler ve büyük etkinlikler gibi kentsel gelişim girişimlerinin toplumsal dağılımı hakkında bazı araştırmacıları sorular sormaya yöneltmektedir. Hangi toplumsal grubun bu etkinliklerden yararlandığı, hangilerinin yararlanmadığı ve gelişimlerin hangi amaca hizmet ettiği, en fazla ihmal edilen üç önemli sorudur (Lowes, 2002).

Gruneau (2002), yerel politikacıların ve medyanın, kent refahı algısının, girişimcilerin, gayrimenkul sahiplerinin ve orta sınıf tüketicilerin istek ve çıkarlarına odaklandığını vurgular. Bu nedenle bir sosyal sınıfın çıkarları genelin çıkarları olarak görülür ve bu durum sınıfsal ayrılıklara ve toplumsal bölünmelere zemin hazırlar.

Bir başka sorun ise, merkezi ve yarı merkezi hükümetler toplumsal refaha yönelik harcamalarda kesintiler yaparken, geliştiricilere kamu sübvansiyonu sağlayabilmektedir. Farklı siyasi görüşler toplumsal gelişim ve kamu yararı üzerine farklı tanımlar getirmektedir.

“Global spor–medya-turizm” ittifakının karışık ve bileşik bir hal alması (Nauright, 2004) organizasyonlardaki şeffaflığın yitirilmesine ve gizliliğin yaygınlaşmasına yol açar. Zygmunt Bauman’a göre demokratik müzakere ve tartışma süreçlerine bu durumun etkisi, 20. yy’ın son çeyreğinde start veren “mekandan bağımsız olma savaşı”nın bir parçasıdır. Mekandan bağımsız olmak bir anlamda da karar alma merkezlerinden, bölgesel ve yerel engellerden bağımsız olmak demektir.

2.2.1 Büyük spor etkinliklerinin ortaya çıkma süreci ve nedenleri

Çağımızın kentlerinde spor etkinliklerine atfedilen önemin başlıca nedeni, kentlerin gösteri ve teatral öğelerle süslenen organizasyonlar aracılığıyla aslında tüketimi arttırma hedefleridir (Harvey 1989: 92). Yükselmekte olan bu “gösteri şehirleri” (spectacular city) için sporun önemini, Bourdieu (1998) “sözde popüler sporlar, aslında sadece birer şov görevi üstlenir” diye yorumlar. Harvey’in (1989) de belirttiği gibi (1989), ürün satışı ve birikimine bir sınırlandırma söz konusu ise; kentler, ürün tüketiminden çok, deneyim ve eğlence tüketimine odaklanır. Harvey bu eğilimi “geçici tüketim hizmetleri” (very ephemeral services in consumption) olarak adlandırır (Harvey, 1989). Spor etkinlikleri gösteri kentinin önemli bir parçasını oluşturduğu ve popülerliği ve yaygınlığı dolayısıyla geniş tüketici kitlelerini şehre çekme gücüne sahip olduğu için, sporun kentin kalkınmasına ve tanıtımına katkısı oldukça fazladır.

Büyük spor etkinliklerini organize etmek sadece, tüketimi arttırma yolu olarak değil endüstriyel bir şehrin hedeflediği vizyonu edinmesi için de önemli bir basamak olarak görülür. Popüler kültürü ve kitle kültürünü göz önünde bulundurursak, spor yurtdışından gelen izleyiciye bir kenti tanıtmamanın en popüler yoludur. Böylece spor

etkinlikleriyle, kültürel tüketimin geleneksel formlarını, popüler, bol gösterili, keyif veren ve kolaylıkla ulaşılabilir kılarak , daha geniş ziyaretçi kitlelerini kente çekmek hedeflenir (Featherstone, 1991).

Featherstone (1991), endüstri sonrası kentlerin herhangi bir şeyin temsil edilebilecek, temalaştırılabilecek ve ilgi nesnesi haline gelebilecek derecede işaret ve görüntülerle dolu olduğunu, tüketim, oyun ve eğlence merkezleri haline dönüştüğünü, belirtir. Burada, "herhangi bir şey" sözüyle anlatılmak istenen, gösteri şehirlerinin sembolik ve kültürel bir sermaye yaratmak için imajdan yararlanma yollarının büyük ölçüde farklılık gösterdiğidir. Sadece sanatla değil kitle kültürüyle olan bağlantıları dolayısıyla da endüstri sonrası kentleri kültürel üretim merkezleri olarak görülürler. Bu nedenle sporun da önemli bir role sahip olduğu popüler kültür, daha meşru, prestij kaynağı ve sembolik hiyerarşiyi daha ileriye taşıyacak bir araç olarak kabul edilir (Featherstone 1991). Geleneksel olarak endüstriyel üretimle ilişkilendirilen şehirler, potansiyel turiste olumlu bir izlenim bırakmanın bir yolu olarak spordan ve diğer popüler kültür formlardan yararlanarak, düşük kültürel sermaye algılarının ötesine geçebilirler.

2.2.2 Büyük spor etkinlikleri – imaj – turizm ilişkisi

1980'lerin ortalarından bu yana bir çok gelişmiş şehir, sportif gelişmelerle imajlarını yenilemeyi yoğun şekilde bir konsept olarak benimsedi. Uluslararası iş bölümünün yeniden yapılandırılmasından ve imalat sektörünün çöküşünden olumsuz yönde etkilenen birçok şehir, birbirleriyle tüketim merkezi olma yarışına girdi (Harvey 1989). Bu durum nedeniyle, şehirlerin potansiyel turist ve tüketicileri çekebilmek için pozitif bir imaja olan ihtiyaçları büyük ölçüde arttı. Sonuç olarak, birçok şehir, imajlarını girişimcilere, turistlere ve şehirde ikamet edenlere ilginç kılabilmek için uluslararası pazardaki yerini aldı (Philo ve Kearns, 1993). Günümüzde spora atfedilen popülerlik ve medya ilgisi dolayısıyla, ABD ve İngiltere'deki şehirlerin sporu imajlarını yükseltme aracı olarak kullanmaları yaygınlık kazandı.

İstisnalar söz konusu olsa da, imaj yenileme aracı olarak spor faaliyetlerinin ve prestijli spor etkinliklerinin kullanımına yönelik stratejilerin, endüstriyel şehirler tarafından uygulandığı açıktır. Bu şehirler endüstriyel gelişimin ürünleridir ve endüstriyel yapıları ve görüntüleri bu şehirlerde turizmin gelişimi için bir engel teşkil eder (Law 1996). Sorun, sanayi kelimesinin ve bu kelimenin uyandırdığı

görüntü ve kimliğin, sanayi sonrası kentsel gelişim evresine girmiş şehirlerin tanıtımını ve pazarlanmasını olumsuz yönde etkilemesidir (Hall, 1997). Endüstri kelimesi zihinlerde oldukça “negatif ve demode bir imaj” uyandırır (Hall, 1997). Bu nedenle, bu “endüstriyel” şehirler, günümüz dünyasının yoğun kent rekabetinden kente insan ve para akışını sağlayabilmek için, bir takım kurumlar ve işbirlikleri oluşturmaktadır (Harvey, 1989). Sporun medyada yer alması, modern kültürde popülerlik kazanması ve pozitif çağrışımları, endüstriyel şehirlerin, sporu bir imaj yükseltme aracı olarak kullanmasına yol açmıştır.

Bir çok yorumcunun da dile getirdiği gibi (Thorns 1997, Harvey 1989, C.M. Hall, 1997), imaj çalışmalarının bir çoğunda hedeflenen, şehrin potansiyel turist tarafından algılanış biçimini olumlu yönde geliştirmektir.

Şehrin imalat faaliyetlerindeki azalmayı telafi etmek isteyen belediyeler, kent turizminden kendilerine düşen payı alabilmek için birbirleriyle yarışıyorlar. Şehirlerin büyük tüketici kitlelerine muhtaç durumda olduğu bu yeni kentsel ekonomi anlayışında, büyüyen spor piyasasından gelir elde edebilmek için şehirlerin etkileyici spor tesisleri inşasına ve sportif faaliyet girişimlerine hız vermesi şaşırtıcı değildir. Örneğin, Barselona’da bulunan Nou Camp stadyumu her yıl 500.000 ziyaretçiye ev sahipliği yapar. Spor merkezlerinin ve sportif etkinliklerinin geliştirilmesi kentin çekebileceği izleyici ve turist sayısını büyük ölçüde arttırır. Spor merkezleri, “yerel bir tesis” yada “ziyaretçilerin uğrak yeri” gibi tanımlardan daha da fazlasını hak eder. Bir çok yerel yönetim otoritesine göre spor, endüstri sonrası kimlik krizi yaşayan şehirlere yeni bir imaj ve bakış açısı kazandırmıştır (Law, 1999)

3. BÜYÜK ETKİNLİKLER VE ETKİLERİ

3.1 Ekonomik Etkiler

Şehirlerin büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmayı istemeleri için çok çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenler içinde en ilgi çekici olanı ve itibar göreni ise büyük etkinliklerin, ekonomik etki çalışmaları tarafından büyük bir “talih kuşu” olarak öngörülmesidir. Çoğu zaman ise bu öngörü, bir vaatten öteye gidemeyebilir. Bu öngörüler ışığı altında, artan sayıda gelişmekte olan ekonomi, vaat edilen finansal ganimetten pay almak ve kalkınmada atağa geçmek için süregelen teklif çılgınlığına umut ve ısrarla katılırlar. Üstelik şehirlerin etkinliğe ev sahipliği yapabilmek için spor stadyumlarına ve diğer altyapı gereksinimlerine önemli miktarda yatırım yapmayı taahhüt etmesi gerektiği bilinmektedir. Bu nedenle sorulması gereken soru şudur: Ekonomik faydalar, bu büyük maliyetleri ve girilen bu büyük riskleri telafi etmekte veya daha ağır basmakta mıdır? Bir başka deyişle büyük etkinlikler “enayi altını” mı yoksa “büyük ikramiye” midir? (Barclay, 2009)

Finansal kaynak sağlamanın mantıksal temeli olan bu “etki” çalışmalarının tahmine dayalı bir ön değerlendirme olduğu unutulmamalıdır. Ekonomik “etki” altyapı gereksinimlerinin inşası ve etkinlik süresince meydana gelen toplam ticari aktivite olmak üzere iki ana yoldan elde edilir. Altyapı gereksinimleri ile genelde kastedilen sportif tesisler ve onları kente entegre edebilmek için gerçekleştirilen ulaşım yatırımlardır. Ticari aktivite ile kastedilense, etkinliğe katılan tahmini ziyaretçi sayısı ve bir ziyaretçinin ortalama ne kadar ve kaç gün harcama yaptığıdır. Bir sonraki aşamada bütün bu rakamlar toplanarak “doğrudan ekonomik etki” tahmin edilir. Fakat bu “doğrudan etki”yi hesaplama yöntemini bir çok akademisyen temelde hatalı bularak reddeder. Çünkü birçok etkinlik müşterisi, boş zamana ayırdıkları bütçeler için esnek değildir. Etkinlik biletini satın almak için harcadıkları para yerel ekonomide tiyatroya, eğlence parklarına ya da konsere gitmek için ayırdıkları paranın yerine geçer. Böyle bir gerçeği gözden kaçırmaksa etki çalışmalarının bu kadar abartılmasının temel sebeplerinden biridir. Yerel müşterilerin etkinlik için olan harcamaları yeni bir ekonomik aktivite değil harcamaların yeniden tahsis edilmesidir. Bundan dolayı, daha açık bir ifadeyle bölge halkının ekonomik aktiviteye etkisinin sıfır olması muhtemeldir. Büyük etkinlikler için yapılan ekonomik etki çalışmalarını daha güvenilir hale getirebilmek için etkinliğe katılanlar üzerinde uygulanan

anketlerde katılımcının ikamet ettiği yerin sorulması da önerilir. Böylece analist yerel bölgeden gelen katılımcıyı bertaraf edebilir (Barclay, 2009).

Bu alandaki başlıca çalışmalardan biri, 1985 Adelaide Grand Prix'inin etkisi üzerine yapılan çalışmaydı (Burns, Hatch ve Mules, 1986). Bu çalışmayı, 1984 Calgary Kış Olimpiyatları üzerine yapılan daha derin bir çalışma izledi (Rithcie, 1984; Ritchie ve Aitken, 1984, 1985; Ritchie ve Lyons 1987, 1990; Ritchie ve Smith, 1991).

Mules ve Faulkner (1996) F1 Grand Prix Yarışları ve Olimpiyatlar da dahil olmak üzere, büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapan şehrin, her zaman kesin bir ekonomik kazanç sağlamayabileceğine dikkat çeker. Genel olarak büyük sportif etkinliklere ev sahipliği yapmak kazanç sağlamaktansa şehir yönetiminin maddi kaynak kaybetmesine yol açar. Çizelge 3.1 Gayri Safi Milli Hasıla'da (GSP) büyük spor etkinlikler sonucu ortaya çıkan yükselişe eş zamanlı olarak, büyük sportif etkinliklere ev sahipliği yapan Avusturalya şehirlerindeki maddi kayıpları gösterir. Bu tabloya göre, 1985 Adelaide Grand Prix 2.6 milyon Avusturalya dolarına mal olurken, devlet ekonomisinde 23.7 milyon Avustralya doları dolayında ek bir ekonomik faaliyet yaratmıştır. Mules ve Faulkner'in (1996), temel görüşü kamu sektörünün etkinlikleri düzenleme görevini üstlenmesi ve yerel ekonomiye yarar sağlamak için bu tür maddi kayıpları göze almasıdır: Bu finansal yapı bir çok özel etkinliğin ortak özelliğidir ve gelecekte maddi kayıpların daha da artması muhtemel gözükmemektedir Özel işletmecilerin, büyük etkinliklerden kar elde etme şansları çok düşük olduğu için, bu tür etkinlikleri üstlenmeye gönüllü olmaları pek olanaklı gözükmemektedir (Gratton, Dobson, Shibli, 2001).

Çizelge 3.1: Bazı etkinliklerin finansal maliyetleri ve ekonomik etkileri (Gratton, 2001).

Etkinlik	Finansal Kayıp (A\$ milyon)	Gayri Safi Milli Hasıla Üzerindeki Etki (A\$ milyon)
1985 Adelaide Grand Prix	2.6	23.6
1992 Adelaide Grand Prix	4.0	37.4
1991 Eastern Creek Motor Cycle Grand Prix	4.8	50.6

Ancak özel bir etkinliğin kar ve zarar muhasebesini yapmak çok kolay bir iş değildir. Büyük spor etkinlikleri yeni spor tesislerine yatırım gerektirir ve bu yatırımlar kısmen merkezi hükümetler ya da uluslararası spor kuruluşları tarafından yapılır. Bu nedenle, para dışarıdan geliyor olduğu için bu yatırımların bir kısmı yerel

ekonomiye hareketlendirir. Aynı zamanda, etkinlik sonlandıktan sonra da, etkinlik amacıyla kurulmuş tesisler, turizm geliri sağlanabilecek başka faaliyetleri de ağırlamak için kullanılmaya devam edebilir. Büyük etkinlikler, ev sahibi şehre kazandırdıkları uzun vadeli ekonomik ve sosyal faydalar sonucu meşrulaşırlar (Mules ve Faulkner 1996).

Spor takımları ve sportif faaliyetler hem sponsor olan kuruluşlar için hem de finansal destek sağlayan ev sahibi şehirler için, ticari yatırımlardır. Sportif etkinliğin şehre çektiği turistler, yapacakları harcamalarla ticaretin canlanmasına katkıda bulunacakları için, sportif etkinliklere ev sahipliği yapan kentler çoğunlukla büyük yatırımlardan kaçınmazlar. Sponsor olan kuruluşun, kendi kurumsal ekonomik performansını değerlendirmeye alması için ölçülebilir bir kar ve zarar tablosu yeterliyken, kent halkının daha geniş bir kamusal bağlamda, elde edilen kazançları değerlendirmeye alması gerekir (Gratton, Dobson, Shibli, 2001).

Ekonomik amaçlarla sportif faaliyetlere yapılan yatırımlar şöyle bir döngü oluşturur. Kent meclisi bu kaynağın bir kısmını etkinliklerin düzenlenmesine ve gelişimine harcar. Etkinlikler şehir dışından bir çok ziyaretçiyi kente çeker. Gelen ziyaretçiler etkinliğin yer aldığı muhitte ve şehirde harcamalar yaparlar. Şehir dışından akan bu para kent sakinlerine iş ve gelir sağlar. Kent sakinleri maddi kaynak sağlamaktan sorumludurlar ancak karşılığında yeni iş kaynakları ve daha fazla gelir elde ederler (Gratton, Dobson, Shibli, 2001).

Bu nedenle, toplumun elde ettiği ekonomik kazancı göstermek için yapılacak bir ekonomik etki çalışması, büyük etkinliklerin gerçekleşmesinde ekonomik etki başlıca ve hatta bazı durumlarda tek gerekçe olduğu için öngörülen yatırımı artıracaktır. Genellikle, bir çalışmayı yürütmesi için uzmanlar işe alınır. Hem alanlarında başarılı olmaları hem de verilere nesnel yaklaşımları beklenir ancak çoğu durumda müşterileri sadece onların duymak istediklerini söylemeyi tercih ederler. En dürüst ve saygın uzmanlar bile, ekonomik etki analizi kesin ve değişmez bir veriyle sonuçlanmıyor olduğu için birbiriyle çelişen rakamlar üretebilirler. Ekonomik etki analizi bir çoğu hatalı olan farklı sanı ve prosedürlerin kullanılmasıyla yürütüldüğü için farklı sonuçlara ulaşmak mümkündür. Hatalar bazen, analizi ölçmekte kullanılan analiz ve ekonomik etki kavramının yeterince iyi anlaşılamamış olmasından kaynaklanır, bazı durumlardaysa, analiz kasıtlı olarak yanlış yönlendirilir ve gerçekte ilgisi olmayan abartılı rakamlar üretilir (Gratton, Dobson, Shibli, 2001)

3.1.1.Ekonomik etki değerlendirme sürecinde yapılan temel hatalar

Bu hatalı ekonomik analizler başka yazarlar tarafından da incelenmiştir (Crompton, 1995), yapılan en büyük dört hata: Gelir arpanı yerine satış apanının kullanılması; işgücü çarpanının yanlış yorumlanması; yerel katılımcı / izleyicilerin ekonomik etki analizine dahil edilmesi; etkinlik ziyaretlerinin yanlış yorumlanmasıdır (tesadufi ve istisnai verileri çalışma dışına almadaki başarısızlık).

Yerel katılımcıların ekonomik etki analizine dahil edilmesi

Bir spor tesisine yada etkinliğine atfedilen finansal etki, sadece ev sahibi şehir dışındaki ziyaretçilerin, medyanın, yatırımcıların veya bankaların ekonomiye kazandırdıkları yeni parayla bağlantılıdır.

Ekonomik etki hesaplamasına dahil edilmesi gerekenler sadece etki alanının dışında ikamet eden ve ev sahibi şehri ziyaret etmekteki motivasyonu etkinliğe katılmak olan ya da etkinlik için daha uzun kaldıkça daha fazla harcama yapan ziyaretçiler olmalıdır. Yerel halk tarafından yapılan harcamalar yeni paranın dolaşımını temsil etmez. Bunun yerine, zaten mevcut olan paranın yeniden kullanıma sokulmasını temsil eder. Bölgede ikamet edenlerin spor etkinliğinde bu parayı harcamasalar bile , er ya da geç şehir içinde başka ürün ya da hizmeti satın alarak söz konusu parayı elden çıkarmaları olasıdır. bölge sakinlerinden bir ailenin bir spor etkinliğinde harcadığı 20 doların, şehir içinde başka yerde sinema biletlerine ödenen 20 dolara tekabül etmesi muhtemeldir. Bu nedenle bölge sakinlerince etkinlik için yapılan harcamalar, topluluğa net bir ekonomik hareketlilik getirmediğinden ekonomik etkinin ölçümüne dahil edilmez (Crompton, 2001).

İşgücü çarpanının yanlış yorumlanması

İstihdam arpanı, ev sahibi şehirde, ziyaretçilerin istihdam üzerinde yaptığı her ekstra birim harcamanın dolaylı ve dolaysız etkisini ler. İstihdam arpanı, şehirde, ziyaretçi harcamaları sonucunda ne kadar “tam zamanlı” ve “denk” iş imkanının yaratıldığını gösterir. İşgücü arpanı varolan bütün çalışanların tam gün, tam kapasiteyle çalıştığını varsaymaktadır, böylece ekstra ziyaretçi harcaması bölgedeki istihdam seviyesinin artmasını gerektirecektir. Fakat bu varsayımın spor tesisleri ve etkinlikler için de kullanılması karar vericileri yanıltır çünkü yerel işletmeciler muhtemelen bu ek talebe ellerindeki işgücünü daha fazla kullanarak cevap verecektir. Spor etkinliklerinin kısa dönemli aktiviteler olmasından dolayı, yerel

işletmecilerin bu kısa dönemli talebi karşılamak için dışarıdan işgücü istihdam etmemeleri muhtemeldir. Daha da fazlası, çalışanların, bu geçici talebi yerine getirmeleri için diğer görevlerinden muaf tutularak, gün içinde fazla çalışmaları istenebilir. En iyi ihtimalle birkaç kısa dönemli ek eleman işe alınabilir. Böylece karar vericilerin (ancak “denk” kelimesinin anlamını kavrayamamış olan) çarpan etkisiyle gerçekleşeceğini tahmin ettikleri “tam zamanlı” işler amacına ulaşmaz (Crompton, 2001).

Gelir çarpanı yerine satış çarpanının kullanılması

Satış çarpanı, ziyaretçi harcamalarının ev sahibi topluluk içindeki ekonomik faaliyetlere dolaylı ve dolaysız etkilerini ölçer. Ziyaretçi harcamalarını yarattığı iş hacmindeki yükselişle ilişkilendirir. Bu durum satış etkileri ile ilgilenen iş sahiplerini ya da satış gelirlerini artırmakla yükümlü olan hükümet kuruluşlarını ilgilendirebilir.

Bunun aksine gelir çarpanı, ev sahibi şehirdeki hane halkı gelirlerinde meydana gelen değişikliklere, bir ziyaretçi harcaması biriminin dolaylı ve dolaysız etkisini ölçer. Gelir çarpanı, “gelirde meydana gelen artışın etkinlikten dolayı yapılan özerk harcamalardaki artışa olan oranı”olarak işleme koyulur. Ev sahibi toplulukta ikamet eden bireyler üzerindeki finansal etkiyi oldukça açık bir şekilde gösterir.

Bir spor tesisi ya da etkinliğinin finansal etki analizinde, satış çarpanı, çoğu çevre sakinin ilgi alanı dahilinde değildir. Bölge sakinlerini ilgilendiren mevzu, bu satışların hane halkı gelirine etkisidir. Çevre sakinlerinin çoğu, ziyaretçilerin sağladığı kazançtan ne kadar ekstra gelir elde edebileceğini bilmek ister. Yaşam standartlarını doğrudan etkilemediği sürece çevre sakinlerinin kişi başı satış değerlerine ilgisi muhtemelen sınırlı olacaktır (Crompton, 2001).

Etkinlik ziyaretlerinin yanlış yorumlanması

Ev sahibi şehirde ikamet etmeyen bazı izleyiciler uzunca bir süredir bölgeye bir ziyareti planlıyor ancak spor etkinliğiyle aynı zamana denk getirebilmek için ziyaretin zamanlamasını değiştirmiş olabilirler. Harcamalar, zaten etkinlik olmasa da yapılacağı için ziyaret gerçekleşti varsayılarak etkinliğe atfedilemez. Başka ziyaretçiler ise ev sahibi şehirde başka bir aktiviteye katılmak yerine etkinliğine gitmeyi tercih edebilirler. Bu iki ziyaretçi grubu, etkinlik olmasa da harcama yapmaya zaten hazır olduklarından etkinliğin harcamalarını tetiklediği iddia edilemez. Bu tür durumlarda toplam ziyaretçi harcamaları ile etkinlik için fazladan

geçirilen zamana atfedilen harcamalardaki net artışın, birbirinden ayrılması gerekir (Crompton, 2001).

3.1.2 Fırsat maliyeti

Bugün uluslararası spor kuruluşları, etkinliğe ev sahipliği yapılabilmesi için, istikrarlı ve sağlam mali esaslara dayalı fiyat teklifi sunan adaylara odaklanırlar. Ancak bu kuruluşlar etkinlik işleyişini finansal açıdan kontrol ederken, ev sahiplerinin büyük spor etkinlikleri için gerekli altyapıyı finanse edebilmeleri hala büyük bir zorluk teşkil etmektedir.

Büyük bir sportif faaliyetin düzenlenmesiyle oluşan ve karmaşık sonuçları olan projelerde yatırımların etkinliğini ölçmek kolay değildir.

Ekonomik etki analizleri kaynakların alternatif kullanımını göz önünde bulundurmadığından, fayda-maliyet analizinin uygulanması daha iyi bir yöntem olabilir. Fayda-maliyet analizi, kamu sektörü tarafından uygulanan, ekonomik açıdan mantıklı kararların alınmasına yardımcı olan bir yöntemdir. Bu analiz, kamu kaynaklarının en etkin şekilde kullanımını mümkün kılabilmek amacıyla, etkinliklerin toplam etkilerini, alternatif projelerle karşılaştırır (Preuss, 2009). Günümüzde fayda-maliyet analizi büyük çaplı sportif faaliyetlerin değerlendirilmesinde kullanılan en uygun yöntemlerden biridir. Ancak dolaylı etkileri değerlendirememesi gibi bir takım eksiklikleri de mevcuttur (Barget & Gouguet, 2007). Örneğin, Szymanski (2002) “büyük etkinliklerin ekonomik etkisinin az olabilirken, reklam değerinin yüksek olabileceğini” dile getirir. Ancak dolaylı etkiler, fırsat maliyetleri hakkındaki tartışmalarda göz ardı edilse de büyük çaplı sportif faaliyetlerde temel rolü üstlenir.

Fayda-maliyet analizinde amaç, yürütülen bir projenin kamu refahına tüm olumlu ve olumsuz etkilerini ölçmektir. Üretim faktörlerinin çeşitli finansal alanlara dağılımının, ihtiyaçları en iyi şekilde karşılanmasını sağlayıp sağlamadığı başlıca sorulardan birisidir. Bu soru büyük etkinliklerin kaynak dağılımını eleştiren Olimpiyat muhalifleri için de bir başlangıç noktasıdır (Lenskyj, 2000).

Muhalifler, genel olarak bir etkinliğe eğlence gözüyle bakan bireylerden daha farklı öncelikleri önemserler. Fırsat maliyetlerini değerlendirebilmek için, alternatif harcama, başka bir amaca karşı değerlendirmeye alınmalıdır. Geneli özel amaçlardan ayırmak mümkündür (Preuss, 2009).

- 1) Başlıca politik amaç kamu refahını artırmak amacıyla, tüm kamu kaynakları harcamalarını en verimli aktivitelere yönleltmektir (Szymanski, 2002, s. 3). Bu nedenle, kamu refahını artıran her aktivite, büyük çaplı bir sportif etkinliğe yatırım yapmak için potansiyel bir alternatiftir. (Crompton, 1995, Hudson, 2001). Örneğin, büyük bir etkinliğin organizasyonuna yapılan yatırımların verimliliği, yeni endüstriyel alanlara, hastanelere ve çocuk yuvalarına yönelik yatırımın verimliliğiyle karşılaştırılmalıdır.
- 2) Özel bir politik amaç da kamu yararını dolaylı olarak artırabilir. Kamu yararını gözeten özel bir politik amacın başarıya ulaşabilmesi için, tüm alternatif projelerin büyük sportif faaliyetle aynı hedefi karşılaması gerekmektedir (Rahman,1998). Örneğin, olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapan bir ülkenin dünya çapında imajını artırması, tüm dünyada örneklerinde görülen alternatif imaj kampanyalarıyla karşılaştırılmalıdır.

Farklı çıkar grupları için fırsat maliyeti doğru analiz etmek güçtür. “ gelmiş geçmiş en iyi Olimpiyat oyunları” sözü, eski IOC Başkanı J.A. Samaranch’ın başarılı bir Olimpiyat Oyunları sonrasında söylediği sözlerdir. Ancak Olimpiyat Oyunları’nın başarısını nasıl ölçeriz? Samaranch bu sözüyle finansal ve toplumsal olarak organizasyonun başarısından mı söz ediyor yoksa sporda kat edilen başarıdan mı? Ve kimin bakış açısına göre başarıyı ölçüyor? Politikacıların mı, madalyon kazanan sporcuların mı , varlıklı vatandaşların mı yoksa IOC üyelerinin mi bakış açısı dikkate alınıyor? Eğer yatırımın verimliliği üzerine karar vermemiz gerekirse, bir sportif etkinliğin çıktılarını dikkate almamız şarttır. Bu da ancak tek tek her bir paydaşın perspektifinden, bütün maliyetlerin, bütün faydalardan çıkartılmasıyla bulunabilir (Preuss, 2009).

Harcanan kamu kaynakları ve fırsat maliyeti söz konusu ise, etkinlikten kimin kazanç elde ettiği, kimin ödeme yaptığı ya da katkıda bulunduğu hakkında doğru veriye ulaşabilmek için detaylı bir analiz yapılmalıdır.

Büyük sportif faaliyetlere yönelik yatırımların verimliliği

Büyük sportif faaliyetlerin mirası ve ekonomik etkisi üzerine yapılan akademik tartışmalardan anlaşılacağı üzere, böyle bir etkinliği hayata geçirmenin, sınırlı kamu kaynaklarını verimli bir yatırım aracı haline getirip getirmediği açık ve kesin değildir. Büyük etkinliklerin düzenlemesini destekleyen ve desteklemeyen birçok

fikir öne sürülmüştür. Verimlilik söz konusu ise, farklı iki görüş önem kazanır (Preuss, 2009):

Gruplardan biri, büyük spor etkinliklerinin bir çok özerk kaynağı çektiğini ve aynı zamanda kısa dönemli tüketim etkisini beraberinde getirdiğini iddia eder. Böylece şehir, etkinliğin organizasyonu boyunca modernizasyon ve yeniden yapılanma fırsatlarını elde eder (Matheson, 2002; Porter, 1999). Şehrin etkinlik odaklı gelişimi “etkinlik stratejisi” olarak adlandırılabilir.

Diğer grup ise, büyük sportif faaliyetlerin, uzun dönemli ekonomik büyümeyi en verimli şekilde artırmadığını ileri sürer. “Etkinlik strateji”sinin, aceleye getirilmiş planlama süreci, ihtiyaç duyulmayan yapıların inşası ya da yeni inşa edilmiş tesislerin sürdürülebilir olmaması gibi riskleri taşıdığını iddia eder. Başka bir şekilde ifade edecek olursak, etkinliğin verim getirmemesi daha da fazlası, negatif ve maliyetli bir takım sonuçları beraberinde getirmesi beklenir. Bu yüzden, kamu kaynaklarının alternatif projelerin yatırımında kullanılması daha iyi olacaktır (Preuss, 2009).

Bu iki grubun da görüşleri dikkate alınmalıdır. Tartışmanın ana noktası fırsat maliyetleridir ya da başka bir deyişle, etkinliğe harcanan kaynakların daha iyi fayda-maliyet oranı olan veya aynı hedefi gerçekleştirecek diğer tesislere yatırılıp yatırılmadığıdır.

3.2. Kentsel Gelişim Üzerine Etkiler

Birçok şehir, uluslararası spor etkinliklerini ve diğer büyük etkinliklere ev sahipliği yapmayı, kent ekonomisindeki uzun dönemli sorunları çözmenin en iyi yolu olarak görmektedir (Darcy, 2006). Ev sahibi şehir olmayı üstlenmekle, kamu ve özel kuruluşlardan finansal kaynak elde edilir (Essex ve Chalkley, 2004; Hiller, 2000; Jones, 2001; Whitelegg, 2000). Sınırlı bir zaman dilimi içinde gerçekleştirilen etkinliklerin, sürdürülebilir bir kentsel dönüşümü uzun vadede nasıl etkileyebileceği ise yeterince açık değildir. (Andranovich, 2001). Çoğu durumda, büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın başlıca nedeni, kentsel altyapıdaki büyük eksiklikleri giderebilme ve ihmal edilmiş kentsel yapıları iyileştirebilme olanağına erişebilmektir. (Carriere ve Demaziere, 2002; Essex ve Chalkey, 1999).

Büyük etkinlikler, genel olarak, şehrin ticaret alanı ve yerleşim yeri olarak tanıtılmasında, birçok durumda ise şehrin turizm ve eğlence merkezi olarak ilgi çekmesinde önemli işlevler görür (Rubalcaba- Bermejo ve Cuadrado-Roura, 1995). “Uluslararası” statüde bir şehir olma arzusu büyük etkinliklere ev sahibi olma hakkı temel motivasyonlardan biridir (Pinson, 2002; Rubalcaba-Bermejo ve Cuadrado-Roura, 1995; Ward 2003). Temel tartışma konularından biri de büyük etkinliklere aktarılan büyük mali kaynakların fırsat maliyetidir. Bu tür etkinlikler adaylık sürecinde büyük ölçüde kaynak aktarımını gerekli kılar (Shoval, 2002).

Tüm örneklerde, etkinliğe ev sahibi olma teklifinin odağında, etkinlik kentsel arazi üzerinde yeni gereksinimler ve gayrimenkul piyasasında yeni arzlar oluşturduğu için, kentsel yapıyı çevrenin dönüşümü vardır (D’Arcy ve Keogh, 1999; 1998; 1997). Ancak etkinliğe ev sahibi olma teklifiyle doğan gereksinimlerin belirtilen zaman içerisinde karşılanması çoğu zaman başarısız olmuştur. Bunun sebebiyse yapıyı çevrenin yaratıldığı, şekillendirildiği ve piyasaya sunulduğu pazarlama faaliyetinin, kentsel arazinin ve gayrimenkul piyasasının kapasitesinin tam olarak hesaba katılmadan yapılmasıdır. Birçok geçmiş örnekte elde edilen veriler, yapıyı çevre ve kentsel dönüşüm süreci üzerindeki potansiyel kar etkilerinin etkinlik sonrasında beklenen şekilde gelişme göstermediğini ve maliyeti büyük ölçüde artırdığını gösterir (Andranovich, 2001). Ancak etkinliklerin gayrimenkul piyasası üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini ölçmek, projelerde kullanılan kaynağın kamuya ve özel teşebbüslere geri dönüşlerini sınamak ve başarılı bir sonucun ölçütlerini belirlemek için literatürde yeterli çalışma yapılmamıştır (Darcy, 2006).

Büyük etkinliklerin sayısındaki artış bir yana, bir diğer başlıca değişim, ölçeklerinde ve uluslararası etki alanında kendini gösterir. Bu değişim ise en çok sportif etkinliklerde gözlemlenir. Değişimin başlıca göstergesi ise ev sahibi şehrin, etkinliği finanse etmek için ihtiyaç duyduğu kaynaklardaki büyük artıştır. 2012 Olimpiyat Oyunları’na ev sahipliği yapmaya hazırlanan Londra’da mevcut bütçe 2,54 milyar sterlin (spor tesisleri için 590 milyon sterlin, Olimpiyat Köyü için 650 milyon sterlin, Olimpik altyapı için 1,3 milyar sterlin) miktarına ulaşmıştır. 2004 yılında Birleşik Krallık’ta inşaat sektörünün gayri safi katma değerinin (GVA) 67,6 milyar sterlin olduğu göz önüne alınırsa bu etkinlik için ayrılan bütçenin büyüklüğü ortaya çıkar (Grantham, 2009). Bu büyük kaynakların kullanımının meşrulaşabilmesi için ev sahibi şehrin kentsel yeniden yapılanma sürecinden büyük faydalar elde etmesi

gerekir. Bu sebeple büyük etkinliklerin kentsel değişim katalizörleri olarak önemi gittikçe artmaktadır.

Kentsel yeniden yapılanmanın doğurduğu sonuçların neden olduğu başlıca sorun, nitelikleri gereği geçici ya da kısa vadeli olan bir etkinliğin ev sahibi şehre uzun vadede nasıl kazanç sağlayabileceğine ilişkindir. Bu köklü sorun nedeniyle büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın kentsel değişim üzerine etkisi hakkındaki yargılar, genellikle tartışmalıdır (Darcy, 2006).

Doğrudan faydalar

Büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın kentsel yapılanmaya etkileri üzerine geçmişte yapılmış bir çok çalışma, doğrudan/hesaplanabilir ve dolaylı/hesaplanamaz kazançları birbirinden ayırt etmeye odaklandı. İlk olarak, somut kazançları göz önüne alacak olursak, büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapabilmek için, etkinlik için gereken fiziki altyapı (gerekli sportif tesis) oldukça önemlidir (Essex ve Chalkley, 2004; 1999; 1998; Hiller, 2000; Jones, 2001 Whitelegg, 2000). Bunlara ek olarak birçok ev sahibi şehir, etkinliği en iyi şekilde destekleyebilmek için kamusal altyapıya özellikle de ulaşımaya büyük yatırım yapar. Yeni metro sistemleri, yeni havayolları ve kara yolları bu yatırımlara örnek olarak gösterilebilir (Darcy, 2006). 1992 Olimpiyat Oyunları'nın gerçekleştirildiği Barselona'da kıyı geliştirme projeleri, atık su ve telekomünikasyon sistemleri, yeni bir hava alanı da dahil olmak üzere elli yıllık bir altyapı çalışması, sekiz yıllık bir periyotta gerçekleştirilmiştir (Grantham, 2009). Benzer bir şekilde 2004 Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapan Atina'da da önemli altyapı projeleri hayata geçirilmiştir. Atina'ya 20 km. uzaklıktaki Spata şehrine yeni bir uluslararası havaalanı kurulmuş, metro sistemi genişletilmiş ve geliştirilmiş, yeni hava alanını şehir merkezine ve önemli Olimpik tesislere bağlayan Attiki Odos isimli otoban inşa edilmiş, güney banliyölerine ulaşım için yeni bir tramvay hattı ve birçok bağlantı yolu çalışması gerçekleşmiştir (Darcy, 2006).

Etkinliklerin düzenleneceği yerin seçimi de, elde edilecek karı büyük ölçüde belirler. Büyük etkinliklerin yer seçiminde, uzun vadeli kentsel yeniden yapılanma bakımından ev sahibi şehrin çıkarları ve kazanımları gözetilmelidir. Yerel ekonomideki mevcut sorunlar dikkate alınarak yer seçiminde bulunulmalıdır. Seçilen yerdeki yapılanmanın şehrin kurulu düzenine zarar vermeyeceği ve yeni ekonomik sorunlara neden olmayacağı güvence altına alınmalıdır. Etkinlik sürecinde izlenen

stratejiler, kamusal altyapıya yönelik özellikle ulaşım altyapısına yapılacak yatırımların miktarını belirleyecektir.

Ulaşım altyapısına yapılacak yatırımların, etkinlik tesislerinin kurulacağı yerlerle de yakından ilgisi vardır. Yatırımlarla yeniden yapılandırılan ulaşım sistemi, etkinlik ziyaretçilerini, etkinlik alanına taşıyacaktır. Bu nedenle, ulaşım sistemine yapılan yatırımlardan en büyük ve uzun vadeli kazancın elde edilmesine olanak tanıyacak şekilde, etkinlik alanının şehir içine konumlanmış olması büyük önem taşır. Eğer bu tür yatırımlar, yeni bir hava alanının inşasını ya da mevcut hava alanının yeniden yapılandırılmasını gerekli kılarsa, uluslararası ulaşım ağındaki gelişmelerden de potansiyel bir kazanç sağlanabilir (Darcy, 2006).

Etkinlik sonrası tesislerin kullanımı da potansiyel kazancın önemli bir belirleyicisidir. Dünya standartlarında olması beklenen tesisler, ev sahibi şehre gelecekte de ağırlayacağı ulusal ve uluslararası etkinliklerde büyük ölçüde yarar ve kazanç sağlar. Avustralya yerel turizm kuruluşlarına göre, 2000 Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapan Sidney, bu etkinliğe seçilmesi sayesinde ek etkinlik sayısını %34 artırmıştır. Aynı şekilde, Barselona da 1992 Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yaptığından bu yana kongre etkinliklerinde %64 artış sağlamış ve şu an yılda 700 büyük konferansa ev sahipliği yapar duruma gelmiştir (Grantham, 2009). Ancak birçok şehir etkinlik için yapılan tesislerden tam olarak yararlanamaz ve bu tesislerin tüm bakım maliyetlerini karşılayamaz. Bu nedenle etkinlik sonrası kullanım stratejilerinin net olarak belirlenmesi potansiyel bir kazançtır. Bu süreçte, etkinliklik sahibi olan organizasyonun yapısı da önem kazanır. Özel, kamusal yada kamu-özel ortaklığına dayalı bir organizasyon olması her durumda tesislerin etkinlik sonrası kullanımlarını farklı şekilde etkiler. Etkinlik sonrası tesislerin kullanımında kamu ve özel sektörün farklı politikalar izlemesi doğaldır. Birinin ürettiği politikalar üstün kamu yararı gözetirken, bir diğeri daha fazla kar elde etme amaçlı girişimlerde bulunmak isteyebilir (Darcy, 2006).

Ev sahibi şehirler kamusal tesislere özellikle de ulaşım yaptıkları yatırımlardan uzun dönemli doğrudan kazançlar elde ederler. Kent yöneticileri, bu yatırımları, büyük etkinliklere ev sahipliği yapma ve kaynak sağlamadaki başlıca gerekçe olarak görürler. Birçok ev sahibi şehir için büyük etkinlikler, ulaşımındaki ve kamusal altyapıdaki eksiklikleri gidermeye olanak sağlar. Bu yatırımlar eğer etkili bir şekilde yürütülürse ev sahibi şehre uzun vadede fayda sağlar (Darcy, 2006).

Bu yatırımlara kamu ulaşım sisteminin de kalkındırılması dahil edilirse, şehir içi taşımacılık ve ulaşım büyük ölçüde gelişir. Belirgin bir bölgenin bu yatırım sonrası şehir içindeki değerinin yükselmesi, bölgedeki arazilerin ve gayrimenkullerin fiyatlarının artması olağandır. Örneğin, Olimpiyat Oyunları ile kıyaslandığında daha yerel bir etkinlik olan Commonwealth Oyunları 2002 yılında İngiltere'nin Manchester şehrinde yapılmıştır. Bu etkinliğin organizasyonu esnasında gerçekleştirilen altyapı çalışmaları sebebiyle emlak fiyatları Manchester merkezinde 1997 ve 2002 seneleri arasında %102 artmıştır. Bu artış Manchester'in yer aldığı North West bölgesindeki %52 ve Birleşik Krallık genelindeki %83 oranındaki emlak fiyatlarının artışından anlamlı şekilde yüksektir (Grantham, 2009).

Ancak altyapı yatırımları, yeni yerleşim bölgelerinin imara açılmasına ve kalkınmasına hizmet ederken, mevcut yerleşim yerlerinin şehir içindeki itibarlarını koruyabilmesini ve değer kaybetmemesini de sağlayabilmelidir. Eğer bu denge korunamazsa, etkinlik için geliştirilen altyapı yatırımları eski yerleşim yerlerinin gözden düşmesine, yeni yerleşim yerlerinin rağbet kazanmasına neden olabilir. Büyük etkinliklerle ilgili göz önünde bulundurulması gereken bir başka negatif etki de gelir seviyesi daha düşük bölgelerde yaşayan halkı, etkinliğin kira bedellerinde yarattığı artışla, yer değiştirmeye zorlayabilmesidir. Örneğin 1993 yılında Sidney'in 2000 Olimpiyat Oyunları için aday olacağını açıklanmasından itibaren, oyunların yapılacağı merkezin hemen yakınındaki geleneksel endüstri banliyölerinde artan sayıda kentsel dönüşüm projesi başlatıldı. Leichhardt, Ashfield, Drummoyne, Burwood, Concord, ve Strathfield gibi bölgelerinde yine artan bir şekilde apartman projeleri inşa edilmeye başlandı ve bir "olimpik koridor" oluşturuldu (McKay & Plumb, 2001). Gayrimenkul şirketlerinin bölgedeki profili yükselterek bölgede yeni bir yaşam alanı oluşturma çabasının ve bunun sonucu konut piyasasındaki hareketliliğin artmasının, olimpiik koridor etrafındaki yerleşimler üzerinde gözle görülür bir etkisi oldu. Konut fiyatlarının ve kiralarının artmasıyla kendini gösteren bu etki "geleneksel" ve ucuz yerleşim alanlarını terketmek zorunda kalan insanlar için problem yarattı (Ritchie & Hall, 1999).

Tüm bu geniş kapsamlı altyapı çalışmaları ve kentsel gelişim projeleri yapılırken çevre faktörü de göz önünde bulundurulmalıdır. Çevreye karşı duyarlılık büyük etkinliklere ev sahipliği yapacak şehrin seçilmesinde önemli konulardan biri haline gelmiştir. Örneğin, 1994 yılında Uluslararası Olimpiyat Komitesi "çevre" kavramını,

“spor” ve “kültür” ile birlikte Olimpiyat prensipleri arasına koymuştur. Bu durum 2008 yılında Olimpiyatlar’a ev sahipliği yapan Beijing (Çin) şehrini geniş kapsamlı bir çevre programı uygulama konusunda taahhütte bulunma zorunluluğunda bırakmıştır. Benzer bir şekilde Kış Olimpiyatları’na ev sahipliği yapan Salt Lake City (A.B.D) etkinlik süresince çevresel duyarlılığı göstermek için dünya genelinde iki milyon ağaç dikmek zorunda kalmıştır (McKay & Plumb, 2001)

Dolaylı faydalar

Bir önceki bölümde büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın kentte yarattığı doğrudan faydalardan ve ihtiyatlıca yaklaşılması gereken konulardan bahsedilmiştir. Büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın şehirlere sağladığı dolaylı yararları değerlendirmek kesinlikle daha zordur, çünkü etkinin tam olarak hangi zaman diliminde kendini gösterdiğini kesin olarak belirlemek çok güçtür (Darcy, 2006). Burada söz konusu olan, bir şehrin etkinlik boyunca uluslararası arenanın ilgi odağı olmasından kaynaklanacak etkiler ve şehrin hem eğlence hem de ticaret merkezi olarak algılanmasının en iyi şekilde nasıl sağlanabileceğidir. Büyük etkinliklere ev sahipliği yaparken başarıya ulaşmanın anahtarı, etkinlik boyunca oluşturulan görüntü ve algılardan faydalanabilmek ve etkinlik sonrasında da bu faydaları devam ettirebilmektir. Şehrin geçici olarak dünyanın odağında bulunma avantajını nasıl kullanacağı, oluşturulan görüntülerin ne kadar kalıcı olacağı ve bu algıların en iyi şekilde nasıl korunacağı gibi sorular, ev sahibi şehrin stratejik bir yaklaşım için cevaplaması gereken sorulardır (McKay & Plumb, 2001). Bu yararların sağlanabilmesi için etkinliğin uluslararası arenada katılımcıların, izleyicilerin, organizatörlerin ve elbette uluslararası medyanın beğenisini toplamış, başarılı bir etkinlik olarak algılanması şarttır. Kentin bu olumlu imajlarla algılanması ve tanınması aynı zamanda kente olan yatırımcı ilgisini de arttırıcı bir etki yapacaktır.

Etkinliklerin dolaylı yararları, şehrin ekonomik etkinlik akışı ve şehrin uluslararası arenadaki konumu ile ilişkili olarak farklı iki kategoriye ayrılabilir. Ekonomik etki akışıyla ilgili olarak yatırım akışının dış kaynaklı mı iç kaynaklı mı olduğu, şehirde hangi merkezi iş veya konut bölgesini seçtiğini, ne kadar turist getirdiğini hesaplamak nispeten daha kolaydır.. Ancak önceden de belirtildiği gibi, etkinin tam olarak görüldüğü zaman diliminin belirlenmesi oldukça güçtür. İkinci olarak “uluslararası” bir şehir olmak, bir çok şehir için kentsel yeniden yapılanma stratejilerinin önemli bir bileşeni olsa da, “uluslararası şehir” konumuna erişilip

erişilemediğinin hesaplanabilmesi zordur. Şehrin etkinliği çekmesi ilk bakışta şehrin “uluslararası” konumunu güçlendiğine dair bir kanıt olarak algılanabilir.

Bu bağlamda önemli faktörlerden birisi de ev sahibi şehrin kentsel hiyerarşideki başlangıç konumudur. Şehrin etkinliğe hangi konumunu (ulusal, bölgesel ya da uluslar arası) güçlendirmek için ev sahipliği yaptığı saptanmalıdır (Darcy, 2006).

Her iki dolaylı etkiden kazanılacak potansiyel faydaları maksimize etmek için, etkinlik için iyi tasarlanmış bir stratejinin parçası olarak etkinlik sonrası yer pazarlama politikaları da planlamaya dahil edilmelidir.

Şehirlerin stratejik konumu, ev sahipliğini üstlendikleri büyük etkinlikleri, önemli ölçüde etkiler. Aynı şekilde şehrin nitelikleri de etkinliğin gidişatında söz sahibidir. Özellikle, kentlerin ekonomik nitelikleri, mevcut kentsel problemlerin büyüklüğü, kentsel yeniden yapılanma stratejilerinin yaygınlığı ve politik girişimler etkinliğin başarısını büyük ölçüde belirler. Tüm bu etkenler göz önünde bulundurularak, bir şehrin büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapma kararının stratejik açıdan uygunluğuna, etkinliğin etkileri ve bu tür bir etkinliğe yapılabilecek politik müdahale ihtimalleri (seçimler, ideolojik değişimler...vb) de hesaba katılarak karar verilmelidir (Darcy, 2006). Çizelge 3.2’de ev sahibi bir şehrin muhtemel kazancının dayandırıldığı koşullar özetlenmiştir:

Çizelge 3.2 : Büyük etkinlikler ve ev sahibi kente muhtemel faydaları (Darcy, 2006).

Fayda Çeşitleri	Belirleyiciler	Konum Etkileri	Faydayı Maksimize Eden Özellikler
Doğrudan	-Etkinlik tesisleri -Ulaşım ve diğer kentsel altyapı yatırımları	-Konumun özelliği -Arazi ve emlak değerleri -Ulaşılabilirlik -Kentsel Donatılar	-Konum stratejisi -Kentsel yeniden yapılanma öncelikleri -Etkinlik sonrası tesisleri kullanım stratejisi -Sürdürülebilir uzun dönemli kentsel değişim
Dolaylı	-Global medya etkisi -Uluslararası ve ulusal konum -Ekonomik faaliyet akışlarının etkisi	-Kentin büyüklüğü -Ev sahibi ülke	-Başarılı Etkinlik -Etkinlik sonrası yer pazarlama

3.3 Gayrimenkul Piyasası Üzerine Etkiler

Etkinliklerin gayrimenkul piyasası üzerindeki etkileri çoğunlukla dolaylı etkilerdir ve uzun bir zaman süreci içerisinde hissedilir. Etkinliklerin daha doğrudan ve kısa dönemli etkileri otel ve turizm sektörleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Etkinliklerin gayrimenkul piyasasına etkileri, şehrin imajı ve tanıtımı gibi sektöre daha dolaylı yararlar sağlayan motivasyonlar tarafından yaratılmaktadır. Büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın gayrimenkul piyasasına doğrudan etkileri ise yerel emlak piyasasının büyüklüğüne ve nispeten doygunluğuna bağlıdır. Bu etkilerin en net görüldüğü piyasalar daha küçük ve daha az doygunluğa ulaşmış piyasalardır (McKay & Plumb, 2001). Büyük etkinliklerin sebep olduğu kentsel değişim baskıları, kentsel yapılı çevre ve çevrede etkin olan gayrimenkul piyasasının aracılığı ile artar. Aslında, sadece fizik yapılı çevre değil, bu yapılı çevrenin yaratılma, şekillendirilme ve pazarlanmasında da gayrimenkul piyasası göz ardı edilmemelidir. Fakat gayrimenkul piyasasının kentsel yapılanma üzerinde oluşturduğu bu yoğun baskı piyasada arz fazlasının doğmasına da sebep olabilir. Çin Ulusal Gayrimenkul Geliştirme Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Meng Xiaosu, 2008 Olimpiyat Oyunları'nın yapıldığı Beijing ve Shanghai şehirleri ile ilgili olarak, gayrimenkul endüstrisi için bu iki şehirde büyük iş fırsatları bulunduğunu fakat aynı zamanda çözümlenmesi gereken sorunlar ile karşı karşıya gelineceğini de belirtmiştir. Beijing'de arazi fiyatları artmaktadır ve şu an çok sayıda lüks apartman ve ticari bina bulunmaktadır. Beijing'de emlak fiyatları bir piyasa balonu yaratma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Beijing gibi gelişmekte olan piyasalarda arz fazlası açık bir tehlike oluşturmaktadır (Grantham, 2009).

Muhtemel gayrimenkul piyasası etkilerine karar verilebilmesi için, doğrudan/hesaplanabilir ve dolaylı/hesaplanamaz etkiler arasındaki ayrımın iyi belirlenmesi gereklidir. doğrudan/hesaplanabilir olanla başlarsak, etkinlik tesislerinin inşaatı ve gelişimi -tesisler daha üst düzey projelere de hizmet edeceklerse- yerel inşaat firmaları ve gayrimenkul geliştiricileri için önemli olabilir. Eğer yerel inşaat şirketleri ve geliştiriciler bu kapasiteden yoksunlarsa, sektördeki uluslararası şirketlerin en fazla kazancı elde etmesi muhtemeldir. Eğer etkinlik sonrası rasyonel bir kullanım planlanmadıysa, yerel gayrimenkul aktörleri, bazı etkinlik tesislerinin yeniden gelişim potansiyelinden kar elde edebilir. Aslında, böyle alanların yeniden

gelişim için değer kazanması büyük ölçüde etkinlik yerinin ulaşılabilirliğine ve etkinliğin kent içindeki konumuna bağlıdır (Darcy, 2006).

Büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın uzun dönemli etkilerinden biri, altyapı ve çevresel iyileştirmelere yapılan yatırımlarla kentsel gelişim için sağladığı fırsattır. Ulaşım ve çevresel problemlerin çözümü için büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak bir fırsat olarak değerlendirilebilir (McKay & Plumb, 2001). Etkinlik tesislerinin ve onları destekleyen ulaşım altyapısının bir sonucu olarak şehir içi ulaşımındaki gelişmeler yeni kentsel gelişim fırsatlarına ön ayak olur. Özellikle olumlu dışsallıklar ve yayılma etkileri doğrudan kazancın en olası parçasıdır. Eğer etkinlik tesislerinin yer seçimi kentsel yeniden canlandırma stratejisinin bir parçasını oluşturuyorsa, gayrimenkul piyasasına büyüklük ve çeşitlilik açısından faydası daha çok olacaktır. Örneğin, 2012 Olimpiyat Oyunları'nın yapılacağı Londra'nın güneyinde bulunan Stratford City'de 500000 metrekaresi ticari gayrimenkul olmak üzere, içinde birçok anıtsal (landmark) binanın ve 140000 metrekaresine yeni alışveriş ve sosyal tesisleri de bulunduran toplam 1,25 milyon metrekaresine çok amaçlı (mixed-use) fonksiyon yaratılarak bölgenin dönüşümü sağlanacaktır.

Londra Belediye Başkanı Ken Livingstone, Stratford City'nin Londra'nın güney bölgesine ait bu alanı gelişen yeni bir kentsel bölgeye dönüştüreceğini söylemektedir (Grantham, 2009). Eğer ulaşım altyapı çalışmaları yeni bir havaalanının, çevre yolunun veya metro sisteminin inşasını gerektirirse, önemli arazi kullanım ve arazi fiyatlarındaki değer değişikliklerinin ortaya çıkması muhtemeldir, öyle ki bu durum gayrimenkul sektörüne yeni fırsatlar ve imar alanları sunar.

Dolaylı etkilere değinecek olursak, gayrimenkul piyasası; etkinliğin sağladığı başarıya, çektiği uluslararası ilgiye ve bu faktörlerin şehrin bir ticaret ya da eğlence merkezi veya yerleşim alanı olarak algılanış biçiminde yol açtığı değişikliklere göre şekillenir. Muhtemel etkinin kesin zamanının ya da büyüklüğünün belirlenmesinde hala önemli sorunlar söz konusudur. Eğer etkinlik şehir hakkındaki uluslararası algıyı değiştirme ve şehrin uluslararası arenadaki itibarını yükseltme amacına hizmet eden uzun dönemli bir stratejinin parçasıysa, bu durum muhtemel karı büyük ölçüde artıracak demektir. Etkinlik sırasında kentin edindiği dinamizmin devamlılığının sağlanması ve etkinlik sonrası kentin uluslararası arenada edindiği itibarı sürdürmesi için gösterilen çaba ve çalışmalar büyük önem taşır (Darcy, 2006).

Yukarıda yürütölen tartışma, ev sahibi şehirdeki gayrimenkul piyasasının büyük etkinlikler dolayısıyla şehirlerde meydana gelen dinamizmden, büyük fırsatlar yaratabilme potansiyeline işaret eder. Ancak bu durumun ne ölçüde olacağı, projenin stratejik planlama süreci ile de yakından alakalıdır. Gayrimenkul piyasasının elde edeceği potansiyel kazanç, etkinlik sonrası ve öncesindeki politik atmosfer ve oluşumdan etkilenir. Gayrimenkul piyasasının çıkarlarının korunması amacıyla politika yürütme aşamasında yaşanan başarısızlıklar etkinliğin kazanç etkilerini ağır biçimde engelleyebilir. Kentsel yapılanmaya ilişkin kapsamlı stratejilerin etkinlik sırasında ve sonrasında planlanması bahsedilen olumsuz duruma zemin hazırlar (Darcy, 2006).

Belirtilen etkilerin boyutları ve zamanlamaları etkinliğin yapıldığı kente göre değişiklik göstermiştir. Ev sahibi şehirlerin farklı ekonomik ve politik konumlara sahip olduğunu göz önünde bulundurmak kadar, gayrimenkul piyasasını da içerik olarak farklı sektörler bazında incelemek önemlidir. Bu sebeple, büyük etkinliklerin gayrimenkul piyasasına etkileri incelenirken bu etkiler otel, konut, iş yeri ve perakende piyasalarındaki etkiler olmak üzere dört bölüme ayrılmıştır.

Otel piyasası

Otel piyasası, gelen ziyaretçi sayısı ve dolayısıyla kısa süreli konaklama talebi nedeniyle büyük etkinliklerin en fazla etkilediği gayrimenkul piyasasıdır. Etkiliğin kesin etkisi, kent içi turizm (yerel turist piyasası) doygunluğu, etkinliğin otel arzına teşvik derecesi ve bölgenin etkinliği turizm endüstrisi için nasıl kullandığı ile ilgili farklılıklar nedeniyle şehirden şehire göre değişmektedir.

En büyük spor etkinliklerinden birisi olan Dünya Olimpiyatları, 1988 yılından başlanarak 2000 yılına kadar geçen sürede sırasıyla Barselona (İspanya), Seul (Kore), Atlanta (ABD) ve Sidney (Avustralya) Olimpiyatları örnekleriyle incelendiğinde tüm bu şehirlerde, Olimpiyatlar'ın yapıldığı yıl ile Olimpiyatlar'dan bir yıl önceki ziyaretçi sayısı karşılaştırılır ise, şehirlerin tümünde gelen ziyaretçi sayısında önemli bir artış olduğu görülecektir. Bu iki yıl arasındaki farkın en belirgin olarak görüldüğü şehir ise, diğer şehirlere oranla global dünyaya daha kapalı bir şehir olan Seul olmuştur. Seul'de turist sayısındaki bu belirgin farkın oluşmasında söz konusu spor etkinliğinin ülkeyi uluslararası piyasa ve dünyaya açma konusunda önemli katalizör rolü oynamasının etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Barcelona örneği incelendiğinde ziyaretçi sayısındaki artış oranının Seul'e kıyaslandığında daha

düşük kaldığı görülür. Bu durumun oluşmasına izdiham ya da sıkışıklık olabileceği düşüncesiyle şehrin tercih edilmemesinin neden olduğu düşünülebilir (McKay & Plumb, 2001).

Olimpiyatlar ayrıca şehirdeki otel odası sayısı üzerinde de önemli bir etki yaratmıştır. İncelenen dört şehirde de Olimpiyatlar öncesi iki sene ve Olimpiyatlar'ın gerçekleştiği sene boyunca özellikle uluslararası standartlarda (dört yıldız ve üzeri) otel arzında artış yaşanmıştır. Olimpiyatlar öncesindeki iki sene ile sonrasındaki iki sene karşılaştırıldığında, beş yıllık periyotta Barselona'da otel odası sayısının ikiye katlandığı, Atlanta, Seul ve Sidney'de ise oda sayısında ortalama olarak %35 oranında artış gösterdiği görülür. Oda kapasitesindeki bu artış, büyük etkinlikleri getirme ve etkinliklere ev sahipliği yapabilme şansını artırmasına karşın, kısa dönem arz fazlasına da sebep olabilir. Arz ve talep birlikte incelendiğinde, söz konusu dört şehirde de Olimpiyatlar'ın yapıldığı yıl içerisinde oda arzındaki artışlar nedeniyle ortalama doluluk oranlarında düşüş göze çarpmaktadır. Öte yandan, Olimpiyatlar'ın yapıldığı yılda doluluk oranları düşerken, otellerde oda gelirlerinin satılan oda sayısına bölünmesiyle elde edilen oran (A.D.R.) büyümüştür. Olimpiyatlar'dan sonraki yılda ise yine tüm şehirlerde bu oranın (A.D.R) düştüğü gözlemlenmiştir. (McKay & Plumb, 2001).

Konut piyasası

Büyük etkinliklerin konut sektörüne, kısa dönemde belirli bölgelerde kira ve fiyat artışı, uzun dönemde yeni merkezlerin oluşturulması ve mevcut yerleşim yerlerinin geliştirilmesi açısından etkisi vardır.

Etkinliğin, kira ve fiyatlar üzerinde kısa dönem etkisinin derecesi, ev sahibi şehirdeki emlak piyasasının büyüklüğü ve doygunluğuna bağlıdır. İncelenen dört olimpiyat şehrinde Seul ve Barselona'da Olimpiyatlar'ın yapıldığı yıllar çerçevesinde kira ve fiyatlarda hızlı artışlar meydana gelirken, Atlanta ve Sidney'de etkinlikten kaynaklı ya hiç artış görülmemiş ya da daha küçük çaplı artışlar kaydedilmiştir. Bu dört ev sahibi şehir arasında da Olimpiyatlar'ın ana neden olarak kabul edildiği fiyat artışının, en çok görüldüğü şehir Barselona'dır. Barselona'da, 1986-1993 yıllarında, konut fiyatları %250 ila %300 oranında artmıştır (McKay & Plumb, 2001).

Sidney'de 1996-200 yılları arasında ortalama konut fiyatları %50 oranında artmıştır. Ancak bu artış neredeyse tamamen piyasanın genel eğilimleri ile gerçekleşmiştir.

Macquarie Bank'in Olympics What Olympics? başlıklı raporunda, geçen dört sene içerisinde "Olimpik Koridor" daki fiyatların, Sidney geneli ortalama fiyatlardan sadece %0,5 daha fazla arttığı belirtilmiştir Benzer şekilde Atlanta, geçen yıllar içerisinde Birleşik Devletler'deki en faal emlak piyasalarından biri olmuştur ancak, Atlanta bunu Olimpiyat Oyunları'ndan daha çok yerel ekonomisinin gücüne ve buna bağlı nüfus artışına borçludur (McKay & Plumb, 2001).

Büyük etkinliklerin konut piyasasına başlıca etkisi kira ve fiyatlardaki artışlar değil, etkinliğin yakın çevresindeki yeni bölgelerin gelişimidir. Bu etki de yine en çok söz konusu dört şehir arasından Barcelona'da görülmüştür. Barcelona'da 1988-1991 yılları arasında konut inşaatları %23 oranında artmıştır. Otel piyasasında bu artış %5 oranında olurken, ofis piyasasında bu oran %12 olmuştur (McKay & Plumb, 2001).

Etkinliğin Seul ve Barselona'da görülen en bariz etkisi yaşanabilir yeni şehir merkezleri içeren Olimpik Köyler'in geliştirilmesi olmuştur. Sidney Newington Köyü'nün (2000 adet banliyö konutu) kurulması ve Olimpik Koridor'da diğer çeşitli konut projelerinin geliştirilmesiyle etkinliğin konut piyasasındaki etkisini yaşamıştır. Atlanta etkinlik için çoğunlukla var olan tesisleri kullanmış ve yoğun bir konut inşaatı faaliyeti yaşanmamıştır. Ancak her ne kadar etkinlik için var olan tesisler kullanılmışsa da, ulaşım imkanları, park, yürüyüş yolları gibi kamusal alanlarda yapılan iyileştirmelerle daha çekici bir şehir merkezi yaratılmıştır. Etkinlik talebin yönlendirilmesinde ve lokasyonunun oluşturulmasında önemli bir etkiye sahip olmuştur. Atina'da 2004 yılında gerçekleştirilen Olimpiyat Oyunları'nın konut piyasasına etkisi şehrin güneyine kurulan Olimpik Köy'le olmuştur ancak konut piyasası daha çok Atina'nın doğusunda bulunan Mesogeia Bölgesine yeni bir hava alanının kurulmasından etkilenmiştir. Etkinlik öncesinde, etkin planlama denetiminde gerçekleşen gecikmeler, son on yıl içerisinde çoğunlukla konut alanına dönüştürülmekte olan ve yaklaşık 6000 hektarlık tarımsal ve ormanlık araziye kapsayan, şehir ve yeni havaalanı arasında kalan bölgede kontrolsüz bir kentsel yayılmanın oluşmasına neden olmuştur. Çevreye duyarlı gruplar, bu plansız gelişmenin şehrin önceden de var olan trafik ve kirlilik sorununu daha da kötü bir hale getirdiğini idda etmektedirler (McKay & Plumb, 2001).

Ofis piyasası

Etkinliğin ofis piyasasına etkisi, konut piyasasına olduğu gibi karışık bir süreçtir. Etkinliğin etkisi, daha küçük ve doyunluğa ulaşmamış piyasalarda nispeten daha büyüktür. Büyük etkinlikler, şehrin tanıtım çalışmalarının ana unsurlarından birisini oluşturur ancak bunu destekleyecek altyapı, iş çevresi, nitelikli işgücü gibi faktörler yeterli seviyeye ulaşmadıkça önemli miktarda uluslararası sermayenin ilgisini çekebilmek olası değildir (McKay & Plumb, 2001).

Barselona’da, oluşumunda Olimpiyatlar’ın da rol oynadığı 1986-1990 seneleri arasında görülen ekonomik canlanma, nispeten doyunluğa ulaşmamış (relatively immature) ofis alanı inşasında büyük bir artışa neden oldu (Şu andaki merkezi iş alanlarının %25’ini oluşturan 850000 m² lik alan 1988 ve 1993 seneleri arasında inşa edilmiştir). Diğer doyunluğa ulaşmamış piyasalarla birlikte, ilk projelerin başarısı, piyasayı aşırı inşaat faaliyetine teşvik etmiş ve boşluk oranı 1989 senesinde %0,7 iken, 1992 senesinde %10,4 oranına ulaşmıştır. Ancak 1994 ila 1995 seneleri arasında piyasa dengeye oturmuştur (McKay & Plumb, 2001).

Olimpiyatlar esnasında hem Atlanta hem de Sidney kentleri güçlü bir ekonomik büyüme içindeydiler ve bu iki şehirde de ofis piyasasının gelişmesine çok elverişli koşullar bulunmaktaydı. Etkinliğin ofis piyasasına doğrudan etkisinin cüzi olduğunu söylemek mümkündür. Atlanta’da toplam 2,2 milyon m²lik merkezi iş alanından, kısa dönemli, Olimpiyat’la ilgili faaliyet amaçlı yaklaşık 20000 m²lik ofis alanı kiralanmıştır. Etkinliğin dolaylı etkisini değerlendirmek ise daha zordur. 1994-2002 yılları arasında Atlanta Belediye Başkanlığı görevini yapan Bill Campbell Atlanta’nın geçen on yıllık süreçteki büyük gelişiminde yegane katalizörün Olimpiyatlar olmadığını ancak Atlanta’nın 1990’lardaki genel gelişiminde önemli bir itici güç olduğunu belirtmiştir. Hem Atlanta hem de Sidney şehirleri, şirketlerin ofis piyasasında ilgisini çekmeyi başarabilmişlerdir. Etkinlik, bu iş kararlarının alınmasında en etkin faktörlerden birisi olmamıştır ancak, etkinliğin şehir üzerinde yarattığı tanınırlığı kullanabilmeleri, bu iki şehre başarılarını arttırmada yardımcı olmuştur.

Büyük etkinliklerin iş yeri piyasasına daha doğrudan ve uzun dönemli faydası ulaşım ve telekomünikasyon altyapısında yapılan geliştirmelerdir. Geliştirilen ve kapasiteleri artırılan havaalanları, yeni otoyolların yapımı ve telekomünikasyon

sistemlerinde yapılan geliştirmeler, iş çevrelerinin ilgisini çekecek ve talep oluşturulmasına yardımcı olacaktır (McKay & Plumb, 2001).

Perakende piyasası

Perakende piyasası, diğerk piyasalar arasında büyük etkinliklerin en az etkisinin olduğu piyasayı oluşturur. Etkinliğin en doğrudan etkisi artan turizm faaliyetleri nedeniyle perakende sektöründeki kısa süreli harcama artışlarıdır. Etkinlik süresince satışlar daha çok bu etkinlik tesislerinin çevresinde yapılırken diğerk bölgelerdeki satışlarda genel olarak bir değışim gözlenmez (McKay & Plumb, 2001).

Sidney Olimpiyat Oyunları süresince Darling Harbour gibi eğlence bölgelerinde (entertainment precincts) harcamalar artmıştır. Bu bölge restoran, bar, gece klübü gibi eğlence mekanlarıyla Olimpiyatlar'ın ana "parti" mekanı olmuş ve işletmeler etkinlik süresince rekor düzeyde doluluk yaşamışlardır. Darling Harbour çevresindeki bu işletmeler etkinlik sonrasında da yerel halkın bu bölgeyi tekrar keşfiyle kentsel dönüşümden faydalanmışlardır (McKay & Plumb, 2001).

Etkinliklerin perakende piyasası bazında yol açtığı bir başka trend ise, yapılan harcamaların yönünü, özel araçlarla ulaşılan banliyö merkezlerinden, toplu taşıma vasıtasıyla ulaşılabilen kent merkezlerine çevirmesidir. Etkinliklerin gayri menkul sektörü üzerinde en uzun süreli ve güçlü etkilerinden birisi toplu taşıma kullanımındaki artıştır. Banliyöler ile şehir merkezleri arasındaki bağlantı toplu taşıma ve etkinlik vasıtasıyla güçlendirilmiştir (McKay & Plumb, 2001). Üstünde düşünülmesi gereken konu, toplu taşımaya duyulan bu ilginin sürdürülebilmesi ve toplu taşımanın özel araçlarla gidilen diğerk noktalara kadar genişletilmesidir.

Büyük etkinliklerin gayrimenkul piyasası üzerine muhtemel fayda ve zararları

Etkinliklerin gayri menkul sektörüne potansiyel faydaları önem teşkil eder. Etkinliklerin geri dönüşlerinin büyüklüğü etkinlikler tarihi boyunca çeşitli olmuştur. Büyük etkinliklerin gayri menkul piyasası için yaratacağı potansiyel zararların tespiti de önemlidir. Organizatörler, plancılar, gayrimenkul geliştiricileri ve yatırımcıları organizasyon ve yatırım planlarında bu potansiyel zararları göz önüne almalı ve gerekli olduğunda acil durum stratejileri geliştirmelidir. Çizelge 3.3 ve izelge 3.4'te etkinliklerin gayrimenkul piyasasına yararlı ve zararlı etkileri özetlenmiştir.

Çizelge 3.3 : Etkinliklerin gayrimenkul piyasasına yararlı etkileri (McKay & Plumb, 2001).

Muhtemel Faydalar	Açıklamalar
Tanınırlığın ve reklamın Artması	Şehri daha tanıdık ve popüler kılp, niteliklerini sergileyebilmesi için fırsat yaratır.
Ekonomik faaliyette kısa dönemli artış	Şehir için kayda değerdir ancak uzun dönem etkisinden daha az önemlidir.
Yeni kentsel altyapının gelişimi	Şehir için gerekli olan temel proje harcamalarının erkene alınmasını sağlar
Kentsel gelişim için fırsatlar	Temel kentsel yeniden geliştirme projeleri başlangıçta genellikle bir katalizöre ihtiyaç duyar.
Çevre ile ilgili konular	Çevreye duyarlılığın sergilenmesi ya da mevcut önemli çevresel sorunların çözüme kavuşturulması için fırsat yaratır.

Çizelge 3.4 : Etkinliklerin gayrimenkul piyasasına zararlı etkileri (McKay & Plumb, 2001).

Muhtemel Zararlar	Açıklamalar
Şehrin göz önünde olması ve etkinliğin istenilen başarıyı yakalayamaması	Ulaşım altyapısının tamamlanamaması ya da etkinlik esnasında terörist saldırıların gerçekleşmesi olumsuz bir tanıtımla sonuçlanabilir
Gerçekçi olmayan beklentiler	Beklentilerin etkinlik öncesi fazla iyimser olup gerçekleşmemesi olumsuz etki oluşturur.
Şehrin kısa süreli aşırı kalabalıklaşması ve bunun fiziksel çevrede ve finansal sistemde yarattığı baskı	Ziyaretçi akınıyla birlikte aşırı kalabalıklaşma, taşıma/ulaşım sistemlerinde baskı ve yerel işletmeler için ticari risk oluşturabilir.
Diğer kentsel proje ya da bölgelere kaynakların aktarılmaması ve ekonomik aktivite bakımından ihmal edilmesi	Söz konusu büyük etkinliğe sağlanacak kaynaklara ve bütçeye odaklanıldığından diğer kentsel projeler ya da bölgeler kaynak ve bütçe olarak etkinlikten olumsuz etkilenebilir.
Gayrimenkul piyasalarındaki aşırı gelişme	Etkinlikle birlikte gayrimenkul piyasasındaki aşırı gelişme ile arz fazlası oluşabilir.

Büyük etkinlikleri muhtemel faydalara dönüştürebilme

Bazı şehirler, büyük etkinliklerin üstlendiği katalizörlük görevinden önemli ve uzun dönemli fayda sağlamada diğer şehirlere oranla daha başarılıdır. Şehirlerin bunu

başarması aşağıdaki tabloda yer alan faktörlere bağlıdır. Çizelge 3.5'te etkinlikleri faydaya dönüştürebilme faktörleri özetlenmiştir.

Çizelge 3.5 : Etkinlikleri faydaya dönüştürebilme faktörleri (McKay & Plumb,2001).

Faktörler	Açıklamalar
Rekabetçi iş ortamı	Nitelikli iş gücü ve altyapı uluslararası şirketlerin dikkatini şehre çekebilmek için iş önemli olacaktır.
Turizm etkinliklerinin kalitesi	Uluslararası turistler için daha yüksek kaliteli (görsel ya da kültürel) turist etkinliğine sahip şehirler, diğerlerine kıyasla turizm endüstrisinden daha uzun dönemli fayda sağlar.
Etkinlikte edinilen tecrübeleri diğer büyük etkinlikleri çekebilmek için kullanabilme	Fiziksel altyapının (spor, ulaşım gibi) tekrar kullanılabilmesi ve başarılı bir etkinlikten edinilen organizasyon ve yönetim tecrübesi diğer etkinliklere de ev sahipliği yapabilmek için avantaj sağlar.
Etkinlik için yapılan turizm altyapısının derecesi	Büyük etkinlikler, turizm altyapısını geliştirmek için (özellikle hava alanı, otel, kongre tesisleri gibi) katalizör görevi görür. Bu tesislerin yetersizliği yerel turizm ve kongre endüstrisi için başlıca kısıtı oluşturur.
Sürdürülen tanıtım kampanyası	Uzun soluklu ve iyi planlanmış bir tanıtım kampanyası, etkinlik sonrasında da kısa dönemli ilgiyi uzun dönemli faydaya dönüştürmede önemli araçlardan birisidir.

3.4 Diğer Etkiler

Büyük etkinliklerin, ekonomik etkileri, kentsel gelişim üzerine etkileri ve gayrimenkul piyasasına etkileri olduğu gibi çevresel, sosyo-kültürel, psikolojik ve politik etkileri de bulunmaktadır. Bu etkiler de en az diğer bölümlerde bahsedilen etkiler kadar önemlidir ve etkinlikle ilgili kapsamlı bir etki araştırması yapılacaksa tüm bu etkilerin bir bütün olarak değerlendirilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Bu çalışma temel olarak büyük etkinliklerin ekonomik etkileriyle beraber kentsel gelişim ve gayrimenkul piyasası üzerine olan etkilerini araştırmaya odaklandığı için diğer etkilere kısaca yer verilecektir.

Çevresel etkiler

Son yıllarda birçok kamu ve sivil toplum kuruluşu, etkinlik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan çevresel etkileri değerlendirmeye almaya başlamışlardır. Rio ve Kyoto Protokolleri gibi önemli uluslararası anlaşmalar, ulusal, bölgesel ve yerel yönetimlerin çevresel olarak daha sürdürülebilir şekilde faaliyet gösterme taahhütünde bulunmalarına neden olmuştur. Spor kuruluşları, takımlar ve sponsor kurumlar da, ev sahipliği yaptıkları, düzenledikleri ve sponsor oldukları aktivitelerin çevresel etkilerini daha iyi anlama ihtiyacı duymaya başlamışlardır (Collins, 2009).

Sağlık için sembolik bir önem taşıyan spor, ironik olarak sağlığın en önemli dayanaklarından biri olan çevrenin niteliğinin bozulmasına neden olabilmektedir. Golf sahaları, yüksek miktarda su tüketir ve bu sahalarda yüksek miktarda kimyasal ilaç kullanılır. Pist, stadyum ve arena otoparklarının yapımı için büyük miktarda asfalt kullanılır. Bu örnekler, spor aktivitelerinin icra edildiği ve izlendiği her iki durumda da büyük miktarlarda çevresel “ayak izi” üretme potansiyeli taşıdığını gösterir (Schmidt, 2006). Büyük etkinlikler potansiyel olarak, yerel ekosistemler üzerinde baskı oluşturur, geri dönüşümü olmayan doğal kaynakları kullanır ve iklim değişikliğine sebep olan karbon emisyonuna sebep olur.

1990lı yılların başından itibaren çevre konusu her alanda önem kazanmaya başlamış ve bu eğilim büyük etkinlikler için tasarlanan stadyumların inşasında da kendini göstermiştir. Çevresel sürdürülebilirlik prensipleri çerçevesinde, stadyum inşasında çevre dostu malzemeler kullanılmaya başlanmış ve stadyumlarda enerji verimliliğini sağlamak üzere tamamıyla doğal havalandırma kullanan hatta kendi elektriğini güneş panelleri ile sağlayan stadyumlar inşa edilmeye başlanmıştır (Ertan & Özfiliz, 2006)

Büyük etkinlikler (özellikle Olimpiyat Oyunları), iklim değişikliğine ve olumsuz çevresel etkilere sebep oldukları farkedildiği için eleştirilmektedir. Uluslararası Olimpiyat Komitesi, etkinliklerin planlanması ve düzenlenmesi esnasında çevresel etkilerin de göz önünde bulundurulması gerekliliğini vurgulamaktadır ve "çevre"yi, "spor" ve "kültür"den sonra Olimpiyat Oyunları'nın üçüncü ilkesi yapmıştır (Collins, 2009).

Sosyo-kültürel ve psikolojik etkiler

Sosyal etki, kamusal ya da özel bir eylem sonucunda toplumdaki insanların yaşama, çalışma, birbiri ile ilişki kurma, ihtiyaçlarını karşılama ve genel olarak bir birey

olarak toplum içinde bulunma şekillerinde meydana gelen değişikliklerdir. Bu tanım aynı zamanda, bireylerin kendilerini ve içinde bulundukları toplumu algı biçimlerini şekillendiren ve rasyonalize eden normlar, değerler ve inançlardaki değişikliğe sebep olan kültürel etkiyi de kapsamaktadır (Institute for Environmental Studies, 1995). Kültürel etki uzun dönemli bir etki olup, kültürel çıktılarının etkinliğin hemen ardından yerel halk üzerinde gözlemlenebilmesi muhtemel değildir (Ohmann, 2006).

Yerel halk büyük etkinlikleri genel olarak dışarıdan bir dayatma olarak algılamaktadır ve bu yüzden etkinlik planlaması yapılırken toplum katılımının sağlanması etkinlik başarısı için önemlidir (Hiller, 1998). Etkinliğin planlama sürecine halkın da katılımının sağlanması, etkinliğin etkilerinin halk tarafından olumlu olarak algılanması bakımından önem taşır (Ritchie, 2004).

Ritchie (1984), Hall (1992), Getz (2005), Higham (1999) ve Fredline (2005), makalelerinde etkinlikler sonucunda yaratılan sosyal etkileri olumlu ve olumsuz taraflarıyla ortaya koymuştur. Söz konusu çalışmaların hepsinde benzerlikler göze çarpmaktadır. Etkinliğin oluşturduğu olumlu sosyal etkiler arasında; tecrübe paylaşımı, ortaya konulan birliktelikle toplumsal kimlik ve gururun oluşması, ulusal ya da yerel kimliğin güçlenmesi (Hall, 1992), değer ve geleneklerin güçlenmesi (Ritchie, 1984), artan toplumsal katılım, kültürel bakış açısının genişlemesi (Hall, 1992), halk üzerinde ilgili spor dalına ait farkındalığın artışı ve buna bağlı olarak spora katılımdaki artış, sanat gibi etkinliklerle ilgili diğer aktivitelere katılımdaki artış, gelişen yeni sosyal ya da kültürel modellere adaptasyonun sağlanması, kültürlerarası etkileşimin sağlanması (Ritchie, 1984), eğlence ve aile ya da toplum ile birliktelik ile ilgili fırsatların yaratılması (Fredline, 2005) yer almaktadır.

Higham (1999) ise çoğunlukla etkinliklerin yarattığı olumsuz sosyal etkilerden bahsetmiştir. Etkinliklerin oluşturduğu olumsuz etkiler kalabalık, altyapısal tıkanıklık, gündelik hayat akışında aksama, yerel halkın yer değiştirmeye maruz bırakılması, fanatik taraftar davranışları (Higham, 1999), kültürler arası etkileşim ve takımlar arası mücadeleden kaynaklanabilecek milliyetçi hassasiyetler (Fredline, 2005), trafik sıkışıklığı, hırsızlık, gürültü (Hall, 1992), gürültüye ve kalabalığa bağlı olarak tesis kullanımının kısıtlanması, gruplar arası düşmanlık, artan mal ve hizmet fiyatlarından dolayı düşük gelirli halkın yaşam kalitesinde düşüş (Getz, 2005) olarak sıralanabilir.

Etkinlik ile birlikte halk üzerinde ilgili spor dalları için geçici bir farkındalık sağlanır. Bu farkındalığı uzun dönemli bir sosyal etkiye çevirmek ve halkın spora katılımının uzun dönemli olmasını sağlamak için, etkinlik için geliştirilen tesislerin etkinlik sonrasında da kullanılabilir ve faal olması gereklidir.

Ritchie (2004), Sosyal Alışveriş Kuramı'nın da öngörülerine göre, etkinliğin teması ile daha tanınmış olan halk kesimlerinin, motor sporlarına ilgi duymayan kesime göre daha fazla eğlence imkanına sahip olarak, etkinlikle ilgili algılarının çok daha olumlu olacağını belirtir. Turizme ekonomik olarak bağlılık derecesi de etkilerin algılarının farklı olmasının bir diğer nedenidir. Turizm endüstrisinde çalışanların ya da etkinliğin oluşturduğu turizm faaliyetinden dolayı ve dolaysız ekonomik fayda sağlayanların, etkinliğin etkisi ile ilgili algılarının daha olumlu olması kaçınılmazdır.

Etkinlik etkilerinin nesnel ölçümleri, etkinliklerin gelecekteki planlama ve yönetimlerinin geliştirilmesi için önemlidir. Ancak sosyo-kültürel ve psikolojik etkilerin nesnel olarak ölçümlenebilmesi zordur. Örneğin etkinliğin tecrübesi ile oluşan heyecan, etkinliğin olumlu sosyal etkilerinden birisidir ancak, bunu ölçümleyebilmenin doğrudan bir yöntemi bulunmamaktadır.

Ayrıca etkinliğin türü ve uygulama şekli kadar, halkın niteliklerinin de etkilerin algısı ile nasıl ilişkilendirileceği saptanmalıdır. Bu tür bir bilgi, belirli lokasyonlarda hangi tür etkinliklerin başarılı olabileceğine dair doğru kararın verilmesine ve planlama yaklaşımının bulunmasına yardımcı olacaktır (Fredline, 2000).

Politik etkiler

Politik etki ile etkinlik kaynaklı oluşan politik maliyet ve politik faydalar ifade edilmektedir. Shaikin, politika ile sporun birbirlerinden ayrılamaz şekilde bütünleşik olduklarını ileri sürer (Shaikin, 1988). Kanin de benzer şekilde en büyük spor etkinliklerinden biri olan Olimpiyat Oyunları'nın özünde politik olduğunu, yerel ve ulusal yönetimlerin politik yeteneklerini, sporcularının becerileri ile birleştirmeyi amaçladıklarını ve politikacıların kendi imajlarını etkinliğin tanıtımı ve geliştirilmesi ile ilişkilendirme yollarını aradıklarını belirtir (Kanin, 1981). Büyük etkinlikler çoğunlukla geniş kapsamlı projeler oldukları için, politikacılara yeniden geliştirme projeleri etrafında halkı bir araya getirme ve halkı bu amaç etrafında yönlendirme fırsatı sunmaktadır. Bu fırsat da ilgili politikacılara daha yüksek politik bir mevkiye gelmelerinde yardımcı olmaktadır (Chapin, 2002).

Etkinliğe ev sahipliği yapma hazırlığının ekonomik maliyetleri, organizasyona bir çok kamusal kurumun katılımı, bu kurumların hem birbirleri hem de özel sektör ile ilişkileri; etkinlikleri bir çok politik güç için hem bir bir fırsat alanı hem de birbirleri ile mücadele alanı haline getirmektedir (Botella, 1995). Ancak yaratılan politik etki, etkinliğin toplamdaki verimliliğine bağlıdır. Kamunun takdirini kazanabilmek adına, etkinlikten başarılı bir verim ve finansal denge elde etmek, yönetimler için hayati önem taşımaktadır (Matos, 2006).

Ekonomik etki analizi bölümünde de belirtildiği üzere, etkinlikler için yapılan finansal harcamalar çoğunlukla etkinliklerin ölçülebilir faydaları arasında değerlendirilir. Johnson, spor tesislerinin değeri üzerine yapmış olduğu çalışmada, etkinliklerin oluşturduğu politik etkiyi, ekonomi ile ilgili olmayan diğer etkiler arasında en önemlilerinden birisi olarak göstermiştir (Johnson & Sack, 1996). Bu nedenle, “finansal olarak toplamda fayda yaratmasa da politik olarak gerçekleştirmeye değer” olarak görülen etkinliklerin politik etkilerinin değerlendirilmesi, etkinliğin başarısının ölçümü için önemlidir. Etkinliğe ev sahipliği yapılarak elde edilecek ekonomik faydalar önünde engeller bulunduğu gibi, elde edilebilecek politik faydaların önünde de engeller bulunabilmektedir. Bu nedenle etkinliğin oluşturduğu ekonomik etki genel olarak olumlu değilse, etkinliğin aslında toplamda fayda sağladığı sonucuna ulaşmak daha da zor kanıtlanır bir durum haline gelmekte, etkinliğin oluşturduğu finansal kayıpları dengelediği varsayılan diğer etkiler üzerinde de daha fazla baskı oluşmaktadır (Rosenblum, 2009).

Etkinliklerin oluşturması beklenen en önemli politik olumlu etkisi, etkinliğe ev sahipliği yapan şehri ya da ülkeyi dünya üzerinde tanınır bir konuma getirmesidir. Yaratılan bu tanınırlık, ev sahibi şehir/ülke tarafından politik, ekonomik ya da diğer güçlerin sergilenmesi için kullanılabilir. Bu da ev sahibi ülkeye, ülkenin dünya çapında bir merkez ve diğer büyük spor etkinliklerine ya da kongrelere ev sahipliği yapabilecek kapasiteye sahip bir ülke olarak algılanması avantajını sağlar.

Büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak, ülkelerin yeni politik açılımlarını da sergilemelerine olanak sağlamaktadır. Örneğin, 2002 senesinde Kore ve Japonya'nın ortak olarak gerçekleştirdikleri Dünya Futbol Şampiyonası, Kore tarafından “barış için bir katalizör” olarak görülmekte iken, Japonya tarafından ülkedeki politik istikrarı, yüksek teknolojiyi ve altyapıyı sergileme fırsatı olarak görülmekteydi.

Çoğunlukla kamu-özel sektör ortaklığı ile yürütülen etkinlik çalışmaları, iki tarafın bundan sonraki projelerde de iş birliği içerisinde ve daha uyumlu çalışmalarına ve planlamacıların bu alanlarda tecrübe edinmesine zemin hazırlamakla beraber, bu çalışmaların başarısızlıkla sonuçlanma potansiyelleri de bulunmaktadır. Ayrıca büyük etkinlikler; başka bir yolla politik süreç içerisinde kabul görmeyecek olan ek kamusal harcamalar için bir mazeret olarak da kullanılabilmektedirler (Barclay, 2009). Tesisler ve altyapı için yapılan harcamalar ve bu tesisler ile altyapının sürdürülebilirliği çoğunlukla politik bir tartışma yaratmış, bu harcamalarla sağlanan faydalardan kamunun çok az bir kısmının yararlanabildiği ileri sürülmüştür (Chapin, 2002).

Büyük etkinliklerin, şehrin yeniden yapılandırılması konusunda getirdiği fırsatlar doğrultusunda, etkinliğe ev sahipliği yapmanın (uzun dönemde büyüme sağlama potansiyeli taşıması nedeniyle) üçüncü dünya ülkeleri için daha faydalı olacağını iddaa etmek kavramsal bir yanılğı olacaktır (Rosenblum, 2009). Çünkü gelişmekte olan ülkelerde, etkinlik amaçlı modern tesislerin kurulmasının fırsat maliyeti çok daha yüksektir ve modern altyapının geliştirilmesi için önemli miktarda ek yatırıma ihtiyaç duyulmaktadır (Owen, 2005).

Çizelge 3.6'da Preuss (2009) tarafından ortaya konulan etkinliklerin etki türleri ile olumlu ve olumsuz tarafları özetlenmiştir.

Çizelge 3.6 : Etkinliklerin etki türleri ile olumlu ve olumsuz tarafları (Preuss, 2009).

Etki Türü	Olumlu	Olumsuz
Ekonomik	- Ekonomik aktivite artışı - İstihdam oluşumu - Yaşam standardının yükselmesi - Yeni ticari ilişkiler	- Etkinlik süresince fiyat artışları - Gayri menkul piyasasında spekülasyon - Turist çekiminde başarısızlık - Yüksek güvenlik maliyetleri - Yerel vergilerde artış - Diğer yatırım türlerinde azalma
Turizm / Ticaret	- Bölgenin bir turizm destinasyonu olarak tanınırlığının artması - Potansiyel yatırım ve ticari faaliyet için bölgenin tanınırlığının artması - Yeni konaklama yerlerinin ve turizm aktivitelerinin yaratılması - Ulaşılabilirliğin gelişmesi - Yeni (çevresel olarak da sürdürülebilir) tesislerin inşası	- Yetersiz tesisler, suç oranları, aşırı yükseltilmiş fiyatlar gibi nedenlerle olumsuz izlenim yaratılması - Yerel iş gücü ve kamu sübvansiyonu alanında oluşan yeni rekabetten dolayı mevcut yatırımcıların olumsuz tepkileri
Fiziksel / Çevresel	- Yerel altyapının geliştirilmesi - Kalıtların korunması - Çevresel konulara olan farkındalığın artırılması	- Ekolojik tahribat - Mimari kirlilik - Kalıtlara yapılan tahribat - Fiziksel sıkışıklık yaratılması - Sürdürülebilir olmayan tesisler
Sosyal / Kültürel / Psikolojik	- Yerel halkın etkinliklerle ilgili aktivitelere duyduğu ilgi ve katılımdaki artış - Ulusal ve yerel kimliğin, geleneklerin güçlenmesi - Spor aktivitelerine katılımdaki etkiler - Kültürler arası etkileşim - Toplumsal kimlik ve gururun güçlenmesi - Etkinlik boyunca oluşan festival atmosferi	- Suç oranlarında potansiyel artış - Toplumsal yapıdaki değişim - Sosyal ayrılma (Yerel halkın yer değiştirmeye maruz bırakılması) - Kültürel şok - Yerel halkın ve ziyaretçilere birbirlerine karşı kötü tutumları - Aşırı kalabalıklık - Trafik sıkışıklığı - Etkinlik boyunca yerel halk için tesis kullanımlarının kısıtlanması
Politik / Yönetimsel	- Bölgenin ve bölge değerlerinin uluslararası olarak tanınırlığının artması - Uluslararası “anlaşma”nın sağlanması - Yeni politik açılımlar için fırsat oluşturulması - Planlamacıların yeteneklerinin gelişimi ve tecrübe edinmeleri - Farklı gruplar (kamu-özel sektör) arasındaki iletişimin ve uyumluluğun gelişmesi	- Etkinliğin doğru yönetilememesi ve amaçlara ulaşmada başarısızlık - Yönetimsel maliyetlerin artması - Etkinliğin geniş kamusal harcamalar için mazeret olarak kullanılması - Etkinliğin politik güçler tarafından kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılması

3.5 Etkinliğin Sürdürülebilirliği ve Miras

“Miras” kavramı genel olarak; bir öncekinden (halefinden) devredilmiş ölçülebilir ya da ölçülemez olabilen “şey”ler, bir süreç, olay ya da etkinliğin “uzun süreli ve kalıcı etkileri”, “intikal etme” fiili olarak tanımlanmaktadır. “Miras”lar; iyicil ya da kötücül, avantajlı ya da dezavantajlı, tasarlanmış ya da kasıtsız olabilir. Etkinliklerin mirasları da bu kavram içerisinde değerlendirilirler (Mangan, 2008).

Büyük etkinliklerin; hükümetlerin, spor kuruluş ve toplulukların sorumluluğunda olan çok sayıda etkinlik sonrası mirasları bulunmaktadır. Bu mirasların beklenen çok çeşitli sonuçları olabilir. Bu sonuçlar kentsel altyapı ve sportif altyapının geliştirilmesi olarak genel kabul görmüş ve ölçülebilir konuları kapsadığı gibi, uluslar arası itibarın artırılması, turizmin büyümesi, kamu refahının artması, ek istihdamın yaratılması, daha fazla yerel ticaret fırsatının yaratılması, şehrin pazarlanması için fırsatların yaratılması, toplum ruhunun yenilenmesi, bölgesel iş birliğinin iyileştirilmesi, yeni fikirlerin, kültürel değerlerin, popüler hafızanın üretimi, eğitim ve tecrübe kazanılması gibi ölçümlenmesi daha zor mirasları da içerebilmektedir. Sayılan bu olumlu miraslar; inşaat faaliyetlerinden kaynaklı borçlar, yüksek fırsat maliyetleri, etkinlik sonrasında ihtiyaç duyulmayacak altyapı tesislerinin ortaya çıkması, etkinlik gerçekleştiriliyor olmasaydı ev sahibi şehir ziyaret edecek olan turistlerin kaybı, gayrimenkul kiralarının artışı, dezavantajlı grupların yer değiştirmeye zorlanması ve etkinlikten elde edilecek faydaların toplumda adaletsizce dağılımı gibi olumsuz miraslarla tezat oluşturmaktadır (Mangan, 2008).

Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC)’nin de taşıdığı ciddi kaygılarından biri de olumlu bir Olimpik miras bırakabilmektir. Bu kaygının biraz menfaatperestçe olduğu düşünülse de üç nedeni olduğu ileri sürülmektedir. Öncelikle; olumlu bir miras ev sahipliği yapan şehir ya da ülkede kamunun IOC’ye suçlamasına engel olmakta ve etkinliğin ev sahibi şehir/ülke için yarar sağladığını gösteren bir kanıt oluşturmaktadır. İkinci olarak; olumlu miras, kalıcı ya da geçici etkinlik altyapısının oluşturulabilmesi için geniş kamu kaynaklarının kullanımını haklı çıkartır. Üçüncü olarak ise; olumlu miras diğer şehir/ülkeleri gelecek etkinlikler için teklif sunmaları konusunda motive eder ve bu da IOC’nin elindeki gücü artırıp Olimpik Oyunlar’ın devamlılığını güvence altına alır (Mangan, 2008).

Olimpiyat Oyunları gibi büyük etkinliklerin ev sahibi şehire ya da bölgeye önemli miraslar bıraktığı genel olarak kabul görmüşse de ve son yıllarda büyük etkinliklerin bırakacağı olumlu mirasa olan ilgi artıysa da Olimpiyat Oyunları gibi büyük etkinlikler şimdiye kadar sürdürülebilirlik tartışmalarının içerisinde yeterince yer almamıştır (Furrer, 2002).

Birleşmiş Milletler'in ortaya koyduğu tanımlara göre, sürdürülebilir gelişme, insanların ekonomik ve sosyal ihtiyaçları ile, dünya kaynaklarının yeterliliği ve ekosistemler arasında (mevcut ve gelecekteki ihtiyaçları karşılamak için) dengelenmiş bir gelişmedir. Ayrıca sürdürülebilir gelişmenin ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç boyutlu bir doğasının olduğu kabul görmüştür. Sürdürülebilir gelişme; finansal olarak dengeli, sosyal olarak adil, etik olarak sorumlu ve doğal çevrenin uzun dönemli ekolojik dengesine uygun şekilde entegre edilmiş bir sosyo-ekonomik gelişmeyi ifade eder. Ayrıca sürdürülebilir gelişme, durumlardan dersler çıkartılıp fikirler yeniden sınandıkça büyüyecek olan dinamik bir süreçtir (Furrer, 2002). Sürdürülebilir gelişmenin önündeki üç engele aşağıda değinilmiştir. Bu engellerin en önemlilerinden biri olarak görülen “beyaz fil” (white elephant) fenomenine daha ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Çünkü ister kamu kaynakları tarafından desteklenen etkinlikler ister özel sektör kaynaklı öncü projeler (flagship projects) olsun “büyüklük” sendromu taşıyan her tür proje “beyaz fil”e dönüşme riskini de beraberinde taşır.

Etkinlik faydalarının eşitsiz dağılımı

Olimpiyat Oyunları büyüklüğündeki etkinliklere ev sahipliği yapmak genellikle kentsel sınıflar arasında “kazananlar” ve “kaybedenler” olacağı anlamına gelir.. Fakat kamu yetkilileri ve şehir plancıları, etkinliklerin olumlu etkilerinin, birincil olarak üst sınıfların faydasına olmasını sağlayan durumlardan kaçınmalıdır. Genel kentsel çalışmalardan elde edilen veriler, eşitsizliklerin çoğaldığı şehirlerde sosyal grupların marjinalleşmesi ve suç oranlarının çoğalmasının yanında, bu şehirlerin vasıflarını kaybettiğini ve bu şehirlere olan itibarın azaldığını göstermektedir. Bu nedenle, etkinliğin faydalarının toplum içinde eşit bir şekilde dağılımı önemli bir konudur. Bir çok gözlemci, toplumun farklı sınıfları ya da şehrin farklı coğrafi bölgeleri arasında artan eşitsizlik riski hakkında uyarıda bulunmuştur. Bu potansiyel olumsuz etki genellikle, etkinlikle ilgili tesis ve altyapının ev sahibi şehrin belirli bölgelerinde yoğunlaşması, soylulaştırma süreçleri, çeşitli hizmetlerde gelecekte

yapılacak olan kamusal yatırımları aksatması muhtemel olan kamusal borçların artışı, yerel halkla müzakere eksikliği ile geleceklerini ilgilendiren konularda yerel halkın yetkilerinin kısıtlanması gibi durumlardan kaynaklanmaktadır (Furrer, 2002).

Metropolis (2002), karşılaştırmalı olarak yaptığı büyük etkinlik etkilerinin değerlendirilmesi çalışmasında, etkinlikten elde edilen tüm faydanın ev sahibi şehirde toplanmasının, diğer şehirlere zarar verme riski taşıdığını öne sürmektedir. Ayrıca, ihmal edilmiş kentsel bölgelerdeki geliştirme faaliyetlerinin yoğunluğu, soylulaştırma sürecine yol açarken, düşük gelirli sınıfın ihtiyaçları ve sosyal adalet prensiplerinin gözden kaçırılmasına neden olabilir (Furrer, 2002).

Etkinliğin ortaya çıkarttığı kentsel girişimcilik

Etkinlikler, kamusal hizmet ve refahı çok önemsemeyen yeni tip şehir girişimcileri tarafından kullanılabilir. Etkinlikte girişimcilik anlayışı, ana projelerin planlanması sırasında yerel halkla müzakere eksikliğine neden olabilir. Bir çok gözlemci, büyük etkinliklerin planlanmasından sorumlu olan kurumların kullandığı anti-demokratik yöntemlerin, büyük etkinlikleri nasıl özel sermayenin hizmetine sunduğunu göstermeye yönelik çalışmalar yürütmüştür (Furrer, 2002).

Owen (2001), Sidney Olimpiyat Oyunları üzerine yaptığı çalışmada, Sidney'in belirli bölgelerinde etkinliğin etkilerini değerlendirirken kentsel girişimciliğin karakteristik özelliklerini listelemiştir. Bu özellikler; planlama otoritesinin merkezleşme eğiliminin artması, hükümet faaliyetlerinin özelleşmesinin artması, normal planlama gereksinimleri için yapılan çalışmaların gevşemesi, azalan ya da göstermelik olan toplumsal istişare, demokratik prensiplerin tahribi ve kamusal hesap verebilirliğin azalmasını kapsamaktadır (Furrer, 2002).

Etkinliğin sağladığı faydaların eşit olarak dağıtılmadığı ve etkinliklerin şehir girişimcileri tarafından kontrol edildiği savları belirli bir düzeye kadar doğru olsa da, etkinlik için teklif sunan ve etkinliği uzun dönemli olacak olumlu değişiklikler için fırsat olarak kullanan şehirlerin, halkın büyük çoğunluğu için somut faydalar sağladığına ilişkin kanıtlar da bulunmaktadır (Furrer, 2002).

Beyaz filler

“Beyaz fil” deyimi; Siam (modern Tayland) Kralı’nın kendisine karşı tehdit olarak gördüğü rakipleriyle, onlara kutsal ve tamamen sembolik (ancak çok pahalı) bu hayvanları vererek anlaşması geleneğinden türemiştir. Beyaz filin bakımının maliyeti, kendi ettiği değerden daha fazladır (Horne & Manzenreiter, 2006). Bu yüzden “beyaz fil” alınan bir armağandan daha çok ömür boyu taşınacak bir yükür.

“Beyaz fil” deyimi ile, büyük etkinliklerle gelmesi beklenen büyük kalabalıklar için planlanan gereğinden fazla büyük mekanlar ve tesisler ifade edilmektedir. Beyaz filler; uzun dönemli kentsel politikalar içerisine oturtulmak ya da yerel halkın eğlence ve kültür tesisleri alanındaki ihtiyaçlarını karşılamak yerine, yerel ekonomik gücü ve mühendislik yeteneği sergilenmek üzere tasarlanmaktadır (Furrer, 2002).

Bugün, Sidney’de ikisi de özel sektör tarafından finanse edilen Stadium Sydney ve SuperDome tesisleri, yeterli sayıda etkinlik çekerek karlılık sağlamak ve diğer Olimpiyat öncesi kurulmuş tesislerle yarışmak konusunda ciddi sorunlar yaşamaktadırlar. Çeşitli spor dallarındaki lider takımları, bu yeni Olimpik tesislere taşınmaya ikna etmek zorlu bir problem olmaktadır. Ayrıca, geniş kalabalıkları merkezi iş alanından, şehir merkezinin çok uzağında yer alan yeni geliştirilmekte olan bu bölgelere çekebilmek ve halkın alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmak da göz önünde bulundurulması gereken zorluklardandır. Bazı eleştirmenler, “Sidney Olimpik Park”ın ismini “Sidney Jurassic Park” olarak değiştirerek bu problemlere dikkat çekmişlerdir (Furrer, 2002).

Ayrıca Kore ve Japonya’da gerçekleştirilen Dünya Futbol Şampiyonası’nın ardından bu ülkelerde bir çok şehire, büyük finansal yükümlölük getiren gereğinden çok daha büyük tasarlanmış stadyumlar artakalmıştır (Horne & Manzenreiter, 2006).

Bu tür projeler büyüklükleri, statüleri ve karmaşıklıkları nedeniyle kapsam, keşif ve uygulama safhalarında etkili proje yönetim pratiklerini çoğunlukla işlemez hale getirir ve belirli amaç ve fonksiyonu taşımada başarısız olurlar. Fiziksel büyüklükleri, maliyetleri, prestijleri ve sembolik olduğu öne sürülen değerleri ile öne çıkarlar. Söz konusu projeler inşalarında, görüşlerinde ve faaliyetlerinde teknolojinin kullanımı ile özdeşleştirilirler ve çoğunlukla projede teknoloji araç değil amaç halini alır. Benzeri birçok proje geçmişte kötü performans sergilemesine rağmen hergün yeni bir "mega" proje ortaya çıkarılmaktadır (Prasser, 2007).

Beyaz fil projeleri yalnızca fiziksel olarak büyük ve yapımı pahalı olan, genellikle planlanan zamandan geç tamamlanan projelerdir. Bu projelerde aynı zamanda biçim ve prestij olgusu fonksiyonu öylesine domine eder ki proje hiçbir zaman ne finansal olarak ne de belirlenen rol ve görevini yerine getirmek adına tatmin edici şekilde işleyemez hale gelir. Ayrıca, bu projeleri "beyaz fil" projesi yapan bir başka etmen de başlangıçlarındaki kötü tasarımları, muğlak rolleri ve ticari yönlerinin eksikliği nedeniyle sürdürülebilir olmalarının pahalı olmasıdır.

3.6 Etkinlik Etkilerinin Değerlendirilmesi

Büyük etkinliklerin artan popülaritesi ve gelişimine rağmen, “global” etkinlik etkilerini (ekonomik, sosyal, kültürel vb.) ve etkinlik motivasyonlarını araştıran çalışmalar, çok yavaş ilerleme kaydetmiş ya da sadece belirli konu başlıkları üzerinde yoğunlaşmıştır. etkinliklerin değerlendirmesini metodolojik olarak yapılan daha fazla sayıda ve daha nitelikli araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Önceden etkinliklerin yalnızca ekonomik etkileri ile ilgilenen paydaşlar, (özellikle hükümetler) artık etkinliklerin çevresel ve sosyal etkileri ile de ilgilenmektedirler. Bu nedenle, ileride etkinliklerin değerlendirilmesinde sadece ekonomik yaklaşımlar değil daha bütünsel yaklaşımların kullanılmasına ihtiyaç duyulacaktır (Cherubini, 2006).

Etkinlik etkilerinin kontrol edilebilmesi, takip edilebilmesi ve değerlemesinin yapılabilmesi için etkilerin ölçülmesi gerekliliği bu konu üzerinde çalışan araştırmacıların büyük çoğunluğu tarafından kabul edilmiştir ancak, son zamanlarda yapılan araştırmalar incelendiğinde, etkinlik etkileri ölçülürken kullanılan metodların ve bakış açılarının önemli ölçüde değişiklik gösterdiği saptanmıştır.

Etkinlik değerlendirilmesi; etkinlik yönetimi konusunda gelişmekte olan ve giderek büyük ilgi toplamaya başlayan bir alan haline gelmektedir ve bazı çalışmalarda etkinliklerin sosyal, kültürel ya da çevresel açılardan da değerlendirmeleri yapılmıştır.

Etkinliklerin çoğunlukla ekonomik etkilerine yoğunlaşılmasındaki nedenlerden birisi de ekonomik etkinin, turizm etkisi araştırmasının bir uzantısı olarak ortaya çıkmasıdır. Etkinliğin ekonomik faydaları, bir çok tartışmanın ve geliştirilen ölçüm çerçevelerinin ana konusu olmuştur (Cherubini, 2006).

Yapılan literatür araştırmalarında, etkinliklerin ekonomik değerlendirmesi ile ilgili yapılan çalışmaların neredeyse tamamının konusunun bir spor etkinliği olduğu görülmektedir. Özel etkinliklerin ekonomik etki değerlendirmelerinin aksine, özel etkinliklerin kültürel ya da sosyal etkilerini araştıran çalışmalar, çoğunlukla toplumsal ve kültürel etkinlikleri üzerinedir. Bu durum, genellikle spor etkinliklerinin bölge için “yeni” bir gelir kaynağı yaratacağı düşünülürken, toplumsal ve kültürel etkinliklerinin ise toplum bilincinin yaratılması, sanatın gelişmesi, yaşam kalitesinin yükselmesi ve çevrenin korunması gibi konularda katkı sağlayacağına ilişkin algılardan kaynaklanmaktadır (Getz, 2000). Çalışmaların ekonomik etkiye yoğunlaşmasının sebebi, etkinliklerin yarattığı ekonomik faydaların, bir etkinliğin düzenlenmesi için en önemli neden olarak algılanmasıdır (Cherubini, 2006).

Global etkinlik değerlendirmesi

Etkinlik değerlendirilmesi alanındaki bu boşluğun doldurulması amacıyla Carlsen, Getz ve Souter (2000) Delphi Anketi¹ tekniğini kullanarak ve yaklaşık olarak 55 etkinlik yönetim endüstrisi uzmanının katılımıyla belirli etkinlik değerleme kriterlerini tanımlamışlardır.

Sonuçlar, belirli kriterlerin kullanım sıklıkları ve kullanımlarının önemi konusunda görüş birliği olduğunu ispatlamakta, etkinlik öncesi ve sonrası etki değerlendirmesinin, metodolojisinin tartışılması için bir fırsat yaratmaktadır. Bu araştırma Batı Avustralya Etkinlik Kuruluşu altında alışan Avustralya Araştırma Konseyi tarafından finanse edilmiştir.

Etkinlik turizmi, geçen on senelik zaman dilimi içerisinde Avustralya’nın turizm aktivitelerinin önemli bir bileşeni olmuştur. Avustralya’da bulunan turizm destinasyonlarının tanıtım programlarına giderek artan bir şekilde, toplumsal etkinlikler ve kültürel festivaller dahil edilmektedir. Eyalet düzeyinde, ulusal ve uluslararası etkinliklerin büyük kent alanlarına çekilebilmesi, eyalet turizm yetkililerinin ve ilgili yönetim kurumlarının önemli sorumluluklarından biridir. (Getz, 2000) Ayrıca zel sektör de reklam amaçlı olarak, sponsorluk ve iş ortaklıkları

¹ Delfi Anketi:Tekniğin en büyük amaı konu ile ilgili seçilmiş uzmanlar grubunun akılcı bir yaklaşımla ortak görüşlerinin alınması, bir anlamda ortak görüş sağlanması çabalarıdır. Teknik, bir dizi anketin kontrollü dağıtımı sonucu elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi süreci olarak açıklanabilir.

anlaşmaları ile etkinliklere hızlı bir şekilde dahil olmaktadır. Her türlü durumda, özellikle turizm sektörü için etkinliğin değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Uluslararası etkinliklerin şehre çekilmesi, etkinliklere ev sahipliği yapılması ve etkinlik değerlendirmesinin yapılması için stratejik bir yaklaşımın sağlanması gerekliliği ; ulusal ve bölgesel turizm kurumlarının; yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yararlığını ispat etmeleri ve yapılan yatırımları haklı çıkarmaları konusunda üstlerinde oluşturulan baskıdan kaynaklıdır. Bu yüzden etkinliklerin verimliliği ile bu verimliliğin uzatılması ve genişletilmesi için yürütölen programlar eşit derecede önemli konular haline gelmiştir (Faulkner, 1993). Batı Avustralya Sayıştay Başkanlığı, kamusal fon kullanan herhangi bir etkinlik faaliyetinin, kamu sektörü tarafından tamamen hesap verebilir olması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca özel sektör kuruluşlarının da etkinliğe doğrudan katılım faaliyetleri ve sponsorluk anlaşmalarında, hissedarlarına karşı hesap verebilir olmaları gerekir (Getz, 2000).

Çalışmada, etkinlik öncesi değerlendirilmelerde, şimdiye kadar sıklıkla kullanılan kriterler ve değerlendirmede kullanılmasının önemli olduğu düşünölen kriterler şöyle sıralanmıştır;

- Mevcut tesislerin kapasitesi
- Mevcut tesislerin uygunluğu
- Etkinliğin gerçekleştirildiği tarih / sezon
- Gerekli finansal desteğin seviyesi
- Etkinliklerin büyüme/gelişme potansiyelleri
- Beklenen yerel desteğin seviyesi
- Lokasyon prestijinin artması
- Potansiyel ekonomik etki
- Potansiyel istihdam yaratımı

Çalışmada, etkinlik öncesi değerlendirilmelerde, şimdiye kadar sıklıkla kullanılmayan fakat değerlendirmede kullanılmasının çok önemli olduğu düşünölen kriterler ise şöyle sıralanmıştır;

- Potansiyel risk oranı
- Başarı olasılığı
- Mevcut tesisler ile uyuşum
- Etkinlik idarecilerinin kapasitesi

- Potansiyel kamu faydaları
- Potansiyel çevresel etkiler
- Turist sayısının öngörülmesi

Çalışmada, etkinlik sonrası değerlendirmelerde, şimdiye kadar sıklıkla kullanılan kriterler ve değerlemede kullanılmasının önemli olduğu düşünülen kriterler şöyle sıralanmıştır;

- Ulusal düzeyde ekonomik etki
- Eyaletler/şehirler arası ziyaretçi sayısı
- Ek yatak kullanımı (otel doluluk oranları)
- Prestij
- İmajın geliştirilmesi
- Toplam katılım sayısı
- Gelecek etkinliklere ev sahipliği yapmak için kazanılan potansiyel

Çalışmada, etkinlik sonrası değerlendirmelerde, şimdiye kadar sıklıkla kullanılmayan fakat değerlemede kullanılmasının çok önemli olduğu düşünülen kriterler ise şöyle sıralanmıştır;

- Eyalet/şehir düzeyinde ekonomik etki
- Yerel halk düzeyinde ekonomik etki
- Uluslararası ziyaretçi sayısı
- Dolaysız ziyaretçi harcamaları
- Medyada (basında) yer almanın değeri
- Olumlu yerel halk davranışları
- Finansal sonuçlar (kar/zarar)
- Sponsor memnuniyeti
- Maliyet-fayda analizi
- Çevresel etkiler
- Sosyal/kültürel etkiler
- Ziyaretçi başına verim
- Etkinlik amaçlı yapılan tesislerin gelecekteki kullanımı (sürdürülebilirlik)

4. BÜYÜK BİR SPOR ETKİNLİĞİ OLARAK FORMULA 1 GRAND PRIX ve İSTANBUL PARK ÖRNEĞİ

4.1 Formula 1 Grand Prix Tanım ve Özellikleri

Kısaltması F1 olarak kullanılan ve resmi olarak FIA Formula 1 Dünya Şampiyonası (Url-1) olarak tanınan Formula 1 yarışları; FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) tarafından düzenlenen tek kişilik, açık tekerlekli otomobil yarışlarının en yüksek düzeyini oluşturan yarışlar dizisidir (Url-2). Formula 1 yarışları; en görkemli, en zorlu, en politik ve motor sporlarının dünya çapında en tanınır olanı olarak bilinmektedir (Url-3). Yarış isminin içerdiği “formula” kavramı ile, tüm katılımcıların ve yarış araçlarının uymak zorunda oldukları kurallar dizisi ifade edilmektedir (Noble & Hughes, 2004). F1 sezonu, her birine “grand prix” ismi verilen ve bu amaç için inşa edilmiş kalıcı pistlerde ya da kent içi sokakların geçici olarak yarış için kapatıldığı sokak pistlerinde gerçekleştirilmektedir. Yıl sonunda toplanan puanlara göre sürücülere Dünya Sürücüler Birinciliği ve takımlara da Dünya Takımlar Birinciliği (Otomobil Yapımcıları Birinciliği) ödülleri verilmektedir. Sürücüler, Formula 1 yarışlarına katılabilmek, bir takım adına bir aracı kullanabilmek için FIA tarafından verilen SuperLicence isimli lisansa sahip olmak zorundadırlar (Url-2).

Avrupa Kıtası, Formula 1 etkinliğinin geleneksel merkezi, hemen hemen tüm takımların kökeninin bulunduğu ve bir sezondaki yarışların yaklaşık olarak yarısının gerçekleştirildiği yerdir. Ancak son yıllarda yarışın kapsamı genişlemekte ve çok sayıda yarış Avrupa dışına da taşınmaktadır. Avrupa ve Amerika’da gerçekleştirilen yarış etkinliklerinin bir kısmı Asya ve Orta Doğu’ya kaydırılmıştır (Url-2). Bunda ana etken, FIA'nın gelişen yeni pazarlara açılmak isteği olsa da, yasal düzenlemelerin AB ülkelerindeki kadar sıkı olmadığı ülkelerin çekiciliği de bu kararda etkin olmuştur. Son yıllarda AB'deki yarışlarda, sağlık gerekçeleriyle tütün ürünlerinin tanıtımlarının yasaklanması, ölümle sonuçlanan bazı kazaların yerel savcılıklarca (takımların hatası sonucu olup olmadığının) soruşturulması, FIA tarafından hoş karşılanmamıştır (Url-4). 2009 sezon takviminde bulunan on sekiz adet yarışın sekiz

adedi Avrupa dışında gerçekleştirilmiştir. Çizelge 4.1’de 2009 senesinde yapılan bu etkinliklerin hangi ülkede ve şehirde gerçekleştirildikleri özetlenmektedir.

Çizelge 4.1 : Formula 1 etkinliği 2009 senesi takvimi.

Tarih	Ülke	Şehir
29 Mart 2009	Avustralya	Melbourne
5 Nisan 2009	Malezya	Sepang
19 Nisan 2009	Bahreyn	Manama
10 Mayıs 2009	İspanya	Barcelona
24 Mayıs 2009	Monaco	Monaco
7 Haziran 2009	Türkiye	İstanbul
21 Haziran 2009	İngiltere	Silverstone
28 Haziran 2009	Fransa	Magny-Cours
12 Temmuz 2009	Almanya	Hockenheim
26 Temmuz 2009	Macaristan	Budapeşte
23 Ağustos 2009	Avrupa	Valencia
30 Ağustos 2009	Belçika	Spa
13 Eylül 2009	İtalya	Monza
27 Eylül 2009	Singapur	Singapur
11 Ekim 2009	Japonya	Fuji
18 Ekim 2009	Çin	Şangay
1 Kasım 2009	Brezilya	Sao Paulo
15 Kasım 2009	Abu Dabi	Abu Dabi

Formula 1 aynı zamanda, bir sezonda yaklaşık 600 milyon seyircinin televizyondan canlı olarak izlediği büyük bir televizyon etkinliğidir. Çizelge 4.2’den 2007 senesinde etkinliğin televizyonda hangi ülkede toplamda ne kadar izleyici çektiği görülebilir. Ayrıca 2007 senesinde gerçekleştirilen Brezilya Grand Prix etkinliği dünya çapında 78 milyon televizyon izleyici tarafından canlı olarak seyredilerek Super Bowl etkinliğinden sonra dünyanın en çok izleyiciye sahip etkinliği olmuştur (Sylv & Reid, 2008).

Etkinliğin ticari hakları, Formula One Group olarak bilinen içinde Formula One Administration Ltd. (FOA) ve Formula One Management Ltd. (FOM) gibi bir dizi şirketi bulunduran organizasyonun elindedir. Dünyanın en pahalı sporu olarak bilinen Formula 1’in ekonomik etkisi önemlidir ve etkinlik içerisinde finansal ve politik mücadeleler sıklıkla görülmektedir. Yüksek profili ve popülaritesi, etkinliği açık bir pazar haline getirmiş, çeşitli sponsorların yüksek meblalarda yatırımlarıyla, takımların bütçeleri çok yüksek düzeylere ulaşmıştır (Url-2).

Çizelge 4.2 : 2007 yılında Formula 1 etkinliğinin dünya ülkeleri televizyonlarından çektiği toplam seyirci sayıları (Sylt & Reid, 2008).

Ülke (Ana Marketler)	Seyirci Sayısı (milyon)
Brezilya	118,59
Çin	102,97
İtalya	38,24
Japonya	36,96
Almanya	34,1
İspanya	32,11
Fransa	29,32
İngiltere	27,14
Polonya	23,11
Rusya	18,34
ABD	10,01
Diğer Ülkeler (Türkiye)	126,1 (2,4)
Toplam	597

Formula 1 yarışlarının kökeni 1920ler ve 1930lar da yapılan Avrupa Grand Prix motor yarışlarına dayanmaktadır. İlk dünya şampiyonası yarışı 1950 yılında İngiltere'nin Silverstone pistinde yapılmıştır. Üreticiler için ise şampiyona 1958 yılında yapılmaya başlanmıştır. Ayrıca, 1960lar ve 1970lerde Güney Afrika ve İngiltere de ulusal şampiyonalar yapılmıştır. Şampiyona dışı Formula 1 yarışları da bir çok yıl yapılmıştır, ancak artan maliyetler dolayısıyla bunlardan sonuncusu 1983 yılında gerçekleşmiştir (Url-4).

Formula 1'in hacmi milyar dolarlarla ifade edilen br organizasyona dönüştürülmesinde baş aktör olduğu söylenen Bernie Ecclestone (Williams, 1997), 1970ler'in başında, Formula 1'in ticari haklar yönetimini yeniden düzenlemiştir. Ecclestone, 1971 senesinde Brabham takımını satın alarak Formula One Constructors' Association (FOCA) kuruluşuna katılmış, 1978 senesinde bu kuruluşun başkanlığına gelmiştir (Url-2).

Formula 1 etkinliği, 2000li yılların başında da zorlu bir süreç yaşamıştır. İzleyici sayıları düşmüş, taraftarlar ünlü pilot Michael Schumacher ve takımı Scuderia Ferrari'nin yarışmayı hakimiyeti altına almasına bağlı olarak yarışlara olan ilgilerini kaybetmeye başlamışlardır (Url-5). Ancak, 2005 senesinden itibaren, Ferrari takımı ve Schumacher'in beş sezon üstüste şampiyonluğunun ardından gelen Renault takımı ve Fernando Alonso'nun en genç sürücü olarak şampiyonluğu ile seyirci sayısında

tekrar yükseliş başlamıştır. Özellikle Fernando Alonso'nun ülkesi İspanya ve başka bir ünlü sürücü olan Lewis Hamilton'un ülkesi İngiltere'de etkinliğe olan ilgide canlanma gözlemlenmektedir (Url-2). 2006 senesinde, 2008 sezonu için planlanan on iki takımlık kontenjana, yirmi iki takımın başvuruda bulunması etkinliğe olan ilginin tekrar kazanıldığına dair kanıt olarak gösterilebilir (Url-2).

Etkinliğin bir “dünya” şampiyonası olmasından kaynaklı rolünü tam olarak yerine getirebilmesi için FOM Başkanı Bernie Ecclestone, yeni ülkelerde bir çok Grand Prix etkinliği başlatmış ve organize etmiştir. Gelecekte başka yeni ülkelerde de yapılması planlanan ve bu yeni alanlarda hızlı bir yayılma sergileyen Grand Prix etkinliği, mevcut hangi yarışların takvimden çıkartılacağı konusunda soru işaretleri de bırakmaktadır (Url-2).

Yarış stratejisi

Formula 1 Grand Prix etkinliği, Cuma günleri yapılan iki serbest deneme sürüşü ve Cumartesi günleri yapılan bir serbest deneme sürüşü başlayarak, bir haftasonunu kapsamaktadır (Monaco ve Avustralya Grand Prix etkinlikleri dört gün sürmektedir). Sıralama turları, son deneme sürüşünün ardından Cumartesi günü yapılır ve bu turlar, Pazar günü yapılan ana yarışın başlangıç düzenini belirler (Url-6).

Grand prix

Bir sezonda gerçekleştirilen grand prix etkinliği sayısı, Formula 1 tarihi boyunca yıldan yıla değişiklik göstermiştir. Etkinliğin ilk gerçekleştirildiği sene olan 1950 senesinde Dünya Şampiyonası kapsamında sadece yedi adet yarış düzenlenmiştir. Yıllar geçtikçe yarış adedi hemen hemen üçe katlanmıştır. 1980li yıllardan itibaren yarış adedi on altı ya da on yedi olarak kalmasına rağmen, 2005 senesinde bu adet on dokuz olmuş (Url-2), 2006 senesinden itibaren ise on sekiz adet olarak düzenlenmektedir.

1950 senesinde gerçekleştirilen yedi adet etkinlikten altı tanesi Avrupa'da düzenlenmiş, Avrupa dışında gerçekleştirilen tek etkinlik ise A.B.D'nin Indianapolis şehrinde düzenlenmiştir. F1 Dünya Şampiyonası, daha sonra giderek diğer Avrupa dışı ülkelere de yayılmaya başlamıştır. Arjantin, 1953 senesinde ilk Güney Amerika Grand Prix etkinliğine ev sahipliği yaparken, Fas da 1958 senesinde ilk Afrika Grand Prix etkinliğinin düzenlendiği ülke olmuştur. 1976 senesinde Japonya ile 1985 senesinde Avustralya'nın etkinliğe ev sahipliği yapmasıyla bu kıtaları Asya ve

Avustralya izlemiştir. Şu anda takvimde yer alan on sekiz yarış, Avrupa, Asya, Avustralya ve Güney Amerika kıtalarında bulunan ülkelerde yapılmaktadır (Url-2).

Grand Prix takvimindeki en yeni yarışlardan biri olan Bahreyn Grand Prix'i, yüksek teknolojili ve etkinlik amaçlı inşa edilmiş çöl pisti ile, Formula 1'in Orta Doğu'ya ilk atılımını temsil etmektedir. Bahreyn Grand Prix'i ve Çin ile Türkiye'de gerçekleştirilen yeni yarışlar, Formula 1 Grand Prix etki alanının büyümesi ve gelişimi için yeni fırsatlar sunmakta ve yapılan yeni tesisler, diğer Formula 1 yarış pistleri için çitayı yükseltmektedir. Takvimde yeni yarışlara yer açmak için, Avrupa ve Amerika'da bulunan eski ya da göreceli olarak daha başarısız etkinlikler (Arjantin, Avusturya, Meksika, Amerika gibi) takvimden çıkartılmıştır (Url-2).

2007 senesinde yeni Grand prix yarışlarının takvime eklenmesi konusunda anlaşılmıştır. Bu karardan sonra ilk gerçekleşen yeni yarış, 2008 senesinde aynı zamanda Formula 1 tarihinde ilk gece yarışı olma özelliğini taşıyan Singapur Grand Prix etkinliği olmuştur (Url-7). Ayrıca 2010 senesinde Delhi şehrinde Hindistan Grand Prix'inin yapılması kararı alınmış (Url-8), diğer yapılan değişiklikler de A.B.D. Grand Prix'inin takvimden çıkartılması (Url-9) ve Avrupa Grand Prix'inin Almanya'dan İspanya'nın Valencia kentine taşınması olmuştur (Url-10).

Pistler

Tipik bir pist, üzerinde başlangıç noktasının konumlandığı düz bir yol uzamından oluşmaktadır. Sürücülerin yakıt almak ve lastik değişikliği yapmak için durduğu ve takımların yarıştan önce araçlar üzerinde çalıştığı pit adı verilen duraklar genellikle başlangıç noktasının yanında konumlanmıştır. Pistin geri kalan genel plan ve düzeni, pistler arasında farklılıklar gösterse de pistlerin çoğunluğu araçlar tarafından saat yönünde kat edilmektedir.

Şu an kullanımda olan pistlerin çoğunluğu etkinlik için özel olarak inşa edilmiştir. Şu an takvimde yer alan sokak pistleri ise Monaco, Melbourne, Valencia ve Singapur'da bulunan pistlerden oluşmakta, gelecekte Londra ve Paris'te de sokak yarışlarının gerçekleştirilmesi düşünülmektedir. Diğer pistler için talep edilen sıkı yol güvenliği ihtiyaçlarının Monaco pistinde yeterince karşılanmadığı düşünülmesine rağmen, pistin çekiciliği ve tarihçesi bu pistin hala kullanımda olmasının başlıca nedenlerindendir (Url-2).

Sürücülerin güvenliğini sağlamak için pist tasarımı giderek daha da geliştirilen bir alan olmuştur. Bir çok yeni pistte olduğu gibi yine Hermann Tilke tarafından 2004 senesinde tasarlanan Bahrain International Circuit de güvenliğin ön plana çıktığı pistler arasında gösterilebilir.

Katılım koşulları

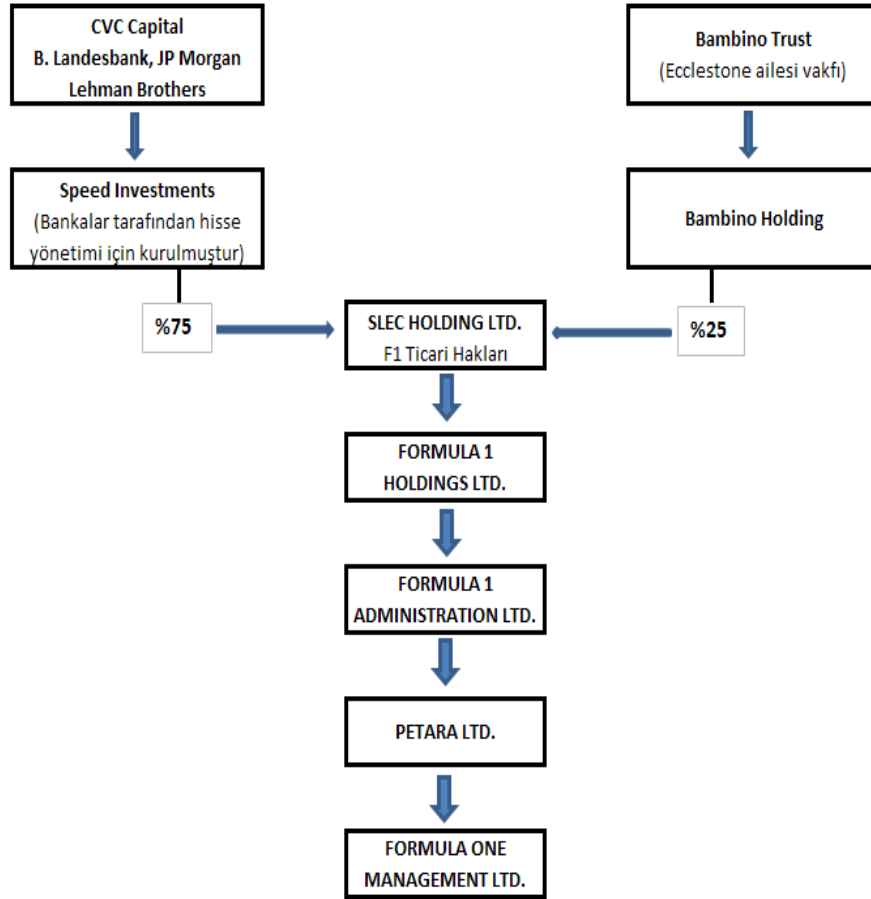
Pist lisansları: F1 GP test devrelerine ev sahipliği yapmaya hak kazanabilmek için yarış pistinin T1 lisansı olmalıdır. Buna rağmen gerçek bir F1 GP'e ev sahipliği yapabilmek pistin Grade Circuit Lisanslı olması gerekir ve bu tip bir lisans da ancak FIA'dan alınabilir.

Finansal destek: Etkinlik organizatörlerinin sadece pisti geliştirmek ve periyodik bakımını sağlamak için değil, daha da önemlisi yıllık ev sahipliği harcını FOM'a ödeyebilmesi için yeterli finansal desteğin olması gerekir.

4.1.1 Organizasyon yapısı

Formula 1'in sportif yönetimi, Max Mosley'in başkanlığını yaptığı FIA (Uluslararası Otomobil Federasyonu) tarafından yürütülmektedir. Yarışın ticari hakları ve de işletmesi ise Bernie Ecclestone başkanlığındaki Formula One Management Ltd. isimli şirketin elindedir. Ticari hak ve işletme ile ilgili kararlar FIA'nın da onayladığı Concorde Anlaşması ile sağlanmıştır. Formula One Management Ltd. sırasıyla Formula One Holding Ltd, Formula One Administration Ltd ve Petara Ltd. isimli şirketlerin alt kuruluşudur. Tüm bu şirketlerin başında ise SLEC Holdings Ltd bulunmaktadır. Bu şirketin %75'ine üç bankanın kurduğu Speed Investments isimli şirket, %25'ine ise Ecclestone ailesine ait Bambino Holding sahiptir (Url-11). Şekil 4.1'de Formula 1 organizasyon şeması gösterilmektedir.

Formula One Management Ltd (FOM) şirketinin alt kuruluşu olarak da Formula 1 ticari markalarına sahip Formula One Licencing BV, yayınlanan tüm yarışların yarış içeriğinden sorumlu olan Formula One Productions Ltd. ve Formula One Asset Management Ltd., Formula One World Championship Ltd. ve Formula One World Travel Ltd. yer almaktadır.



Şekil 4.1 : Formula 1 Organizasyon Şeması (Griffiths, 2004)

4.1.2 Finansman yapısı

Taraftarların etkinlik için satın aldıkları biletler pistler için, taraftarların satın aldıkları lisanslı ürünler ise F1 takımları ve dolaylı olarak da Formula sürücüleri için gelir oluşturlar.

Sürücüler statülerine bağlı olarak, F1 takımlarından para alırlar ya da başka bir seçenek olarak F1 takımlarına kendilerini “işletmeleri” için para öderler. Sürücülerin F1 takımlarına kendilerini “işletmeleri” için dolaylı ya da dolaysız şekilde finanse edecek sponsorları getirmesi son yıllarda yaşanan bir olgudur ve Formula 1’de giderek yaygınlaşmaktadır. Sürücüler ayrıca FIA’nın getirdiği kurallara göre, FIA’ya lisans ücreti ödemektedirler (Collantine, 2009).

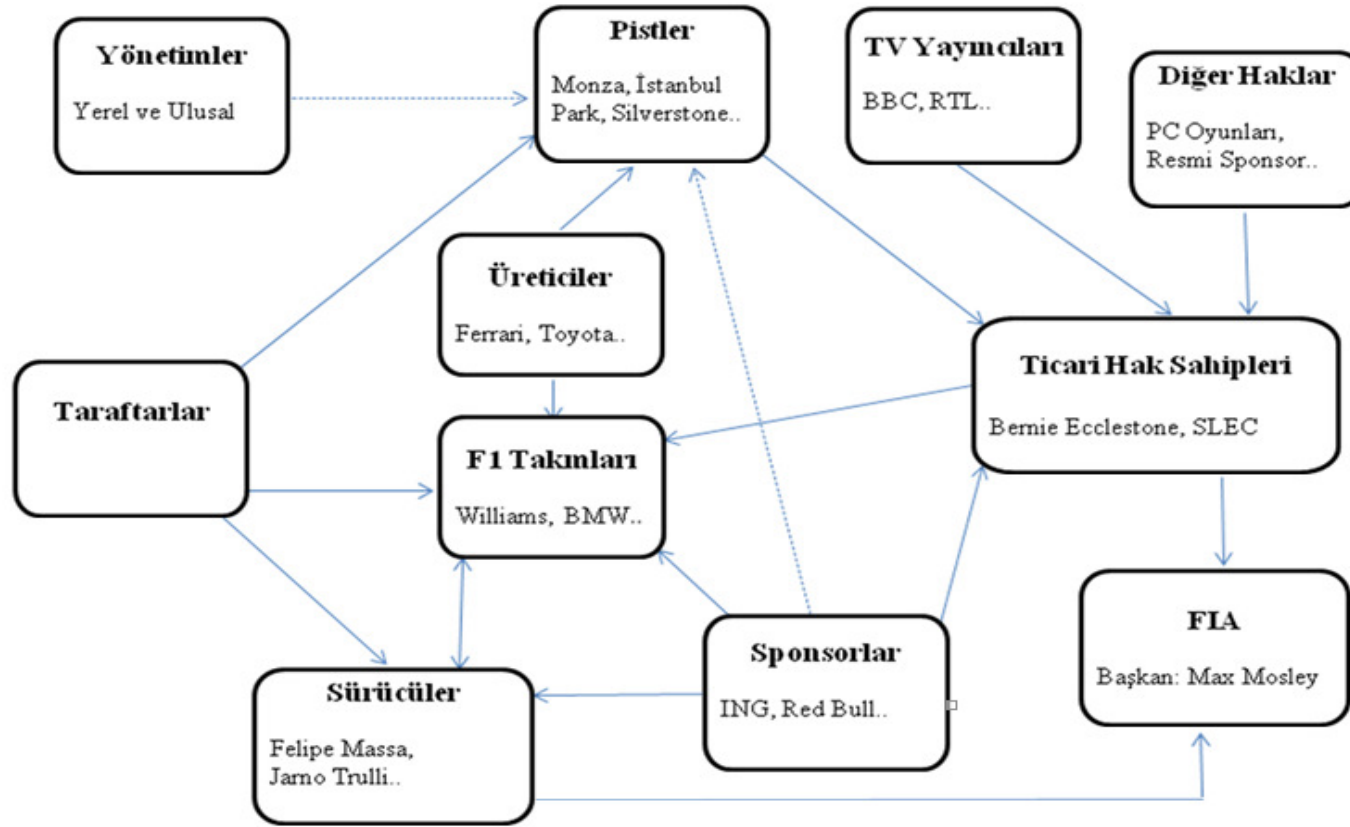
F1 takımlarının parayı nereden (ve ne kadar) alacakları şu an Formula 1’de tartışılan en önemli konulardan birisidir. Takımlardan bazıları üreticilerin desteğine sahiptir ancak, otomobil satışları düştüğünde bu üreticilerin taahhütleri soru işareti yaratmaktadır. Diğer takımlar ise gelirlerini varlıklı bağışçılardan elde etmektedir

(Red Bull takımı için Dietrich Mateschitz, Force India takımı için Vijay Mallya gibi). Sponsorlar da, F1 takımlarının en önemli gelir kaynaklarındandır. Takımlara ayrıca Bernie Ecclestone tarafından da ödeme yapılmaktadır. Bu ödemenin tam miktarı gizli tutulsa da, takımların Formula 1’de bulunma süreleri ve başarılarının bu miktara etkisi olduğu düşünülmektedir. 2008 yılında gelirlerin %50 oranında takımlara verilmesini öngören bir ön anlaşmaya varılmıştır ancak bu oran birçok profesyonel spor dallarındakine göre çok düşük kalmaktadır (Collantine, 2009).

Pistlerin gelir kaynakları diğerlerinden daha karmaşıktır. Grafikte de bazı gelir akışları noktalı şekilde gösterilmiştir çünkü pistlerin tamamı aynı kaynaktan gelir sağlamayabilmektedir. Pistlerin, yerel ya da ulusal yönetimlerden belirli miktarda destek alması giderek yaygınlaşmaktadır. Bu uygulama sadece Asya ülkeleri için geçerli olmamakla birlikte batıdaki benzerlerine kıyasla yönetimlerden daha fazla destek aldıkları bir gerçektir. Örneğin, 2007 senesinde Bahreyn hükümeti yarış için 35,7 milyon Avro destekte bulunurken, Nürburgring’de (Almanya) gerçekleştirilen Avrupa Grand Prix’i hükümetten bu miktarın üçte biri kadar destek alabilmiş, İngiliz Grand Prix’i ise hiçbir yönetim desteği olmaksızın gerçekleştirilmiştir. Bazı pistler ayrıca sponsorlardan (İstanbul Park için Petrol Ofisi, Avustralya’daki Albert Park pisti için ING gibi) ve de üreticilerden (Japonya’da Fuji pisti için Toyota gibi) gelir sağlamaktadırlar (Collantine, 2009).

FIA, sürücülerden lisans için ücret almakla birlikte, piste ve sürücülere verilen para cezaları FIA’ya ödenmektedir. FIA ayrıca 2000 senesinde ticari hakları yüz yıllığına 250 milyon € bedelle Bernie Ecclestone’a satmıştır. Ancak şu anda Formula 1 organizasyonunun ürettiği yüksek gelirler ve anlaşma süresinin uzunluğu göz önüne alındığında bu bedel çok düşük görünmektedir (Collantine, 2009).

F1 yarışlarının ticari haklarına sahip olan Slec Holding Ltd. ve bu şirketin hissedarları (%75 oranında Speed Investments, %25 oranında Bernie Ecclestone Vakıfları) organizasyondan en çok geliri elde eden halkayı oluşturmaktadır. Bernie Ecclestone, F1 yarışlarının yeterli gelirleri elde etmesinden sorumludur. Ecclestone, çoğu zaman F1 takımları tarafından kendilerine yeterli ve adil bir ödemenin sağlanmadığı konusunda eleştirilmiştir. Şekil 4.2’de Formula 1 etkinliğinde gerçekleşen para akışı özetlenmiştir.



Şekil 4.2 : Formula 1 etkinliğinde para akışı

4.1.3 Melbourne Grand Prix örneği

Avustralya, tamamının bir kıtayı kapladığı, hiçbir ülke ile kara sınırı olmayan, başkentinin Canberra şehri olduğu ve toplamda altı eyalet ve iki bölgeden oluşan bir ülkedir (Url-12). İki anakara bölgesi, Kuzey Toprakları ve Avustralya Başkent Bölgesi'dir. Eyaletleri ise Batı Avustralya, Güney Avustralya, Queensland, Yeni Güney Galler, Victoria ve Tazmania eyaletlerinden oluşmaktadır. Tez kapsamında Avustralya Melbourne Grand Prix etkinliği incelenirken konu içinde ismi geçecek olan Adelaide şehri, Güney Avustralya Eyaleti'nin, Sidney şehri Yeni Güney Galler Eyaleti'nin, Melbourne şehri ise Victoria Eyaleti'nin başkentleridir.

Avustralya'daki eyaletler Avustralya Kraliçesi'nin başında bulunduğu ve eyalet valilerinin onun temsilcisi olduğu anayasal monarşi ile yönetilirler. İki meclisten oluşan parlamento, Genel Kurul ve Yasama Meclisi'ni barındırır. Yasama üyelerini belirleyen seçimlerle eyaletlerin başkanları ve hükümet belirlenmiş olur (Url-13).

Avustralya, Formula 1 Dünya Şampiyonası'na, Güney Avustralya Eyaleti'nin başkenti olan Adelaide şehrinde Grand Prix etkinliğine ev sahipliği yaparak 1985 yılında dahil olmuştur.

1991 senesinde Victoria eyalet hükümeti, eyalete fayda sağlama kapasitesi bulunan büyük spor ve kültürel etkinliklerin tespiti ve bu etkinliklerin eyalet başkenti Melbourne'e çekilebilmesi amacıyla Victorian Major Events Company (VMEC)'i kurmuştur. VMEC, 1993 yılında, Avustralya'nın önde gelen işadamlarından Ron Walker'ın da girişimleriyle, dönemin Victoria eyalet başkanı Jeff Kennett ile Avustralya'da Grand prix etkinliğine ev sahipliği yapan şehrin Melbourne olması için çalışmaya başladı. Eyalet yönetiminin, kamuoyuna açıklanmayan fakat büyükolduğu ileri sürülen bir mebla ödemesinden sonra, 1993 yılının sonlarında, etkinliğin Melbourne şehrine taşındığı açıklandı ve etkinlik Adelaide şehrinin kontrat bitimi tarihi olan 1996 yılından itibaren Melbourne Albert Park banliyösünde gerçekleştirilmeye başlandı (Url-14). Albert Park, Melbourne merkezi iş alanından üç kilometre uzaklıkta yer alan, geniş caddelere, geleneksel yapılara, açık hava kafelerine ve parklara sahip, bünyesinde önemli sayıda yaşlı egzotik ağacı barındıran ve birçok amatör spor aktivitesine ev sahipliği yapan, kamuya açık bir çok rekreasyon alanlarıyla yaklaşık 6000 nüfuslu bir banliyödür (Url-15).



Şekil 4.3 : Albert Park'ta gerçekleştirilen F1 Şampiyonası'ndan bir görüntü (Url-16).

Hükümet ve VMEC yetkililerince etkinliğin Melbourne'e getirilmesindeki ana amaç, Melbourne'ün dünyaca tanınan bir turist destinasyonu olmasını sağlamak ve dünya çapındaki bu etkinlik dolayısıyla büyük bir ekonomik fayda elde etmektir (Goad, 2009). FOA Başkanı Bernie Ecclestone, Melbourne GP için yetkililerle yapılan anlaşmanın sadece on dakika aldığını söylemiştir (Url-14). Adelaide halkınca yoğun ilgi gösterilen etkinliğin kaybedilmesi kamuoyunda tepki yaratmış, dönemin Güney Avustralya Turizm Bakanı ve Adelaide Grand Prix etkinliğinden sorumlu yetkililer, kamuoyu tarafından duruma zamanında müdahale edemedikleri ve Melbourne için sunulan teklife direnç göstermedikleri konusunda eleştirilmişlerdir. Adelaide halkının etkinliğe bu denli ilgi göstermesinin nedenleri arasında, etkinliğin Adelaide'yi dünyaca tanınır bir şehir hale getirdiğine dair duyulan inanç ve bu tür bir etkinliğin Adelaide'da yapılmasının rakip şehirleri olan Sidney ve Melbourne karşısında bir başarı olarak görülmesi yer almaktaydı (Url-14).

Melbourne Grand Prix etkinliği için Albert Park içerisinde oluşturulan bir sokak pisti yerine, kalıcı bir yarış pisti oluşturulması fikri hiçbir zaman ele alınmamıştır. Ancak Ron Walker, FOA Başkanı Bernie Ecclestone'un daha önce Adelaide'da olduğu gibi Avustralya Grand Prix'i için merkezi iş alanına yakın bir sokak pisti istediğinden dolayı Melbourne için, Albert Park dahil edilmeden sunulan bir teklifin kesinlikle kabul edilmeyeceğini iddaa etmiştir (Lowes, 2004). Konu ile ilgili olarak, etkinlik

için sokak pisti oluşturulmasındaki gerçek nedenin, televizyon çekimlerinde Avrupa'daki pistlerden daha değişik ve fark yaratan bir arka plan elde etmektir. Formula 1 organizatörlerinin bakış açısına göre kalıcı bir yarış pistini zaten Avrupa'da çok daha ucuza ve daha rahat koşullarda oluşturabilme imkanları vardı (Url-14).

Ancak, etkinlik için Albert Park'ın seçilmiş olması kamu oyunun bazı kesimlerince tepkiyle karşılanmıştır. 1994 yılında kurulan ve günümüzde de faaliyetlerini sürdüren Save Albert Park (SAP) isimli sivil toplum hareketi Albert Park'ın grand prix etkinliğine hazırlanış aşamasında park alanında ek olarak 50000 m² asfalt kullanıldığını, pistin yapım aşamasında 1000 adedin üzerinde ağacın kesildiğini, vahşi yaşam habitatına zarar verildiğini, park içerisindeki spor tesisi sayısının azaldığını ne sürmektedir. SAP yetkilileri, Albert Park'ın etkinlik için kullanılma kararının bir hükümet projesinden beklenen süreçler içerisinde alınmadığını söylemektedirler. SAP grubu, Bernie Ecclestone ile imzalanan kontratın herhangi bir parlamento mzakeresinden geçmediği, yerel halk ya da motor sporları endüstrisine hiçbir şekilde danışılmadığı, hükümetin etkinliğin çevresel etki değerlendirmesini yapmayı reddettiği, etkinlik öncesinde maliyet-fayda analizi yapılmadığı ve parktaki çalışmalar başlayana kadar planlar hakkında kamuoyunun yeterince bilgilendirilmeği konularında tepkilerini dile getirmektedir (Url-17). Lowes (2004), grand prix etkinliğinin Albert Park'ta yapılmasının bu kamu alanının bütünlük, amaç ve felsefesine ters düştüğünü ne sürerek, FOA ile yapılan kontrat detaylarının kamuoyundan gizli tutulmasının, anlaşma esnasında kamuoyuna danışılmamasının ve bir kamu alanının özel sektör kullanımına açılmasının neoliberal politikaların uzantısı olduğunu iddaa eder.

1994 yılında Victoria Eyalet parlamentosu tarafından ıkarılan Australian Grands Prix Act yasası doğrultusunda Australian Grand Prix Corporation (AGPC) kurulmuştur. Australian Grands Prix Act, sadece sivil toplum örgütlerinden değil eyalet resmi kurumlarından da tepki almıştır. Bu yasa ile birlikte AGPC'ye olağanın dışında yetkiler verilmiş olup, etkinlik kamunun yararını gözetten bir çok denetleme ve dengeleme unsurlarından muaf tutulmuştur (Lowes, 2004).

AGPC, Victoria hükümetinin turizm bakanlığına bağlı olarak çalışan resmi bir kurumudur. AGPC, Australian Grands Prix Act yasasına göre Avustralya Formula 1 Grand Prix ve Avustralya Motorcycle Grand Prix etkinliklerinin düzenlenmesinden

sorumlu olan kuruluş olup aynı zamanda Formula 1 etkinlikleri için yapılan kontratlardan, etkinlik organizasyonundan, yönetiminden, tanıtımından da sorumludur. Aynı yasa AGPC'ye Albert Park'ın etkinlik için düzenlenmesi ve gerekli tesislerin kurulması yetkisini de vermiştir (Audit Review, 2000).

Victoria Major Events Company CEO'su Brendan McClements'a göre AGPC'nin daha geniş pazarlama amaçlarından bir tanesi de Melbourne şehri için turizm aktivitesi üretmek ve şehrin tanıtımını sağlamaktır. Grand Prix etkinliği, her yıl tekrarlanan ana etkinliklerden biri olarak dört günlük program boyunca Formula 1 yarışının kendisi dışında bir çok aktivite, eğlence ve gösteriye de sahne olmaktadır.

Turizm aktivitesi yaratmak ve etkinliğe katılımın sağlanmasının dışında, AGPC kendisini ayrıca etkinlik için kamu desteğinin sağlanmasından da sorumlu tutmaktadır. Etkinliğin planlama müdürüne (Event Planning Manager) göre, halkın etkinliğe meraklı ve hevesli yaklaşımı etkinliğin uzun dönem boyunca gerçekleştirilebilmesi ve başarısı için hayati önem taşımaktadır (Stavros, 2005).

AGPC, aynı zamanda yerel ana sponsor ve destekleyici şirketlerle anlaşmak ve park alanının Formula 1 yarış pistine dönüştürülebilmesi için lojistik imkanları da seferber etmek zorundadır. AGPC'nin bu lojistik çalışmalarının kapsamında, bir festival atmosferi yaratacak eğlence aktivitelerinin, Formula 1 yarışına destek olabilecek diğer yarışların düzenlenmesi ve toplu taşımanın sağlanması yer almaktadır. AGPC, Formula 1 yarışının aktif olarak tanıtımını yapar ve katılıma teşviği sağlarken yarış kuralları üzerinde herhangi bir kontrolü yoktur (Stavros, 2005).

AGPC ayrıca, etkinliğin üç gün boyunca yapıldığı diğer Grand Prix etkinliklerinden farklı olarak, etkinliğin Avustralya'da dört gün boyunca yapılmasının sağlanması için FIA ve FOCA'da lobi faaliyetlerini yürütmek zorundadır. Etkinliğin dört gün boyunca sürmesi, sponsor ve destekleyici şirket anlaşmaları için önem teşkil etmektedir (Stavros, 2005).

Avustralya Grand Prix etkinliğinin yer seçim kararı, beraberinde tartışmaları da getirmiştir. AGPC yetkililerine göre, Victoria eyaleti yönetimi, etkinliğin Melbourne şehri için önemli bir turizm ve marka tanıtımı oluşturduğunu düşünmekte, bu yüzden etkinliğin mümkün olduğunca şehir merkezine yakın bir yerde gerçekleştirilmesini istemektedir (Stavros, 2005). Ancak başta Save Albert Park (SAP) isimli sivil toplum örgütü olmak üzere kamuoyunun bir kısmı, motor yarışı etkinliğinin kendisine karşı

olmamakla birlikte, Avustralya Grand Prix'inin Albert Park'ta değil, bu amaç için inşa edilmiş başka bir pistte yapılmasını talep etmektedirler.

Etkinlik organizatörleri, dört gün sürecince oluşan yoğun katılımdan dolayı, Grand Prix etkinliğinin Avustralya'nın en büyük spor etkinliği olduğunu düşünmektedir. Ancak SAP, aslında düşmekte olan seyirci sayısının gizlenmesi ve etkinliğin oluşturduğu büyük harcamaların haklı gösterilebilmesi amacıyla, etkinliğe olan ilginin AGPC tarafından abartıldığını ileri sürmektedir. Çizelge 4.4'te AGPC tarafından belirlenmiş gün ve yıllara göre etkinliğe katılım sayısı gösterilirken, Çizelge 4.5'te SAP tarafından belirlenmiş gün ve yıllara göre etkinliğe katılım sayısı gösterilmiştir.

Çizelge 4.3 : AGPC tarafından belirlenmiş gün ve yıllara göre Formula 1 etkinliğine katılım sayısı (Stavros, 2005).

Gün / Yıl	2000	2001	2002
Perşembe	49400	49600	51300
Cuma	78600	80400	81000
Cumartesi	107200	111000	112500
Pazar	124300	128500	127000
Toplam	359500	369500	371800

Çizelge 4.4 : SAP tarafından belirlenmiş gün ve yıllara göre Formula 1 etkinliğine katılım sayısı (Stavros, 2005).

Gün / Yıl	2000	2001	2002
Perşembe	26878	27136	26451
Cuma	56620	57599	55545
Cumartesi	7602	75684	78246
Pazar	90024	94951	91496
Toplam	249542	255370	251738

AGPC yetkililerine göre, televizyon yayın hakları ve ana sponsorluk anlaşmaları ile elde edilen gelirler FOA ve FIA tarafından kontrol edildiği için, bilet hasılatı AGPC'nin en büyük gelir kalemlerinden birini oluşturmaktadır. AGPC başarısını, katılım sayısı ve etkinliğe katılan insanların etkinlikten ne kadar memnun kaldıklarıyla ölçmektedir. Etkinlik, limitli sponsorluk anlaşmalarından gelir elde etmekte ve harcamaların karşılanmasında eyalet yönetiminden destek almaktadır

ancak AGPC bu desteğin önemli meblağlarda gerçekleştiğini belirtmekle beraber, tam miktarı ticari gizliliğe bağlı olarak belirtmemektedir (Stavros, 2005).

AGPC, etkinlikle ilgili beklentileri yarışın kendisinin dışında bir çok ekstra etkinlik düzenleyerek karşılmaya çalışmaktadır. AGPC pazarlama stratejisi, etkinliğe katılan bir seyirci için Formula 1 yarışının kendisinin ilgi çekici gelmese de, seyircinin yaratılan daha geniş gösterinin bir parçası olmaktan mutluluk duyacağı üzerine kurulmuştur. Yapılan ekstra etkinlikler arasında, ücretsiz konserler, ünlülerin katılımı, televizyon programlarında pistteki atmosferi gösteren canlı yayın, uçak gösterileri, hediyelik eşya standlarının kurulması yer almaktadır. AGPC pazarlama müdürünün görüşüne göre, Avustralya halkı etkinliğe sadece yarışın kendisi izlemek amacıyla katılma eğiliminde değildirler. Bu tutum Avrupa'daki seyircilerle karşılaştırıldığında tezat oluşturmaktadır. Avustralya'da yarışın kendisi, kutlama ortamı için bir bahane olarak görülüp, Avrupa'daki seyircinin aksine yarışı kimin kazandığıyla çok ilgilenmemektedir (Stavros, 2005).

AGPC'nin 2008 yılında yayınladığı rapora göre, etkinliğin 2008 yılı için (işletmeden kaynaklı) faaliyet zararı rekor bir seviyeye yaklaşık 26,7 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. İşletme kayıplarının her yıl artan seviyelerde gerçekleşmesinin en önemli nedeni, FOA'nın yarış için alınan lisans ücretini her yıl yaklaşık %15 oranında arttırması olarak görülmektedir (Url-18). İşletme kayıpları için gösterilen diğer nedenler arasında geçici yarış pistini oluşturmak için harcanan altyapı masraflarının artması, seyirci sayısının azalması ve sponsorlardan elde edilen gelirin düşmesidir (SAP, 2007). AGPC başkanı Ron Walker ve VMEC başkanı Rod Eddington'ın bakış açısına göre, etkinliğin, tüm dünya çapında televizyon kanallarında yayınlanarak şehir için yarattığı marka değeri, bu işletme kayıplarını karşılamaktadır. Ancak AGPC ve eyalet yönetimi, etkinliğin yarattığı iddaa edilen marka değeri ve ekonomik faydanın ölçülebilir olmadığı konusunda gün geçtikçe daha fazla eleştirilmektedir. SAP ayrıca, dünyanın iklim değişikliği ve sera etkisine daha duyarlı olduğu günümüzde, bir motor sporu yarışının kamuya ait bir parkta düzenleniyor olmasının aslında şehrin imajına zarar vereceğini ileri sürmektedir. Eyalet yönetiminin eleştirildiği bir başka nokta ise, şu an zarar etmekte olan bir etkinliğin düzenlenmesi için harcanan paraların, sağlık ya da eğitim gibi alanlara da yönlendirilebileceği ve aynı miktarda harcanan paralarla etkinlikte elde edilen istihdam sayısının başka bir alanda da yaratılabileceğidir (Url-17).

Avustralya Victoria Eyaleti Sayıştay Başkanlığı (VAGO), Melbourne’de gerçekleştirilen 2005 Avustralya Grand Prix etkinliğine ait maliyet-fayda analizi çalışması yayınlamıştır. Yapılan çalışmada etkinliğin organizasyonundan sorumlu olan Australia Grand Prix Corporation (AGPC) tarafından kamuoyuna açıklanan etkinliğe ait gelir ve gider miktarlarıyla birlikte, etkinliğin oluşturduğu varsayılan diğer fayda ve zararlar da göz önüne alınmıştır.

Çalışmanın sonucunda, 2005 Avustralya Grand Prix etkinliğini gerçekleştirmenin Victoria hükümeti ve yerel halkına toplamda net fayda sağlamadığı görülmüştür.

Çizelge 4.5 : Fayda ve maliyetlerin kurum ve ilgili gruplara dağıtılmasıyla ortaya çıkan net faydalar ve tutarları (VAGO, 2007).

Victoria Eyaleti ilgili kurum ve gruplar	Fayda (Milyon \$)
Victoria hükümeti (yönetim)	-16,2
Albert Park çevresinde yaşayanlar	-1,1
Yerel ticari işletmeleri	3,7
Yerel iş gücü	1,7
Yerel tüketici	5,3
Toplam	-6,6

Sonuçları değerlendirirken maliyet-fayda analizinin bir ekonomik etki çalışması olmadığını göz önünde bulundurmak gerekir. Maliyet-fayda analizi, bir politika ya da etkinliğin bu etkinliğin üreticileri, tüketicileri ve üretici ya da tüketici olarak rol oynamayıp yine de maliyet ve faydalarda pay sahibi olan üçüncü grupların elde ettiği faydaları inceler. Bu tür bir çalışma, gayrisafi eyalet hasılasındaki (GSP) değişikliği inceleyen ekonomik etki çalışmasından farklıdır. Ekonomik etki çalışması tüketici ya da diğer üçüncü grupların elde ettiği fayda ile ilgilenmez. Belirtilmesi gereken bir başka nokta da, yapılan çalışmanın Avustralya’nın tümü için değil Victoria eyaleti ve halkı göz önüne alınarak yapıldığıdır.

4.2 İstanbul Park Grand Prix

4.2.1 İstanbul Park Grand Prix yer seçim kararı ve süreci

Birkaç öngörü sahibi kişi ve firmanın girişimiyle 1995 yılında Cine-5'te ve ardından 2000'li yılların başında NTV'de Formula 1 yarışlarının canlı yayınlanması hem Türk halkını F1'e ısındırdı, hem yetkilileri ve büyük firmaları uyandırdı (Okumuş, 2008). 1980 dönemi çocuklarının 20'li yaşlarını henüz doldurmaya başladığı bu dönemde, değişen Türkiye ile birlikte Formula 1'e olan ilginin daha da fazla arttığını söylemek mümkün. Bu noktada sokaktaki insanın Formula 1 ile ilgisi olmasa bile, kırmızı renkteki arabaya olan sempatisini unutmamak gerek (Özener, 2009). 2000'lere gelindiğinde artık sokakta 7'den 70'e hiç kimse "Formula 1 nedir? Micheal Shumcher kimdir? Alonso kim" diye sormuyordu (Okumuş, 2008).

2000'li yıllarda başlayan Türkiye'nin Formula 1 macerası, tabandan gelen bir istekle değil, dünyayı takip eden bir grup öncü iş insanının girişimiyle start aldı. Merkezi yönetimin, yerel yönetimin, ve İstanbul Ticaret Odası gibi meslek örgütlerinin desteğiyle, kartopu çığ haline geldi ve İstanbullular bir anda dünyanın önde gelen yarışlarından birini evlerinde buldular (Okumuş, 2008). Bir grup iş elitinin global bir spor etkinliğini teşvik etmesi ve yanına kamu ve yerel yönetimi paydaş olarak alması sadece Türkiye'de görülen bir olgu değil global ölçekli hemen hemen tüm etkinliklerin ortak özelliğidir. Global etkinlikler çoğunlukla iş elitlerinin desteği veya iş elitlerinin desteğinin özenle seferber edilmesiyle ortaya çıkar. Siyasi aktörler de bu elit koalisyonun bir parçası olarak organizasyonun içinde yer alırlar. Bu sürecin en tehlikeli yanı ise etkinliğe ev sahipliği yapmanın halka dayalı demokratik bir karar olması olasılığının nadiren gerçekleşmesidir.

Öncelikle TOMSFED (Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu) başkanı Mümtaz Tahincioğlu ve aralarında Nuri Çolakoğlu, Mehmet Karabeyoğlu, Muhtar Kent, Cem Hakko gibi isimlerin de yar aldığı Formula 1 Derneği kurulur, derneğin temel amacı Formula 1 sezonunun bir yarış ayağını da Türkiye'ye getirmek için uluslararası ve ulusal düzeyde gerekli lobi faaliyetlerini yürütmektir.

Türkiye Otomobil Federasyonu başkanı Mümtaz Tahincioğlu'nun motor sporlarının en büyük karar merci olan Dünya Motor Sporları Konseyi'ne üye olması ve organizasyonun tüm ticari haklarını elinde bulunduran FOA'nın (Formula One Administration) başındaki Bernie Ecclostone'un İstanbul Tuzla'da kendisine bir tekne yaptırması ilişkilerin gelişmesini sağlar.

Aslında 2000'li yılların başı Bernie Ecclostone'un tüm dünyadaki potansiyel girişimcilerle konuşmaya başladığı, Avrupa ve Uzakdoğu dışında da GP'lerin düzenlenmesine dair açıklamalar yaptığı zamanlardır. Avrupa dışında yeni pazarlar aranmasındaki en önemli faktörlerden biri Avrupa'daki F1 pistlerinde uygulanmaya başlanacak tütün reklamı yasağıydı. Örneğin, bu sebeplerden ötürü Macaristan GP'si büyük bir tehlikeye girdi, çünkü sigara firması Philip Morris bu ülkedeki yarışın en büyük sponsoruydu. Macaristan'daki pistin yapımına büyük katkısı olan Philip Morris, Marlboro Macaristan Grand Prix'sine adını da vermişti. Macaristan bu sorunu Macaristan Parlamentosunun Formula 1'i sigara yasağını öngören kanundan muaf tutmasıyla aşabildi.

2000'li yılların başında Formül 1 sadece finansal sorunlar yaşamıyor aynı zamanda izlenme oranları da düşüyordu çünkü Formula 1 tutkunları Ferrari ve Michael Shumacher'in yarışlardaki hakimiyetinden sıkılmışlardı. Pistlerdeki yeni güvenlik kuralları da yarışlardaki heyecanın yitirilmesinde başka bir etkendi (Url-19).

Formula 1'in yeni pistlere hazırlandığı 2000'li yıllarda, FIA'nın yeşil ışık yaktığı GP seçenekleri arasında Türkiye ile birlikte Beyrut, Rusya, Suudi Arabistan, Çin ve Dubai'nin de isimleri geçiyordu.

Türkiye Otomobil Federasyonu ve Motor Sporları Federasyonu tarafından Ocak 2002 tarihinde düzenlenen Şampiyonlar Gecesi'nde Başkan Mümtaz Tahincioğlu'nun Türkiye'de Formula 1 pistinin yapılması için F1'in patronu Bernie Ecclestone'dan iyi niyet mektubu aldıklarının müjdesini vermesi fitili ateşledi, sıra Formula 1'in yapılacağı şehri seçip, merkezi yönetimin de desteğini alarak F1 macerasını resmen başlatmaya gelmişti.

F1 yarışları, vadedilen ekonomi, tanıtım, turizm pastasından pay almak isteyen kentlerin iştahını kabartarak, ev sahipliği için aday kentlerin parlamenterlerini, valilerini, belediye başkalarını, iş çevrelerini ve ticaret odalarını topyekün bir seferberliğe soktu. 24 Temmuz 2002'de Bakanlar Kurulu'nun Formula 1'e onay

vermesi ve TOMSFED Başkanı Mümtaz Tahincioğlu'nun 2005 yılında Formula 1'in Türkiye'ye geleceğini açıklaması üzerine aday kentler arasındaki rekabet iyice ısındı.

Bakanlar Kurulu'nun Formula 1'e onay vermesi; devletten istenen arazi talebini karşılamayı, her sene yarışlarda kar edilse de zarar edilse de gereken yıllık 13.5 milyon doları ödemeyi, ve pistin 2004 Eylül ayına bitmesi için taahhüt edilmesi gereken, buna karşılık teminat mektubu olan 27 milyon doları vermeyi kabul etmesi anlamına geliyordu (Url-20).

30 Temmuz 2002'de proje adayı Antalya, İstanbul ve İzmir'e ek olarak Bakanlar Kurulu'ndan dosyası alınan Kırşehir yetkilileri TOBB'un (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) İstanbul bürosunda Formula 1'in patronu Bernie Ecclostone'un bulunduğu teknik heyete yeniden düzenlenip sunulmak üzere son kez birer sunum yaptılar. Daha sonraki aşama Formula 1 patronu Bernie Ecclostone'un aday kentleri ziyaret ederek, adaylar arasında bir karara varmasıydı.

Buraya kadar olan süreci TOMSFED başkanı Mümtaz Tahincioğlu şöyle anlatmıştır:

"FOA (Formula One Administration) Başkanı Bernie ECCLESTONE, 1994 senesinde bir Amerikalı için inşa edilen bir yatı 1999 senesinde satın almaya teşebbüs etmesiyle Türkiye hakkında bilgi sahibi oldu. Bu yatı o zaman satın alması mümkün olmasa da bu vesile ile 2000 senesinde inşasına başlanan diğer bir yatı satın almasıyla, gündeme gelen yakınlaşma ülkemizi daha iyi tanımasını sağladı. Bu ziyaretler sırasında F1'in Türkiye'deki potansiyelini, F1'e getireceklerini ve kazandıracaklarını keşfetmesiyle yeşil ışığı yaktı ve 9 Ocak 2001 tarihinde verdiği niyet mektubu ile çalışmalarımızın ivme kazanmasını sağladı. Bu noktadan itibaren federasyon olarak yıllardır verdiğimiz uğraşın beraberinde, son 1 yıldır çatımız altında faaliyet gösteren F1 komisyonumuzu oluşturarak bir dernek kurduk.

Bu arada özel sektörün bu işe ilgi duymayacağını tespit edince hükümet ve sivil toplum örgütlerine yönelik Ankara'da bir prezantasyon yaptık. Bu prezantasyon neticesinde her kesimden pozitif ilgi gördük.

Bize ilk somut destek Türkiye Odalar Birliği Başkanı'ndan geldi. Projeye inandığını ve destekleyeceğini ifade etti; ardından projemizin Bakanlar Kurulu'nda görüşülmesi ve desteklenmesi gerçekleşti. Konu ile ilgili Bakanımız, Maliye ve Hazine desteklerini belirttiler. Daha sonraki aşamada Bernie ECCLESTONE Türkiye'ye davet edilerek potansiyel 3 alternatif şehir ve bu şehirlerdeki imkanlar kendisine gösterildi. Neticede uygun kentin belirlenmesi konusunda şu anda kendilerinden gelecek karar beklenmektedir" (Url-21).

Formula 1 organizasyonu için aday kentleri kapsayan gezisinin ilk ayağında, İstanbul'a gelen, aday kentler İstanbul, İzmir ve Antalya'da incelemelerde bulunduktan sonra değerlendirme yapacaklarını kaydeden Ecclestone seçilecek

şehrin kriterlerini şöyle açıklar: “Bu seçimde çok önemli ölçütlerimiz yok. Ama seçeceğimiz kentin dünyada tanınıyor olması önemli. Örneğin İstanbul dendiğinde herkes nerede olduğunu biliyor. Bir diğer ölçütümüz de yarışmacıların gazetecilerin ve izleyicilerin en iyi biçimde ağırlanacağı otellerin bulunmasıdır” (Url-22).

İstanbul gezisinde, Ecclestone öncelikle Atatürk Olimpiyat Stadını, sonrasında Kurtköy'deki araziye gezer. Ecclestone Olimpiyat Stadını beğenir, Tahincioğlu ise arazinin Olimpiyat Köyü'nün yanında olmasının ayrı bir avantaj olduğunu düşünmektedir, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi (TMOK) Başkanı Sinan Erdem de gezinin olumlu geçtiğini düşünmektedir;

“Bu tür organizasyonlarda pistin yanı sıra çok daha fazla şeye ihtiyaç oluyor. Burada pist yapılırsa, statta basın odaları kullanılabilir. Bernie Ecclestone da bu düşüncede. Zaten Atatürk Olimpiyat Köyü yalnızca atletizm ve futbola yaşayamaz. Bu bölgenin yaşam alanı haline getirilmesi lazım. Buradaki aday arazinin zaten kamulaştırılması yapılmış durumda. Elektrik ve suyu da hazır” (Url-22) diyerek, arazinin bu özelliklerinin Formula-1 etkinliğinin gerçekleşmesi için büyük bir kolaylık olduğunu ifade eder. Tahincioğlunun “Ama bu, organizasyonun İstanbul'da yapılacağı anlamına gelmez. Tüm aday şehirleri gezeceğiz. Atatürk Olimpiyat Stadı'nın tamamlanmış olması ise hemen yanında yapılabilecek Formula 1 pistinin maliyetini düşürür.”(Url-22) demesi ise seçilecek yer konusunda kafaların karışmasına sebep olur.

İzmir'i iki defa ziyaret eden, Formula1'in hangi ilde yapılması gerektiğine yönelik kamuoyu anketinden İzmir'in çıkmasıyla ilgili değerlendirme isteyen gazetecilere, “Tabii ki bu denli yüksek çıkıyorsa bunu değerlendirmeye alacağız” (Url-23) diyen, hangi ölçütlere göre Türkiye'de bölge seçiminin yapılacağı yönündeki bir soru üzerine de, “Ben bu konuda yıllardır deneyimliyim. Hissetmem gerekir, hislerimle karar vereceğim” (Url-23); Antalya için “Ölçütleri değerlendirirken, konaklama tesislerinin, otellerin yeterli olup olmadığını ve kapasitesini ciddi bir biçimde ele alıyoruz. Antalya'da bu kapasitenin olduğunu gördük. Siz bu ölçütü rahatlıkla karşılayabiliyorsunuz. Başka ölçütler de var ama onları daha sonra değerlendireceğiz. Bizim için önemli olan otel konusunda, şu anda Antalya öne çıkmış durumda” (Url-24) diyerek kafaları bir kez daha karıştıran Bernie Ecclestone, sonunda 2005 Türkiye Grand Prix'sinin İstanbul'da yapılmasına karar verir.

Ecclestone, TOMSFED'e gönderdiği 18 Kasım 2002 tarihli karar yazısında “Çok dikkatli bir değerlendirme sonucunda, Antalya'nın tanıtımı ve konaklama imkanları beni etkilemiş olsa da ve İzmir'in mükemmel turistik çekiciliğine rağmen, İstanbul'da karar kıldığını” (Url-25) açıklar. Ecclestone, “İstanbul'un dünya kenti olmasının yanı sıra takımların lojistik desteklerini karşılayacak konumda olmasının da kararında etkili olduğunu” belirtir.

TOMSFED açıklamasında, teknik ön çalışmaların yapılabilmesi için, ünlü Formula-1 pistlerinin mimarı Herman Tilke'nin bir hafta içinde İstanbul'a gelerek projeyi yürütecek olan İTO Başkanı Mehmet Yıldırım ile Kurtköy Tepeören'deki arazinin teknik çalışmalarına ve pistin çizimiyle ilgili çalışmalara başlanacağını kaydeder (Url-26). Fakat bu açıklamada, Olimpiyat Stadı bitişiğinde olması, kamulaştırılmasının yapılması ve maliyetleri düşürmesi açısından avantajlı olan, kamu otoritelerinin de geliştirilmesinde fayda gördükleri arazinin neden seçilmediğinden bahsedilmez.

Formula 1'in yapılacağı pistin Akfırat Tepeören Mevkii olarak seçilmesiyle birlikte, bölgeyle ilgili rant söylemleri de başlamış olur. Kimilerine göre *"Bölgenin başına devlet kuşu konacaktır"* (Url-27), kimilerine göre *"Formula'nın şampiyonu şimdiden belli olmuştur."* (Saymaz, 2003)

Mümtaz Tahincioğlu'ndan, neden Akfırat Tepeören Mevkii'ndeki araziye seçtiklerine dair merak edilen kapsamlı açıklama, yaklaşık 10 ay sonra 2 medya grubunun pistin çevresindeki arsaların akıbeti ile ilgili olarak birbirine düşmeleri üzerine gelir. İstanbul seçildikten sonra arazi konusunda üç yerin belirlendiğini söyleyen Tahincioğlu, bunlardan birinin Olimpiyat Köyünün bulunduğu arazi, diğerinin Sabiha Gökçen havalimanı içindeki arazi ve üçüncüsünün ise Gebze'deki arazi olduğunu ifade eder. Olimpiyat köyünün içindeki araziye teknik olarak uygun bulmadıklarını, seçimi Bernie Ecclestone ile birlikte yaptıklarını söyleyen Tahincioğlu şöyle konuşur:

"Bu arazinin çevresi gecekondu ile kaplıydı. Ayrıca giriş çıkışı tek yoldan olduğu için çok zordu. Sabiha Gökçen arazisi için de Savunma Bakanlığının sıcak bakmamasıyla İTO'nun Üniversite Kampüsü inşaa etmek için Vakıflardan kiraladığı arazi üzerine yoğunlaşıldı. Bu arazinin seçilmesindeki temel faktörler TEM yoluna bağlantısı rahat, havalimanına yakın ve etrafında hoş olmayan bir yapılaşmanın bulunmamasıydı. Yani bu arazinin seçilmesinin hiç bir kurumla alakası yoktur. Bu arazinin ülkeye büyük faydası olacaktır." (Url-28)

İstanbul Ticaret Odası Başkanı Mehmet Yıldırım ise, Formula 1 pistinin yapılacağı arazinin Vakıflara ait olduğunu belirtir; *"Formula 1'in İstanbul'da düzenlenmesini ve Gebze'deki arazi Bernie Ecclestone'un kararıyla seçildi. Bernie diğer arazileri de gördükten sonra Almanya'dan mimar grubu getirdi. Bu grup incelemeler yaptıktan sonra Bernie, 'Gebze'deki araziden başka yerde olmaz' açıklamasını yaptı"* (Url-28) diyerek yer seçim kararının kendilerine ait olmadığını vurgular.

Açıklamalardan anlaşılacağı üzere Formula-1 yer seçimi sürecinde kamu aktörlerinin, kent yöneticilerinin ismi geçmez. Kentin stratejik planlama sürecinde kilit öneme sahip olan, kent için büyük bir çekim merkezi olacak, binlerce turist getireceği düşünülen global bir etkinliğin yer seçim kararında, arazi seçiminin sadece arazinin sahip olduğu fiziki özelliklere indirgenmesi, üst ölçekli planların yönlendiriciliğinin ve yer seçim alternatifi analizlerinin görmezden gelinmesi; kentin stratejik olarak planlanmasını, yatırımların planlı olarak yönlendirilmesini ve yönetilmesini zora sokan bir süreç olarak karşımıza çıkacaktır

2002 yılının Kasım ayında İstanbul'un Formula 1'in yapılacağı şehir olarak seçilmesinin ardından yeni bir aktör karşımıza çıkar; İstanbul Ticaret Odası (İTO) Formula 1 projesini gerçekleştirmeye talip olur. Sonuçta Formula 1 yarışlarının altyapısını oluşturacak tesisleri kurmak, buna bağlı konularda yatırım ve ticari aktiviteleri yerine getirmek üzere İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve İTO Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı ortaklığıyla anonim bir şirket kurulur. FİYAŞ adını alan bu yatırımcı firmaya daha sonra, Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) ve İl Özel İdaresi de dahil olur (Okumuş, 2008). Projenin finansal paydaşlarının artmasındaki temel sebep, kaynak sıkıntısı çekilmesi ve zamanında bitirilememe tehlikesidir. Yeni ortakların projeye taze para girişi yaparak sermaye arttırımına katkıda bulunmaları hedeflenmektedir.

Ocak 2003'te, Formula 1'in 2005 yılında bir ayağının da Türkiye'de yapılması onayının alınması sonrası, Tuzla Akfırat Tepeören Mevkii'ndeki pist inşası için belirlenen araziye, aralarında Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası İstanbul Şubesi, Mimarlar Odası İstanbul Büyükkent Şubesi, Şehir Plancıları Odası İstanbul Şubesi, Orman Mühendisleri Odası Marmara Şubesi, Ziraat Mühendisleri Odası İstanbul Şubesi, ÇEKÜL, Türkiye Doğayla Barış Derneği, Türkiye Doğal Hayatı Koruma Derneği, Çevre Gönüllüleri Platformu ve TEMA Vakfı'nın bulunduğu 11 kuruluş tarafından itiraz edilir (Url-29). F1 için tahsisi düşünülen, Tuzla Akfırat Beldesi sınırları içindeki, 2250 dönüm yüzölçümüne sahip, 1092 – 1093 numaralı parsellere itiraz edilmesinin temel gerekçeleri şunlardır:

- Alanın tamamı Ömerli Barajı su toplama havzası içindedir.
- Alanın tamamı orman sınırları içinde olup 6831 sayılı Orman Kanunu'na tabi Vakıf Ormanıdır.

- 13.08.1984 yılında yapılarak Bayındırlık Bakanlığınca onaylanmış olan Ömerli İçme suyu Havzası Çevre Düzeni Koruma Planı'na göre söz konusu arazinin büyük çoğunluğu Ömerli Barajı'nı besleyen Değirmen Deresi'nin mutlak ve yakın koruma alanındadır ve öncelikle kamulaştırılacak yerlerdendir.
- Bu parseller turizm alanı ilan edilse bile, turizm amaçlı tesislerin yapılmasına İSKİ yönetmeliği ve havza planı olanak vermemektedir. (Url-30)

İtirazın içeriği incelendiğinde, ülkenin tanıtımı ve turizm etkinliklerinin artması bağlamında Formula 1 yarışına olumlu bakıldığı görülür, itirazın dayandığı esas nokta ise arazi seçim kararının yanlışlığıdır. Seçilen arazinin Ömerli İçme Suyu Havzası Çevre Düzeni Koruma Planı'na tabi olan bir su havzasında yer alıyor olması hem doğaya vereceği zarar hem şehircilik ilkeleri, hem de İstanbul'un gelişim yönleri bağlamında haklı nedenlerle eleştirilir. Ekonomik, sosyal ve çevresel maliyetlerin daha düşük olduğu bir başka alanın seçilmesinde sakınca değil fayda bulunduğu belirtilir.

Bu süreçte Formula 1 pisti önüne çıkan başka bir engelse, yarış pistinin inşaa edileceği arazinin Tuzla, Orhanlı ve Akfırat belediyeleri arasında ihtilafa neden olması ve ruhsatın alınmasının tam bir kaosa dönüşmesidir (Url-31).

Fakat tüm bu sorunlara rağmen, ÇED raporu olmadan ve ruhsat alınamadan, bütün paydaşların katıldığı bir törenle Formula 1 pistinin temeli, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan tarafından 10.09.2003 tarihinde atılır.

İstanbul özelinde baktığımızda tüm bu süreç bize Koç Üniversitesi, Maltepe Üniversitesi ya da 3.Boğaz Köprüsü tartışmalarında da gördüğümüz gibi, İstanbul'un kuzeyinde bitmek bilmeyen ekonomi – ekoloji mücadelesini hatırlatır. Olaya merkezi hükümetin el koyup, alanla ilgili üst ölçekli planlardan gelen yapı kısıtlarını, bölgeyi 28.04.2004 tarihli Bakanlar Kurulu kararıyla Turizm Merkezi ilan ederek çözmeye çalışması, meslek odaları ve merkezi hükümeti yargı zemininde karşı karşıya getirir (Url-32). Akfırat özelinde bu tartışma, Formula 1 Türkiye Grand Prix'sinin yapılacağı Ağustos 2005 tarihine kadar yoğun olarak sürer.

Kamu otoritesi, hem yerel yönetim hem merkezi yönetim ölçeğinde böyle bir etkinliğe, sigara reklamı yasağı hariç, neden kayıtsız şartsız destek vermiştir? Çünkü Formula 1 Grand Prix'inin bir ayağının Türkiye'ye getirilmesi, adeta ivedilikle

kaçırılmaması gereken bir tanıtım ve turizm fırsatı olarak lanse edilmiştir. Dolaylı olarak kazandıracağı ekonomik katkılar, yaratacağı istihdam, tanıtım yoluyla kazandıracağı ek turist sayısı her fırsatta projenin taraftarlarınca vurgulanmıştır.

Formula 1 Düzenleme Komitesi üyelerinden İskender Atakan, Formula 1 Grand Prix'i ve devlet garantörlüğünün tartışıldığı bir tv programında, Formula 1'in Türkiye'ye getirilmesini destekleyenleri "Formula 1 severler yerine vatanseverler olarak" adlandırarak şöyle devam etmiştir;

"Çünkü vatanını seven insanların bu tip projelere sırt dönmemesi lazım. Kendisinde sorumluluk hissi duyan insanların mecbur olması lazım. Bu işe evet demeye. Ülkeyi tanıtıyoruz. Spor bir araç." (Url-33). Bu tutum elbette Formula 1 Düzenleme Komitesinin asli görevlerinden olan lobi faaliyetlerinin ve kamuoyu desteği oluşturma bir parçası olarak görülebilir fakat bu tutum aynı zamanda da Formula 1 Grand Prix'inin ülkeye katacağı değerin akıl ve sağduyu yoluyla tartışılmasının da önüne geçer. Dünyadaki diğer başarılı Grand Prix'ler örnek gösterilir, özellikle Malezya Grand Prix'i, fakat bu işten umduğunu bulamayanlarsa es geçilir.

Merkezi yönetimin ise Formula 1 Grand Prix'inden beklentileri oldukça üst düzeydedir. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Formula 1 tesislerinin temelinin atıldığı 10.09.2003 tarihinde beklentilerini şöyle dile getirmiştir; *"Bu büyük gösterinin bir ülkenin imajına, turistik ve kültürel cazibesine yapacağı katkıyı düşünün. Bu korkunç bir PR olayıdır. Böyle bir fırsatı bununla yakalıyoruz. 1.5 milyar insanın sadece binde 2 sinin tatil için ülkemizi seçmesi 3 milyon turist kazanmak demek. Bu ise turizmde yüzde 30 luk bir artış demektir. Bu çapta, uluslararası bir tanıtım kampanyası gerçekleştirmeye kısa süre içinde kimsenin gücünün yetmesi mümkün değil. Türk Tanıtma Fonu'ndan 27 milyon dolar ayırdığımız bu organizasyondan ciddi bir gelir bekliyoruz.."* (Url-34).

Elbette, Formula 1 Grand Prix'i gibi büyük spor etkinlikleri ve turizm arasında bir ilişki vardır. Fakat turizmle ilgili artan büyüme oranları, etkinliğin turizm için etkili olduğu süre, getireceği turist sayısı ve buna bağlı olarak yaratacağı ekonomik fayda büyütülmüş rakamlarla açıklanır. Global etkinliklerle ilgili literatür incelemeleri büyük spor etkinliklerin artık temel bir endüstri ve ev sahibi ülkenin, bölgenin ya da şehrin ekonomisinin gelişmesinde bir araç olduğunu ortaya koyar ama bir çekince de içerir, sonuç her zaman istenildiği gibi olamayabilir. Sporun artık global bir ticari faaliyet alanı haline gelmesi, büyük spor etkinlikleri sahiplerinin, muhtemel ev sahibi ülkeler arasında fiyat artırma savaşları yaratılmasında, ellerini güçlendirir. Teklif

edilen parayı ödemek için yerel organizatörler etkinliğin yaratacağı dolaylı ekonomik faydalara da vurgu yaparak, kamu fonlarının tahsisi için harekete geçerler. Fakat bu motivasyon, çok nadir olarak, iddia edilen faydaları kanıtlamak için hazırlanacak detaylı ve bağımsız bir ekonomik etki analiziyle birlikte sağlanır.

Formula 1 Düzenleme Komitesi'nin merkezi hükümeti etkinliğin bir paydaşı olmaya ikna etmek için nasıl bir ekonomik etki analizi çalışması yaptığını, hangi yöntemi, hangi ayrıntılarla ele aldığını ve bu çalışmayı kime yaptırdığını bilmiyoruz. Kamuoyuyla paylaşılan tek hesaplama yöntemi gelen turistler vasıtasıyla dolaylı vergilerle elde edileceği ve her yıl kamunun ödeyeceği 13,5 milyon \$'ı karşılayacağı düşünülen, diğer faktörleri hesaba katmayan tek boyutlu bir yöntemdir. İTO araştırmasında ise, Formula 1'in Türkiye'de yapılmasına karar verildiği takdirde devlete hiçbir yük getirmeyeceğine, aksine 60-150 milyon dolar arasında bir gelir sağlayacağına işaret edilir. Araştırmaya göre, Formula 1'in Türkiye'ye maliyeti 5 kilometrelik bir otoban maliyetine eşittir (Url-35).

4.2.2. İstanbul Park ve plan kararları

Formula 1 arazisinin planlama süreci de yer seçim süreci gibi kapalı ve tepeden inme karar süreçlerinden oluşmaktadır. Yerel yönetimin desteğini alan fakat yerel yönetimi karar alma süreçlerinin dışında tutan bir planlama anlayışı benimsenmiştir. İstanbul bütününde TEM otoyolunun kuzeyinde kalan orman ve su havzalarının planlı olarak tahribi konusunda yeni bir tartışma başlatmıştır.

İstanbul Park için bir başka sorun ise arazinin mülkiyetiyle ilgilidir. İstanbul Park Alanını da içine alan Karaağıl Çiftliği 1949 yılında yürürlüğe giren Orman Kadastro sonucunda “Karaağıl Devlet Ormanı” olarak vasıflandırılmıştır. Orman ilan edilen çiftliğin kendilerine ait olduğunu savunan Mehmet Süheyl Efendi Vakfı yönetimi, o dönemde bu karara itiraz ederek, Orman İdaresine dava açmıştır. 16 yıl süren davanın sonunda mahkeme, hukukta değişmez ve kesin hüküm anlamına gelen kaziye-i muhkime ile çiftliğin vakıf mülkü olduğuna karar vermiştir.

İstanbul Park arazisinin sahibi olan, Mehmet Süheyl Efendi Vakfı, Vakıflar Kanunu'na göre “mülhak” vakıf olarak tanımlanmaktadır. Mülhak vakıflarda gelirlerin ya da işlerin yönetimi tamamen vakıf evlatlarınca ve vakıf senedi çerçevesinde yapılmaktadır. Mülhak vakıfların kanunen ve fiilen hizmetlerini yerine

getiremediğinin görüldüğü durumlarda, söz konusu vakıflar, Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından zapt edilmektedir. 5737 sayılı Vakıflar Kanunu'na göre mazbutaya alınan vakıflar gelirden pay almakla birlikte yönetime karışmamakta, tamamen devlet idaresi tarafından yönetilmektedir.

Mehmet Süheyl Efendi Vakfı ilk kez 1963 yılında mazbutaya alınmıştır. Danıştay'a yapılan itiraz sonucu 1964 yılında mazbutiyeti kaldırılan vakıf, 1984 yılında müteveli atanmayıp idaresiz kaldığı ve böylelikle 10 sene geçtiği gerekçesiyle tekrar mazbut vakıflar arasına alınmıştır. 2002 tarihinde vakıf ailesinin en büyük evladı Dr. Naci Yıldızalp tarafından mazbutiyete itiraz edilmiştir. İstanbul 5. İdare Mahkemesi itirazi yerinde görerek, 25 Mart 2004'te mütevelliği Dr.Naci Yılmazalp'e vermiş ve mazbutiyet kararını iptal etmiştir (Uysal, 2005).

İstanbul Park Alanı, 29.07.1980 tarihli, Bayındırlık ve İskan Bakanlığınca onaylanan 1/50.000 ölçekli İstanbul Metropolitan Alan Planı'nda, kısmen "Orman Alanı" ve kısmen de "Ağaçlandırılacak Alan" lejantında kalmaktadır. 13.08.1984 tarihli, Bayındırlık ve İskan Bakanlığınca onaylanan 1/25.000 ölçekli Ömerli İçme Suyu Havzası Çevre Düzeni Planı'nına göre ise alanın tamamı "Uzak Mesafeli Koruma Kuşağı Alanı" içindedir. Bu plana göre İstanbul Park Alanı, kısmen "Tarım Alanı" kısmen "Orman Alanı" ve kısmen "Dere Mutlak Koruma Kuşağı" lejantında kalmaktadır

Yer seçim kararına ilişkin tüm itirazlara ve üst ölçekli plan kararlarına rağmen Bayındırlık ve İskan Bakanlığınca hazırlanan, 09.09.2003 tarihinde onanan 1/50.000 ölçekli plan değişikliği ve bu plana göre hazırlanan 1/5000 ölçekli ve 1/1000 ölçekli Nazım ve Uygulama İmar Planları ile Tuzla İlçesi, Akfırat Mevkii, 9-10-11 pafta, 1092 ve 1093 parseller "Orman Alanı ve Ağaçlandırılacak Alan" lejantından "Formula 1 İstanbul Otomobil ve Diğer Motorlu Araçlar Spor ve Yarışma Alanı"na alınmıştır. Yapılan plan tadilatıyla getirilen plan notları şöyledir:

- E=0.06, Hmax=40.50 metre sadece yarışma pistinde yer alan kulele içindir. Diğer tesislere ilişkin yükseklikler İSKİ görüşü alınmak suretiyle avan projesince belirlenecektir.
- Kırsal yerleşmelere ulaşımı sağlayan 14.50 metrelik yol kamuya terk edilmeden inşaat uygulamasına geçilemez.
- Tüm iç yollar, yarış pistleri ve tüm otoparklar özel mülkiyette kalacaktır.
- Emsal, kadastral parsel üzerinden hesaplanacaktır.

- Formula 1 Racing Circuit jeolojik jeoteknik araştırma ve değerlendirme raporunun sonuç ve öneriler bölümündeki koşul ve tedbirlere aynen uyulacaktır.
- Yerleşme, 1.derece deprem kuşağındadır. Bu nedenle yapılacak tüm yapılarda 02.09.1997 gün ve 23098 mükerrer sayılı resmi gazetede yayımlanan değişikliklere, afet bölgelerinde yapılacak yapılar hakkında yönetmelik hükümlerine titizlikle uyulacaktır.
- İ.S.K.İ'nin getirmiş olduğu kısıtlara aynen uyulacaktır.

Plan notlarından da anlaşılacağı üzere yapılan plan tadilatına 6831 sayılı Orman Kanunun 52.maddesine göre meşruluk kazandırılmak istenmiştir;

“Ekim ve dikim suretiyle meydana getirilen hususi ormanlar hariç, hususi ormanlar 500 hektardan küçük parçalar teşkil edecek şekilde parçalanıp başkalarına temlik ve mirasçılar arasında ifrazen taksim edilemez.

Ancak, şehir, kasaba ve köy yapılarının toplu olarak bulunduğu yerlerdeki hususi orman alanlarında bu kanunun 17 nci maddesine göre izin almak ve yatay alanın yüzde altısını (%6) geçmemek üzere imar planlamasına uygun inşaat yapılabilir. İnşaatların yapılmasında orman alanlarının tabii vasıflarının korunmasına özen gösterilir.”

13.05.2004 tarihinde resmi gazetede yayınlanan 2004/7214 sayılı 28.04.2004 tarihinde Bakanlar Kurulun’ca kabul edilen kararla Formula 1 İstanbul Otomobil ve Diğer Motorlu Araçlar Spor ve Yarışma Alanı, “İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi” ilan edilmiştir.

"İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi" kararına, TMMOB Şehir Plancıları Odası, TMMOB Mimarlar Odası, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, TEMA (Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma) Vakfı hukuka, Anayasaya, yasalara, şehircilik bilimine ve kamuoyu yararına aykırı olması gerekçesiyle yürütmeyi durdurma istemiyle dava açmışlarsa da (EK-A.1) Danıştay Altıncı Daire Mahkemesi tarafından, dava yasal süreci içinde açılmadığından itirazın reddine karar verilmiştir.

2004/7214 sayılı 28.04.2004 tarihinde Bakanlar Kurulun’ca kabul edilen kararla Formula 1 İstanbul Otomobil ve Diğer Motorlu Araçlar Spor ve Yarışma Alanı’nın “İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi” ilan edilmesiyle İstanbul Park, süregiden mülkiyet, yer seçimi ve üst ölçekli planlama tartışmalarından hukuksal zeminde azat edilmiş olmuştur. Çünkü Turizmi Teşvik Kanunu’nun Taşınmaz Malların Turizm Amaçlı Kullanımı ile ilgili 8 inci maddenin A/1-b bendinde ormanların turizme ayrılması ve amenajman planlarının bu amaçla tadili

öngörülmekte, C fıkrasında ise turizme ayrılan orman alanlarının yatırımcılara tahsisine ilişkin esas ve süreler konusunda 6831 sayılı Orman Kanunu hükümlerine bağlı kalınmayacağı belirtilmektedir.

“Turizm alanlarında ve turizm merkezlerinde Bakanlığın talebi üzerine, imar planları yapılmış ve turizme ayrılmış yerlerdeki taşınmaz mallardan;

(1) Hazineye ait olan yerlerle ormanlar, ilgili kuruluşlarca Bakanlığa tahsis edilir.

(b) Ormanların, turizme ayrılması ve amenejman planlarının tadili, işlemleri tamamlandıktan sonra yapılır ve talep tarihinden başlayarak en geç 1 ay içinde tamamlanır.

C. Bu taşınmaz malların yatırımcılara tahsisi, kiralanması ve bunlar üzerine irtifak hakkı tesisine ilişkin esaslar ile süreler, bedeller, hakların sona ermesi ve diğer şartlar Bakanlık, Maliye Bakanlığı ve Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından 2490 sayılı Artırma ve Eksiltme ve İhale Kanunu ile 6831 sayılı Orman Kanunu ile hükümlerine bağlı olmaksızın müştereken tespit edilir.”

1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı’nda ise İstanbul Park “Turizm Merkezi” ve “Ulusal ve Uluslar arası Spor Alanı” lejantında kalmaktadır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi İmar ve Şehircilik Daire Başkanlığı Şehir Planlama Müdürlüğü’nün hazırladığı 1/100000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu’nda “Turizm Merkezi” ve “Ulusal ve Uluslar arası Spor Alanı” şöyle açıklanmıştır:

Turizm merkezi: 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu kapsamında İstanbul’da ilan edilen Turizm Merkezi sayısı 1993 yılı itibariyle 40’a ulaşmıştır İstanbul’un korunması gerekli doğal ve tarihi mirasını zedeleyeceği görüşünün meslek odaları tarafından kamuoyu gündemine taşınması ve açtıkları davalar sonucunda bu merkezlerin bir kısmı iptal edilmiş, bir kısmı ise gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilenler arasında en çok tartışılanlar İstanbul’un tarihi bölgelerine en yakın ve kentin silüetini en çok zedelemeleri nedeniyle, Park Otel ve Gökkafe Turizm Merkezleri’dir. 1994 yılından sonra ilan edilen yeni turizm merkezleri ile birlikte İstanbul’da bugün uygulamaya konu olan toplam 21 adet Turizm Merkezi bulunmaktadır. Bu Merkezler ağırlıklı olarak Tarihi Yarımada, Beyoğlu ve Boğaz gibi İstanbul’un turizm potansiyeli yüksek bölgelerinde yer almaktadır. İstanbul Park ise, İstanbul’da su havzası içinde yer alan tek turizm merkezi olma özelliğine sahiptir.

Ulusal ve uluslar arası spor alanı: Ulusal ve uluslararası ölçekte hizmet verecek, çeşitli spor dallarına ait kapalı ve açık alanların ve spor eğitim merkezlerinin yer

alması öngörülen alanlardır. Atatürk Olimpiyat Parkı'nda Olimpik Stadyum dışında kalan spor tesisleri; Olimpiyatlar öncesi ve sonrasında çeşitli sportif etkinliklerin yanı sıra ihtiyaç doğrultusunda kullanılmak şartıyla rekreasyon alanı, fuar, kongre ve gösteri merkezi, aquapark vb. fonksiyonlar ile sağlık ve spor turizmine yönelik konaklama tesisleri için de kullanılabilir.

2009 yılı tarihli 1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu, Doğal Yapı SWOT Analizinde; Formula-1, pistinin otonom kararlarla orman alanlarının tahrip etmesini bir tehdit olarak görmüştür. Yine aynı raporda, Turizm Sektörü SWOT Analizinde ise Formula-1 Organizasyonunu güçlü yönler başlığı altında incelemekle birlikte havza içinde konumlanması ve doğal öneme sahip alanları tahrip etmesi nedeniyle bir tehdit olarak değerlendirmiştir.

4.2.3 Organizasyon ve finansman yapısı

Formula İstanbul Yatırım A.Ş. (FİYAŞ), Şubat 2003'te sportif aktivitelerle ilgili tesisleri yapmak, sportif aktiviteleri yönetmek, düzenlemek amacıyla İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve İTO Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı ortaklığıyla yaklaşık 10 trilyon liralık sermayeyle kuruldu. FİYAŞ'ın sportif faaliyetlerle ilgili geniş bir misyonu olsa da kuruluşundaki temel amaç Türkiye'deki Formula-1 pistinin yatırımcısı olmaktır. Formula-1 pisti ihalesi 3 Mart 2003 günü yapıldı. İhaleye sadece `Formula-1 İstanbul Yatırım Anonim Şirketi` katıldı ve kazandı. Şirket `yap-işlet-devret` modeliyle Vakıflar Genel Müdürlüğü'nden 20 yıllığına kiraladığı 2 bin 250 dönümlük alan için ilk 2.5 yıllık dönemde her ay 2 bin dolar, ilk yarışın yapılacağı 2005 yılından itibaren, her yıl %2 artırılarak ayda 30 bin dolar kira ödemeyi taahhüt etti (Mercan, 2003). Sözleşme gereği pistin işletmesini FİYAŞ üstlenemediği için, Haziran 2003'te Motor Sporları ve Organizasyonları A.Ş (MSO) isimli bir şirket kuruldu ve işletmeyi bu şirket üstlendi. Formula 1'in tanıtımını, medya planlamasını yapacak ve gelirlerini kontrol edecek bu hizmet ve ticaret şirketinin yüzde 20'si Formula 1 Yatırım Şirketi A.Ş'nin, yüzde 20'si İTO'nun, yüzde 20'si İTO Vakfı'nın ve yüzde 40'ı çok cüzi bir katılım sermayesi ödemekle eleştirilen Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu (TOMSFED) başkanı Mümtaz Tahincioğlu'nun öncülüğündeki Formula 1 Derneği'ne aitti (Url-36).

Formula-1 Derneği, TOMSFED başkanı Mümtaz Tahincioğlu, Muhtar Kent, Cem Hakko, İskender Atakan, Alinur Velidedeoğlu, Yiğit Şardan, Jan Nahum, Özcan

Tahincioğlu, Nuri Çolakoğlu ve Mehmet Karabeyoğlu öncülüğünde kendilerini “bir grup formula sever” olarak tanıtan iş elitlerinin kurduğu bir dernektir. 2002 yılında kurulan Formula-1 Derneği sadece FOM Başkanı Bernie Ecclestone ile lobi faaliyetlerini yürütmekle kalmayıp, 'Türkiye Hız Kazanıyor' kampanyasıyla Bülent Ecevit Başbakanlığı'ndaki Türkiye Cumhuriyeti 57. Hükümet'ini de Formula 1 yarışlarının Türkiye'de yapılması için ikna etmiştir (Url-37).

24 Temmuz 2002'de hükümet bu organizasyona Türkiye adına her yıl 13.5 milyon dolar yarış yapma bedeli ödeyerek destek olmaya karar vermiş, böylece Formula 1 yarışlarının garantörlüğünü üstlenmiştir. 58. hükümet tarafından da bu projeye destek verilince, Ağustos 2003'te de FOA ile 7 yıllık bir anlaşma imzalanmış ve 10 Eylül 2003'te Başbakan Recep Tayip Erdoğan tarafından İstanbul Park pistinin temelleri atılmıştır.

İstanbul Park pistinin yapım maliyetinin çok yükselmesi (25 milyon \$'dan 130 milyon \$'a çıkması) ve pistin zamanında yapımının tehlikeye girmesi üzerine, merkezi yönetimin de araya girmesiyle, maliyetleri tek başına üstlenmeye yola çıkan İTO'ya, Ocak 2005'te, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) ve İstanbul İl Özel İdaresi de ortak olmuştur. 2009 yılı itibarıyla FİYAŞ'ın %40,65 hissesi TOBB'a, %39,92 hissesi İTO'ya, % 0,73 hissesi İTO Vakfı'na, %3,66 hissesi İSTON A.Ş'ye (İBB), %3,66 hissesi İSFALT A.Ş'ye (İBB), %3,66 KİPTAŞ'a (İBB), %7,69 hissesi İl Özel İdaresi'ne aittir (Gündoğan, 2009).

İstanbul Park ilk 2 sezon MSO tarafından işletilmiştir. İlk iki yıl Formula 1 haricinde farklı organizasyonlara da sahne olan fakat işletmeden kar elde edilemeyen İstanbul Park'ın özel sektör tarafından işletilmesinin daha uygun olacağı düşünüldü İstanbul Park'ın işletme hakkının devri için Haziran 2006'da ihaleye çıkıldı. Formula 1 yarışlarının yapıldığı İstanbul Park'ın işletme hakkının devrine ilişkin ihalede tek teklifi Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) vermiştir. TÜRSAB, İstanbul Park'ın mal sahibi olan Formula İstanbul Yatırım A.Ş'ye (FİYAŞ) 8 milyon dolar yıllık bedel ödemeyi taahhüt etmiştir. TÜRSAB, pisti işletmeye taliptir fakat FİYAŞ'a “F1'i hariç tutun, 8 milyon dolar yıllık kira verelim” teklifini getirmiştir. Bu şart üzerine TÜRSAB'la anlaşma sağlanamamış ve İstanbul Park'ın işletmesi için yerli ya da yabancı başka bir talip de olmayınca, Formula One Manegement (FOM) başkanı Bernie Ecclestone'a İstanbul Park'ın işletmesi teklifi götürülmüştür. 20

Nisan 2007 tarihinde FİYAŞ, "Aslında yönetim kurulum sözleşmeye baktığında, benim aptal bir iş adamı olduğumu düşündü. Bu benim dünyada yaptığım en kötü anlaşma. Ama 'Niye?' derseniz, Türkiye'ye çok ama çok inanıyorum. Zannedildiği gibi 1-2 yıllık finansal getiri için yapılan bir anlaşma değil. Uzun yıllarda getirisi olacak bir anlaşma" (Url-38) diyen Bernie Ecclestone ile anlaşmaya vararak, pisti kiraya vermiştir. İstanbul Park'ı işletmek üzere, FOM'un %100 iştirakı olan İstanbul Park Organizasyon A.Ş. kurulmuştur. Yapılan anlaşmaya göre İstanbul Park Organizasyon A.Ş, İstanbul Park pistini yıllık 3 milyon \$ kira bedeliyle, 2021 Aralık ayına kadar 15 yıllığına işletecektir. 2007 sezonundan beri İstanbul Park'ın yeni işletmecisi olan şirket, İstanbul Park'ın tanıtım ve pazarlamasından da sorumludur. FİYAŞ'a karşı kira sözleşmesi haricinde (raporlama..vb) hiçbir sorumluluğu olmayan şirket, doğrudan FOM'a bağlıdır (Güçlü, 2009).

Ocak 2009'da her ne kadar FİYAŞ yetkilileri, "kesin bir şey yok, öyle denen şeyler var" (Gündoğan, 2009) dese de beklenmedik bir gelişme yaşanır, Bernie Ecclestone'ın, İstanbul Formula 1 pistinin işletmesinden çekilmek istediği haberi medyaya yansır. Aslında, FOM başkanı Ecclestone, hiçbir ülkede pist işletmeciliği yapmamış, böyle bir deneyimi ilk defa İstanbul Park pistinde yaşamıştır. Bu başvurunun ardından da İstanbul Park'ın geleceği ile ilgili kaygılar ve İstanbul Park'ı kurtarma projeleri yoğun olarak medyada tartışılmaya başlanır. Ancak bu başvurunun bir "sözleşmeyi feshetme" adımı mı yoksa "başka bir hamle" mi olduğu kamuoyu için bir soru işaretidir (Tek, 2009). İstanbul Park Organizasyon A.Ş. yetkilisinin, "Bernie Ecclestone buradan gerçekten ayrılmak istiyor mu?" sorusuna yanıtı bu soruyu açıklar niteliktedir: "*Gerekirse ayrılır. Yani kontratı bitiyor, devletle masaya oturup anlaşması lazım. Yıllık verilen 13,5 milyon doların artırılması lazım, devlet tarafından başka destekler de verilmesini istiyor. Ana sponsorluk hakkının devlette olmasını istiyor*" (Güçlü, 2009).

2005 yılında, TC Başbakanlık Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (GSGM) tarafından, adındaki 'Motorsporları' (TOMSFED) ibaresi kaldırılınca TOSFED kısa adını alan Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu, GSGM ve Uluslar arası Otomobil Federasyonu (FIA) tarafından tanınan, Türkiye'de otomobil sporlarıyla ilgili yönetici konumunda bulunan resmi kurumdur. Türkiye'de, otomobil sporları organizasyonlarını Uluslararası Otomobil Federasyonu (FIA), Uluslararası Karting Federasyonu (FIACIK) kural ve yönetmeliklerine mümkün olduğu ölçüde bağlı kalarak yürütmek, geliştirmek, yurt sathına yaymak ve uluslararası organizasyonlarda başarılı sonuçlar sağlamaktan sorumlu olan federasyon, hem

FIA'dan hem de GSGM'den gelen yetkilerin birleşmesi sayesinde, Türkiye'de otomobil sporlarıyla ilgili tek resmi - yönetici organdır. 1997 yılından beri (beş dönem) TOSFED başkanı Mümtaz Tahincioğlu'dur (Url-37).

TOSFED, İstanbul Park'taki ulusal ve uluslar arası otomobil sporları yarışlarının sportif organizatörlüğünü üstlenmiştir bir anlamda İstanbul Park'taki otomobil sporları yarışlarının teknik patronu (yarışlara hakem atama, yarış kurallarını uygulatma, FIA ile yarışlarla ilgili iletişimi sağlama) TOSFED'dir. İstanbul Park Grand Prix organizasyon yapısı Şekil 4.4'te gösterilmiştir.

İstanbul Park Pisti arazisi, `yap-işlet-devret` modeliyle Vakıflar Genel Müdürlüğü'nden 20 yıllığına kiralandığı için; FİYAŞ her ay (2005 yılından itibaren yılda % 2 artışla), Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne 30000 \$ kira bedeli ödemektedir, İstanbul Park Organizasyon A.Ş.'den ise pistin işletilmesi karşılığında her yıl 3 milyon \$ kira bedeli almaktadır.FİYAŞ ayrıca piste yerleştirilen GSM vericilerinden (Turkcell, Avea ve Vodafone) yılda toplam 45.000 \$ kira ücreti almaktadır. Tüm bu kira gelirleri ile, İstanbul Park yatırımının FİYAŞ'a geri dönmesi imkansız gözükmemektedir. Etkinlik için yapılan yatırımın geri dönüş süresi şu günkü hesaplamalarınızla ne kadar sürer diye sorulduğunda FİYAŞ yetkilisinin verdiği yanıt yatırımın geri dönüşünün ne kadar uzak olduğunu ortaya koymaktadır: *“Dönmesi imkansız. Biz bazı hesaplar yaptık, bazı öngörüler ortaya koyduk ama bunlardan çok anlamlı şeyler ortaya çıkmıyor. Yani pist için 200 milyon TL harcadığımızı düşünürsek, yılda %10 oranından 20 milyon TL faiz yapar, Biz o parayı kira olarak değerlendiriyoruz. Yani yılda 20 milyon TL kazanmamız gerekiyor ki 200 yılda geri dönüş olsun”* (Gündoğan, 2009).

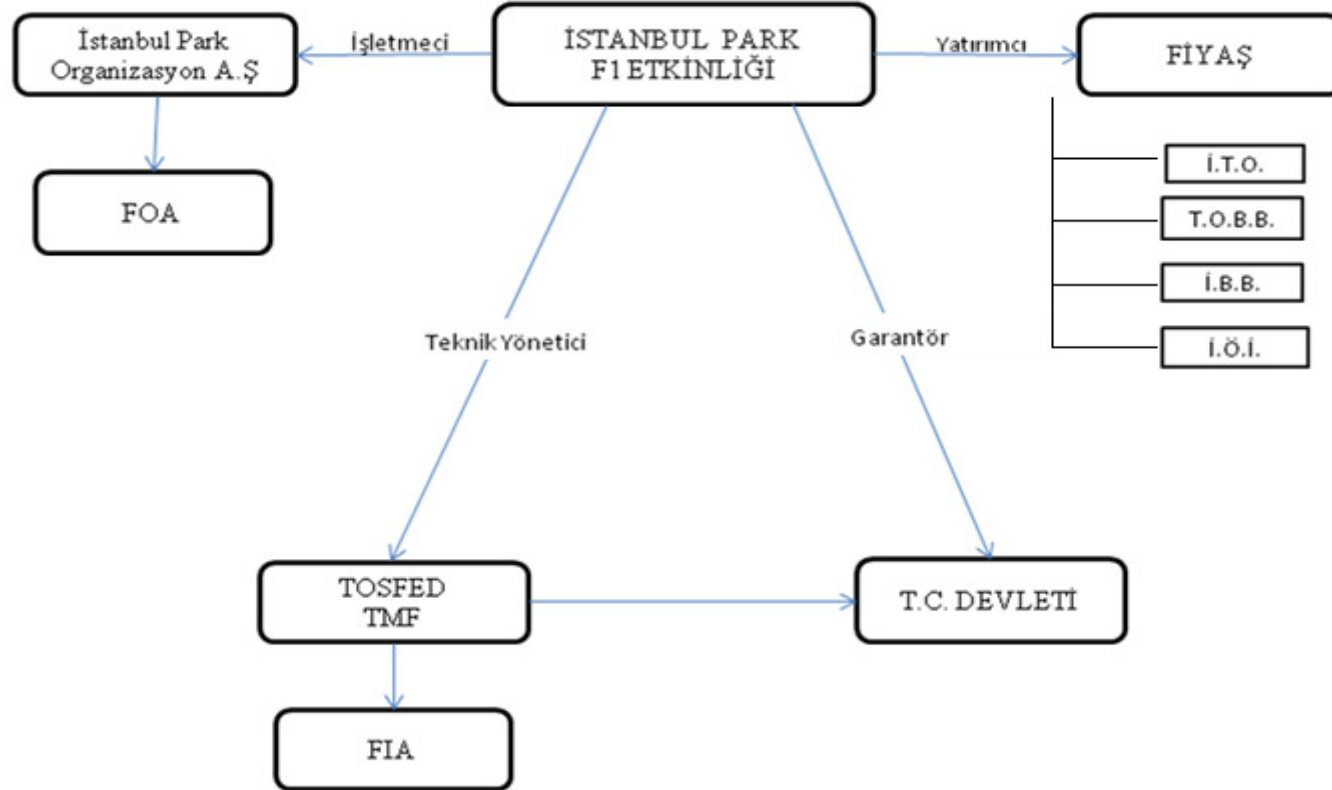
İstanbul Park Organizasyon A.Ş. cephesinden bakıldığında da mali tablo pek parlak gözükmemektedir. İstanbul Park Organizasyon A.Ş.'nin Formula 1 yarışları üzerinden elde ettiği gelir sadece bilet satışları üzerinden sağlanmaktadır. Sponsorluk ve yayın haklarından elde edilen gelirlerin hepsi FOM'a aktarılmaktadır. Formula 1 harici yapılan diğer motor ve otomobil sporları etkinliklerinin ise etkinliğin arkasında güçlü bir sponsor bulunup, etkinliğin organizasyon masrafları karşılanmadığı sürece masraflar çıkarılamamaktadır (Güçlü, 2009).

İstanbul Park Organizasyon A.Ş.'nin en büyük gider kalemlerinden biri FİYAŞ'a her yıl ödenen 3 milyon \$ kira bedeli olmakla beraber, pistin bakım maliyetleri de diğer etkinliklerden kar elde etmeyi engelleyen önemli bir gider kalemi olarak ortaya çıkmaktadır. İstanbul Park Organizasyon A.Ş.'nin yöneticisi İstanbul Park pistinin

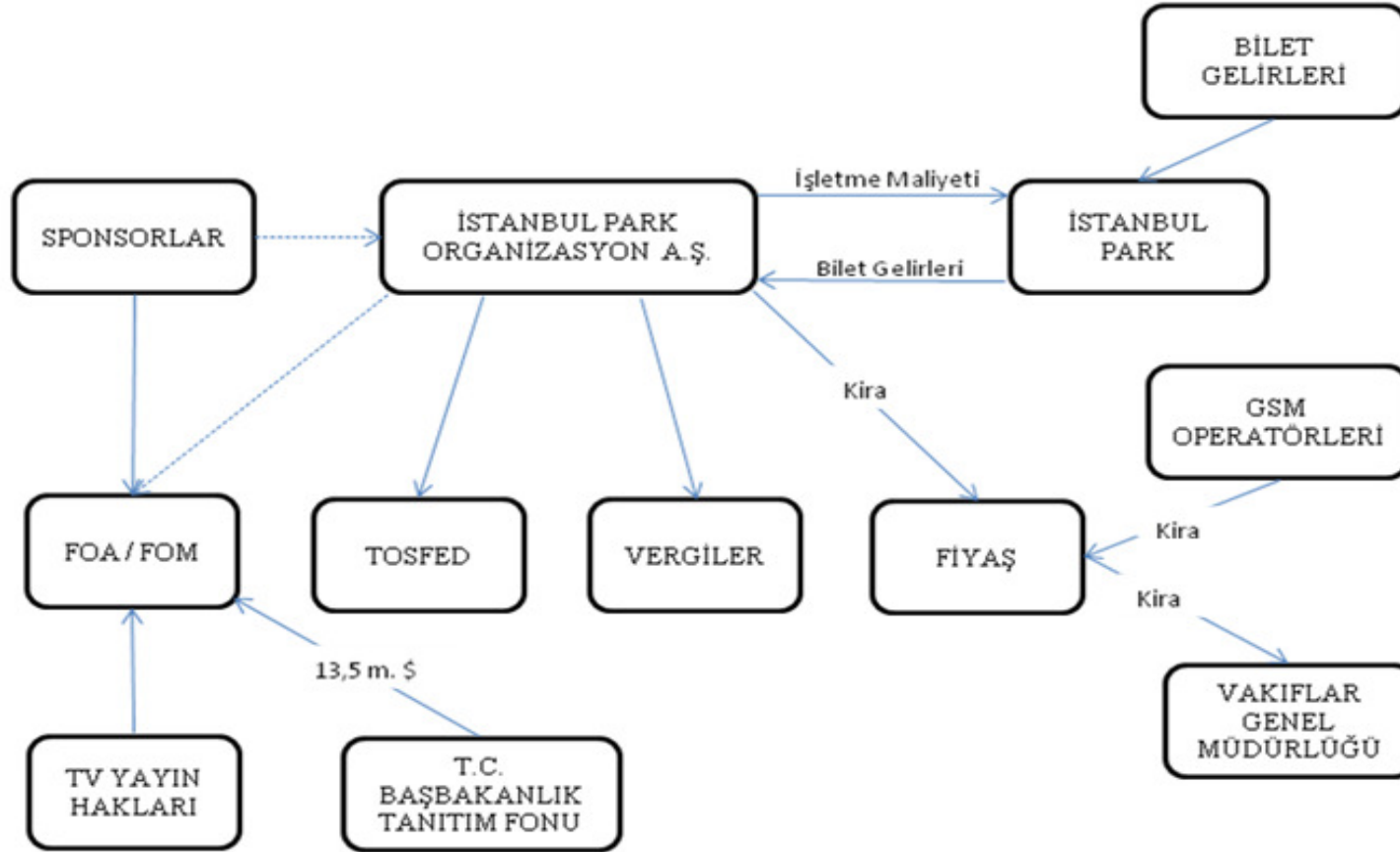
çok büyük olduğu için bakım maliyetini de çok masraflı olduğunu belirtmektedir: *“Burada çim kesmeye kalktığımız zaman bile iki günlük çim kesmeye bile 2000 lira para ödüyöruz. Elektrikleri açtığımız zaman ayda 40-50 milyar elektirk parası ödüyöruz. Sulama yapmaya kalktığımız zaman her ay 40-60 milyar arası su parası ödüyöruz, burası 2500 dönüm olduğu için herşeye para ödüyöruz”* (Güçlü,2009).

İstanbul Park Organizasyon A.Ş’nin diğer gider kalemleriyse, TOSFED’e her yıl Formula 1 için ödenen yaklaşık 1 milyon TL ve belediyeye eğlence vergisi olarak beş senede ödenen yaklaşık 5 milyon TL’dir. İstanbul Park Organizasyon A.Ş’nin yöneticisi kar-zarar anlayışlarını ise şöyle açıklamaktadır: *“Eski yönetimde beş yaparken şimdi iki yapıyoruz zararı”* (Güçlü, 2009).

Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Tanıtım Fonu’ndan her yıl FOM’a ödenen 13,5 milyon TL’lik harç bedelinin ise finansal olarak bir geri dönüşü olmadığı açıktır. Çünkü bu değerin kamuya dönüşünün, Formula1 için Türkiye’ye gelecek olan 50.000 turistin yapacağı harcamaların katma değer vergisiyle sağlanacağı düşünülmüştür. Bu hesaplama yönteminin problemli olması bir yana, 2009 yılı İstanbul Park Grand Prix’i için yurt dışından gelen turistlere satılan bilet sayısı 10.000 adettir. İstanbul Park Grand Prix finansman yapısı Şekil 4.5’te gösterilmiştir.



Şekil 4.4 : İstanbul Park Grand Prix organizasyon şeması.



Şekil 4.5 : İstanbul Park Grand Prix finansman yapısı.

Çizelge 4.6’da İstanbul Park Grand Prix etkinliğinin yer seçim ve plan kararları, organizasyon ve finansman ile ilgili kararlar ve aktörler özetlenmiştir. Bölüm 5’te incelenecek olan Akfırat Bölgesi’yle ilgili ipuçları bulmak da mümkündür.

Çizelge 4.6: Formula 1 İstanbul Grand Prix etkinliğinin gelişim süreci

Tarih	Olaylar
1995	1995 yılında Cine-5’te ve ardından 1998 yılında NTV’de Formula 1 yarışlarının canlı yayınlanması hem Türk halkını F1’e ısındırdı, hem yetkilileri ve büyük firmaları uyandırdı
2000	TOMSFED başkanı Tahincioğlu ve bir grup iş eliti tarafından Formula 1 Derneği kurulur, temel amaç Formula 1 etkinliğini Türkiye’ye getirmek için uluslar arası ve ulusal düzeyde gerekli lobi faaliyetlerini yürütmektir.
Ocak 2002	Formula 1 Düzenleme Komitesi’nin çoğunluğu Avrupa’da yapılan yarışların bir kısmını Ortadoğu ve Asya ülkelerine taşıma planı çerçevesinde Türkiye’ye verdiği olumlu yanıt, Federasyonu’nu harekete geçirdi.
Temmuz 2002	Bülent Ecevit başkanlığındaki 57. hükümet bu organizasyona Türkiye adına her yıl 13.5 milyon dolar yarış yapma bedeli ödeyerek destek olmaya karar vermiş, böylece Formula 1 yarışlarının garantörlüğünü üstlenmiştir.
Temmuz-Kasım 2002	F1 yarışları, vadedilen tanıtım ve turizm pastasından pay almak isteyen kentlerin iştahını kabarttı, aday olan İstanbul, Antalya ve İzmir kentlerinin parlamenterlerini, belediye başkanlarını, iş çevrelerini ve ticaret odalarını topyekün bir seferberliğe soktu.
Kasım 2002	Ecclestone, TOMSFED’e gönderdiği karar yazısında dünya kenti olmasının yanı sıra takımların lojistik desteklerini karşılayacak konumda olmasından dolayı İstanbul’da karar kıldığını bildirir
Kasım 2002	TOMSFED açıklamasında, ünlü pistlerin mimarı Tilke’nin bir hafta içinde İstanbul’a gelerek projeyi yürütecek olan İTO Başkanı Yıldırım ile Kurtköy Tepeören’deki arazinin teknik çalışmalarına başlayacağını kaydeder
Aralık 2002	Başbakan Yardımcısı Şahin’le yaptıkları görüşmede, Kurtköy’deki vakıflara ait arazinin tahsis edilmesini istediklerini kaydeden Yıldırım, olumlu yanıt alır. Formula 1 kompleksi start alır.
Ocak 2003	Akfırat’ta pist inşası için belirlenen araziye toplam 11 kuruluş tarafından itiraz edildi. Tanıtımı ve turizm etkinliklerinin artması bağlamında Formula 1’e olumlu bakılması gerektiği belirtilirken, turizm amaçlı tesislerin yapılmasına İSKİ yönetmeliği ve havza planının elvermediği kaydedildi.
Şubat 2003	İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve İTO Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı ortaklığıyla yaklaşık 10 trilyon liralık sermayeyle kurulan FİYAŞ’ın sportif faaliyetlerle ilgili geniş bir misyonu olsa da kuruluşundaki temel amaç Türkiye’deki Formula-1 pistinin yatırımcısı olmaktır.

Mart 2003	Formula-1 pisti ihalesi 3 Mart 2003 günü yapıldı. İhaleye sadece `Formula-1 İstanbul Yatırım Anonim Şirketi` katıldı ve kazandı. Şirket `yap-işlet-devret` modeliyle Vakıflar Genel Müdürlüğü'nden Akfırat'taki araziye 20 yıllığına kiraladı.
Haziran 2003	Sözleşme gereği pistin işletmesini FİYAŞ üstlenemediği için, FİYAŞ ve Formula 1 Derneği Motor Sporları ve Organizasyonları A.Ş (MSO) isimli bir şirket kurdu ve işletmeyi bu şirket üstlendi. Şirket, Formula1'in tanıtımını, medya planlamasını yapacak ve gelirlerini kontrol edecekti.
Ağustos 2003	Recep Tayip Erdoğan başkanlığındaki 58. hükümet tarafından FOA ile T.C Devleti'nin yarışlara garantör olduğuna dair 7 yıllık bir anlaşma imzalandı. FOA ve FİYAŞ arasında ev sahibi ülke için şartları ağır bir anlaşma imzalandı
Ağustos 2003	Pistin çevresindeki arsalarla ilgili olarak iki büyük medya gurubu birbirine düşer. İTO Başkanı Yıldırım, Formula 1 pistinin yapılacağı arazinin Vakıflara ait olduğunu belirtir, "Bu arazinin 50 bin dönüme yakın çevresi de vakıflara ait. Yani burda arsa spekülâtörlüğü yapacak yer yok"
Eylül 2003	Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nca hazırlanan, 1/50.000 ölçekli plan değişikliği ve bu plana göre hazırlanan alt ölçekli planlar ile Akfırat Mevkii, 1092-1093 parseller "Orman Alanı ve Ağaçlandırılacak Alan"dan "Otomobil ve Motorlu Araçlar Spor ve Yarışma Alanı"na dönüştürüldü.
Eylül 2003	10 Eylül 2003'te Başbakan Recep Tayip Erdoğan tarafından ruhsatı ve ÇED raporu olmayan İstanbul Park pistinin temelleri atıldı. "Bu korkunç bir PR olayıdır. Türk Tanıtma Fonu'ndan 27 milyon dolar ayırdığımız bu organizasyondan ciddi bir gelir bekliyoruz..
Mayıs 2004	2004/7214 sayılı 28.04.2004 tarihinde Bakanlar Kurulun'ca kabul edilen kararla Formula 1 İstanbul Otomobil ve Diğer Motorlu Araçlar Spor ve Yarışma Alanı, "İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi" ilan edildi
Temmuz 2004	"İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi" kararına, Şehir Plancıları Odası, Mimarlar Odası, Ziraat Mühendisleri Odası, TEMA Vakfı yasalara, şehircilik bilimine ve kamuoyu yararına aykırı olması gerekçesiyle yürütmeyi durdurma istemiyle dava açtılar.
Ocak 2005	FİYAŞ'a TOBB, İBB ve İl Özel İdaresi de dahil olur. Projenin finansal paydaşlarının artmasındaki temel sebep, kaynak sıkıntısı çekilmesi ve zamanında bitirilememe tehlikesidir. Yeni ortakların projeye taze para girişi yaparak sermaye artırımına katkıda bulunmaları hedeflenmektedir.
Nisan 2005	Eski İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Mehmet Yıldırım'ın da aralarında bulunduğu 17 kişi hakkında, Akfırat'ta bulunan Formula 1 Pisti'nin yapımı için fazla ödeme yapıldığı gerekçesiyle dava açıldı. "Hizmet nedeniyle emniyeti suiistimal" suçundan 1.5-7.5 yıl arasında hapis cezası talep edildi.

Haziran 2005	Orhanlı Belediyesi tarafından, Ömerli İçmesuyu Havzası Tepeören 1., 2. ve 3. Etap Nazım İmar ve Uygulama İmar Planları onaylanır. Bu planlar 2008 yılında üstün kamu yararı gözetmediği ve havza yerleşim planlarına uygun hazırlanmadıkları için 2008 yılında iptal olur.
Ağustos 2005	Yarışa 3 gün kala Başbakan Erdoğan, Formula 1 pisti bağlantı yollarının açılışını yaptı. “Bugün araziler 10 kat değerlendirildi. Pist çevresinde 1 milyon YTL’lik villalar olacak` Bu yollar medeniyet yarışında yarış güzergahımız olsun, kazadan beladan uzak olsun, barış, sevgi ve kardeşlik yolu olsun, hayırlı olsun”
Ağustos 2005	21 Ağustos 2005 tarihinde Formula 1 grand prix’inin 14.ayağı Tuzla İlçesi, Akfırat Belediyesi, İstanbul Park pistinde gerçekleşti. Yarışa olan ilgi kayda değerdi, 60.000 bilet satıldı, 180.000 kişi izledi. Yaşanan tek sorun trafik oldu,bbaglantı yollarından itibaren uzun kuyruklar oluştu.
Haziran 2006	İstanbul Park ilk 2 sezon MSO tarafından işletilmiştir. İlk iki yıl Formula-1 haricinde farklı organizasyonlara da sahne olan fakat işletmeden kar elde edilemedi, ihaleye çıkıldı. İstanbul Park’ın işletme hakkının devrine ilişkin ihalede tek teklifi TÜRSAB verdi ama anlaşma sağlanmadı.
Nisan 2007	FİYAŞ, "Bu benim dünyada yaptığım en kötü anlaşma. Ama, Türkiye'ye çok ama çok inanıyorum. Zannedildiği gibi 1-2 yıllık finansal getiri için yapılan bir anlaşma değil" diyen Ecclestone'a, pisti kiraya verdi. Pisti işletmek üzere, FOM'un %100 iştiraki olan İstanbul Park Organizasyon A.Ş. kuruldu.
Ocak 2009	FİYAŞ'ın Formula 1 Tesisi'ni 2021 Aralık ayına kadar kiraya verdiği Formula One Administration Limited'in (FOA) Başkanı Ecclestone'un pist işletme anlaşmasını feshetmek üzere FİYAŞ'a başvuruda bulunduğu öğrenildi.
Ocak 2009	Kendi politik imajını etkinliğin tanıtım ve geliştirilmesi ile ilişkilendiren Akfırat Beldesi'nin Belediye Başkanı Hilmi Yıldız, formula 1 pisti yolları ve Tepeören'deki arsa satış ihalelerinde yolsuzluk yaptığı iddialarıyla tutuklandı.
Haziran 2009	“Formula 1 rüyası” “Formula 1 hüsrana” dönüşmeye başladı. İstanbul Park'ta beşincisi düzenlenen Formula 1 etkinliği yeterince izleyici çekemediği için, yoğun eleştirilere maruz kaldı. 30000 bilet satıldı, 90.000 kişi etkinliği izledi, gözlemcilere göre bu ralam çok daha düşüktü.

4.2.4 İstanbul Park ve ekonomik etkiler

Ekonomik “etki” altyapı gereksinimlerinin inşası ve etkinlik süresince meydana gelen toplam ticari aktivite olmak üzere iki temel yoldan elde edilir. Altyapı gereksinimleri ile genelde kastedilen sportif tesisler ve onları kente entegre edebilmek için gerçekleştirilen ulaşım yatırımlardır. Ticari altivite ile kastedilense,

etkinliğe katılan tahmini ziyaretçi sayısı ve bir ziyaretçinin ortalama ne kadar ve kaç gün harcama yaptığıdır.

Herşeyden önce şunu belirtmek gerekir, İstanbul Park Grand Prix'inin ne öncesinde ne de sonrasında herhangi bir ekonomik etki analizi yapılmamıştır. Sadece etkinliğin taraftarlarınca diğer ülkeler için geçerli olduğu söylenen ve herhangi bir bilimsel kaynağa dayandırılmayan fazla iyimser rakamlar kullanılarak İstanbul Park Grand Prix'inin yaratacağı ekonomik etki, analiz edilmeye değil tahmin edilmeye çalışılmıştır. Etkinlik öncesinde hemen hemen hiç kimsenin bu fazlaca iyimser rakamları sorgulamaması ve karşı argüman geliştirmemesi dikkat çekicidir. Seyirci sayısının her geçen yıl düşmesi ve tahmin edilen rakamların çok altında gerçekleşmesi dolayısıyla beklenen ekonomik etkiye ulaşmanın imkansızlaşması, 4-5 katına çıkan pist yapım maliyetinin toplum için kayda değer bir faydaya dönüştürülememesi “formula 1 rüyasını”, kamuoyu nezdinde “İstanbul park hüsrânına” dönüştürmüştür.

Şüphesiz büyük spor etkinliklerinin büyük maliyetleri olur ve bu yüzden de büyük etkinliklerin ev sahibi kente getirdiği mali yük ve sağladığı kazanç arasındaki dengeye yönelik tartışmalar literatürdeki temel konulardan biri olarak hala gündemdeki yerini korumaktadır. Ev sahibi şehir olmayı üstlenmekle, kamu ve özel kuruluşlardan finansal kaynak elde edilir. Büyük etkinliklere yapılan kamu harcamalarıysa, şehre sağlayacağı uzun vadeli kazanımlara, etkinlik ve kent için altyapı ve kentsel yenileme projelerine, uluslar arası tanınırlığının artmasına, turist ziyaretlerinin artmasına ve bu artışın getireceği uzun vadedeki kazançlara vurgu yapılarak meşrulaştırılır. Aksi taktirde geniş kamu kaynaklarının kullanımı haklı çıkartılamaz ve etkinliğin devamlılığı güvence altına alınamaz.

İstanbul Park Grand Prix örneğinde beklenen ekonomik faydanın sağlanamayacağı görüldüğünde kamuoyunda akla gelen ilk sorulardan biri pistin inşasının neden kamu ve yarı kamu kuruluşları (İTO, TOBB, İBB, İstanbul İl Özel İdaresi) tarafından yapıldığı, yarışın neden devlet tarafından finanse edildiği idi. Yatırımın riskini özel sektör neden üstlenmemiş, kamu bu kadar maliyeti tek başına karşılamak zorunda kalmıştı?

Bu sorunun cevabı Formula 1 Grand Prix'inin Türkiye'ye getirilmesindeki en önemli aktörlerden biri olan M. Tahincioğlu tarafından 10 Kasım 2003 tarihinde verilmiştir:

“Bu işi çok iyi bilen bir işadamı olarak, ‘Bu işe girer misiniz’ diye soruyorsanız, benim 60, 70 milyon

dolarım olsaydı, bu işe yatırmazdım. Niye yatırmazdım, çünkü bu işin ticaretle ilgisi yok. Zaten bizim devlete gitmemiz ve ‘Yarış bedeli devlet tarafından ödensin’ dememizin nedeni, bu işin fizibilitesinin olmamasından...” (Url-39)

Tahincioğlu, her yıl yarış bedeli olarak ödenecek 13,5 milyon \$’ın İstanbul Park Grand Prix’inin kentte yaratacağı ekonomik aktivite ile devlete fazlasıyla geri döneceğini kendi tahmini rakamlarıyla savunmuştur *“Gelelim şu 13.5 milyon dolara... Öyle bir para ödeyemeyeceğimize göre, bunun bir tek çözümü vardır, o da çok basit bir matematikle çözüldü. Biz diyoruz ki, Türkiye’ye gelecek bir döviz var, bu döviz de seyirci getirecek. Bu seyirci bu parayı İstanbul’da bırakacak. Bu paralar harcanırken hepsinin bir makbuz karşılığı, bir fatura karşılığı harcadığını düşünün, bunların bir KDV’si vardır; artı diyoruz bu hasılatın bir de yıl sonunda vergisi vardır. Diyelim ki yarışa 50 bin seyirci olarak geldi. Her birisinin 1000 dolar bıraktığını düşünün. Oturun değerlendirin, göreceksiniz ki 13.5 milyon dolardan daha fazla bir gelir var. Biz de dedik ki devlete, “Siz bu parayı geçici olarak verin, ondan sonra gidin alın” (Url-39)*

Başbakan Tayyip Erdoğan içinse Formula 1 organizasyonunun tanıtımı değeri herşeyin üstündedir. Ağustos 2005’te Formula 1 pisti bağlantı yollarının açılış töreninde konuşan Başbakan Erdoğan, pistin maliyeti ile ilgili olarak eski İTO Başkanı Yıldırım’ı da eleştirir *“Bu organizasyonda tek hedef, tek amaç, Türkiye ve İstanbul’un tanıtımıdır. Tabii birileri yarın çıkacak (parasal olarak bu organizasyon ne getirdi ne götürdü) diye soracaktır. Öyle şeyler vardır ki orada paranın hesabı yapılmaz, orada ülkenin tanıtımı yapılır. Formula 1’in Türkiye’ye gelmesinde Yıldırım’ın emeği var, teşekkür ediyorum. Ancak bize sunduğu rapordan dolayı eleştiriyorum. Bize verilen rapor bugün gelinen noktaya göre çok düşük bir rakamdı. Biz onu neredeyse 1’e karşı 4’e katladık. Bu, uzağı görememektir”* Başbakan Erdoğan’ın sadece İTO başkanı Mehmet Yıldırım ile ilgili tespitleri değil, Akfırat’taki arazilerin değeri ile ilgili yaptığı tespitler de doğrudur: *“Bugün araziler 10 kat değerlendirildi. Pist çevresinde 1 milyon YTL’lik villalar olacak” (Url-40).*

Kamu sektörünün etkinlik maliyetlerini karşılaması, dünya örnekleri incelendiğinde Formula 1’in geleneksel merkezi Avrupa dışında görülebilen, olağan bir olgudur. Örnek vaka olarak incelenen Melbourne Grand Prix’inde de Albert Park’ın etkinlik için düzenlenmesi ve gerekli tesislerin kurulması, etkinliğin organizasyonu, yönetimi ve tanıtımı Victoria hükümetinin turizm bakanlığına bağlı olarak çalışan resmi bir kurum tarafından üstlenilmiştir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında ise Mules ve Faulkner (1996) F1 Grand Prix Yarışları ve Olimpiyatlar da dahil olmak üzere, büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapan şehirin, her zaman kesin bir ekonomik kazanç sağlamayabileceğine dikkat çeker. Mules ve Faulkner’in (1996), temel görüşü kamu

sektörünün etkinlikleri düzenleme görevini üstlenmesi ve yerel ekonomiye yarar sağlamak için bu tür maddi kayıpları göze almasıdır. Gratton, Dobson ve Shibli'nin (2001) öngörülerini de Tahincioğlu'nun bir işadamı olarak etkinliğe bakışını doğrular. Gratton, Dobson ve Shibli'ye göre bu finansal yapı bir çok özel etkinliğin ortak özelliğidir ve gelecekte maddi kayıpların daha da artması muhtemel gözükmemektedir. Özel işletmecilerin, büyük etkinliklerden kar elde etme şansları çok düşük olduğu için, bu tür etkinlikleri üstlenmeye gönüllü olmaları pek olanaklı gözükmemektedir.

İstanbul Park Grand Prix'indeki temel sorun ise kamunun etkinliği desteklemesi değil kamunun yaptığı harcamaların yeni iş imkanları ve daha fazla gelir olarak kamuya geri dönmemesidir. Başka bir ifadeyle atılan taşın ürkütülen kuşa değmemiş olmasıdır. Kamu formula 1 etkinliğinin şehre çekeceği turistleri, yapacakları harcamalarla ticaretin canlanmasına bulunacakları katkıları düşünerek büyük bir yatırımdan kaçınmamıştır ama sonuç bir vaatten öteye gidememiştir.

Tahincioğlu'nun kamunun her yıl etkinlik için ödeyeceği 13,5 milyon \$'ı kamunun nasıl tekrar geri kazanacağına dair yaptığı tahminde Crampton'un (2001) hatalı ekonomik analizlerde ortaya çıkarttığı 4 büyük hatadan ikisi göze çarpmaktadır. Bunlardan birincisi hane halkı gelirlerinde meydana gelecek değişiklikler yerine ziyaretçi harcamalarının dikkate alınmasıdır. Başka bir ifadeyle gelir çarpanı yerine satış çarpanının kullanılmasıdır. Satış etkileri ile ilgilenenlerin iş sahipleri (özellikle turizm sektörü) ya da satış gelirlerini artırmakla yükümlü olan hükümet kuruluşlarıdır. Oysa, yaşam standartlarını doğrudan etkilemediği sürece kamunun kişi başı satış dağarlarına ilgisi muhtemelen sınırlı olacaktır. İkinci büyük hata ise etkinliğe katılması düşünülen 50 bin seyircinin derinlemesine analiz edilmemesidir. Ev sahibi şehirde ikamet etmeyen bazı izleyiciler uzunca bir süredir bölgeye bir ziyareti planlıyor olabilir ancak spor etkinliğiyle aynı zamana denk getirebilmek için ziyaretin zamanlamasını değiştirmiş olabilirler. Harcamalar, zaten etkinlik olmasa da yapılacağı ziyaret gerçekleştirileceği için etkinliğe atfedilemez. Başka ziyaretçiler ise ev sahibi şehirde başka bir aktiviteye katılmak yerine etkinliğine gitmeyi tercih edebilirler. Bu iki ziyaretçi grubu, etkinlik olmasa da harcama yapmaya zaten hazır olduklarından etkinliğin harcamalarını tetiklediği iddia edilemez. Ayrıca Sydney Yaz Olimpiyatlarını inceleyen Andersen'ın (1999) da belirttiği gibi büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak ziyaretçi kayıplarına yol açabilmektedir. Büyük etkinlikler her ne kadar yeni turistleri şehre gelmeye teşvik etse de etkinlikle ilgilenmeyen turistler,

etkinliğin otel fiyatlarını arttırması veya kargaşaya neden olması gibi olumsuzluklar nedeniyle şehre gelmekten vazgeçebilirler. Çevre ülkelerden gelen ziyaretçilerin etkinliğe 3 gün boyunca katılmamaları, sadece asıl yarışların yapıldığı pazar günü etkinliğe katılmaları da muhtemeldir dolayısıyla söz konusu turistlerin 3 gün boyunca harcama yapmaları da beklenilemez. 2005 ve 2006 yıllarında yapılan İstanbul Park Grand Prix’inde Yunanistan, Romanya, Bulgaristan, Gürcistan, Ukrayna gibi komşu ülkelere gelen günü birlik arabalarıyla gelen çok sayıda yarışsever seyretmiştir (Url-41)

İstanbul Park Grand Prix, Tahincioğlu’nun telaffuz ettiği 50 bin yabancı seyirci sayısına etkinliğin yapıldığı ilk yıl bile ulaşamamış, etkinlik her geçen yıl hem yurt içinden hem yurt dışından izleyici kaybetmiştir. Çizelge 4.7’da etkinliğe katılan seyirci sayısı gösterilmiştir. Seyirci sayısı üç gün boyunca etkinliğe katılan katılımcıların toplanmaları sonucu elde edilmektedir.

Çizelge 4.7: Yıllara göre İstanbul Grand Prix’in 3 günlük izleyici sayısı.

Yıl	3 günlük izleyici sayısı (kişi)
2005	180.000
2006	135.000
2007	112.000
2008	100.000
2009	90.000

İstanbul Park Grand Prix için resmi katılım rakamlarına, günlere ait izleyici sayısına ve İstanbul içi, İstanbul dışı ve yurt dışı izleyici dağılımına ulaşamamıştır, İstanbul Park Organizasyon A.Ş yetkilisinden alınan bilgilere göre izleyicilerin dağılımını resmi olarak ortaya koyan bir analiz çalışması ya da İstanbul Park Grand Prix etkinliğine gelen turistlerin ortalama kaç gün kaldıklarını ve ne kadar harcama yaptıklarını araştıran bir anket çalışması mali sıkıntılar ve altyapı yetersizliği sebebiyle henüz yapılamamıştır. Oysa bu tür analizler ve derinlemesine yapılan anket çalışmaları olmadan etkinliğin, kentte ne kadarlık bir ekonomik etki yarattığını hesaplamak olanaksızdır. İstanbul Park Organizasyon A.Ş yetkilisi, 2009 yılındaki Formula 1 etkinliğinin kentte 50 milyon €’luk bir etki yarattığını düşünmekte (Güçlü, 2009), Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) Başkanı

Timur Bayındır (Bayındır, 2009) ise de bu rakamın en fazla 2,5 milyon €'yu bulunduğunu söylemektedir. Farklı kaynaklardan gelen farklı rakamlar ve rakamlar arası büyük farklar, etkinlik için acilen ve doğru rakamlarla üretilmiş bir ekonomik etki analizi çalışmasına ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Büyük etkinlikler sonucu meydana gelen ekonomik etki ziyaretçilerin yapacağı ticari aktivite haricinde, etkinlik için gerekli olan altyapı tesislerin inşası ve bunların ekonomiye getireceği canlılık sonucunda da elde edilir. Büyük spor etkinlikleri yeni spor tesislerine yatırım gerektirir ve bu yatırımlar kısmen merkezi hükümet, özel sektör ya da uluslararası spor kuruluşları tarafından yapılır. Etkinlik olmasa dolaşıma sokulmayacak para dışarıdan geliyor olduğu için bu yatırımların bir kısmı yerel ekonomiye hareketlendirir. Literatürde, etkinlik ziyaretçileri yoluyla ticari aktivitede meydana gelen kısa dönemli artışın kent için kayda değer olduğu belirtilir fakat asıl önemsenen, kent için uzun dönemli faydalara dönüşeceği umulan etkinlik tesisleri ve yeni geliştirilen kentsel altyapı yatırımlarıdır. Etkinlik amacıyla kurulmuş tesislerin gelecekteki ulusal ve uluslararası etkinliklerde yada turizm geliri sağlanabilecek başka faaliyetleri ağırlamakta kullanılabilmesi potansiyel kazancın önemli bir belirleyicisidir. Etkinlikle birlikte geliştirilen altyapı tesisleri, ulaşımdaki ve kamusal altyapıdaki eksikleri gidermeye olanak sağladığı sürece şehre uzun vadede yarar sağlar. Aksi taktirde gerçekleştirilen bu büyük yatırımlar faydaya değil maliyete dönüşür. İstanbul Park Grand Prix'i için gerçekleştirilen spor tesisi ve altyapı yatırımları bir faydaya mı yoksa bir maliyete mi dönüşmüştür bu çerçevede cevaplanması gereken temel soru budur.

İstanbul Park pistinin yapımında İstanbul Ticaret Odası tek başına yola çıkmış, pistin yapımı için Formula İstanbul Yatırım A.Ş.'yi (FİYAŞ) kurmuştu. Fakat projenin maliyeti öngörüleni kat kat aştığı için TOBB, İBB ve İstanbul İl Özel İdaresi projeye finansal olarak kaynak aktararak FİYAŞ'a ortak olmuşlardı. Pistin proje aşamasından itibaren başlayan tartışmalar İTO'nun yönetim kurulu toplantılarını meşgul etmekle kalmadı, yargıya kadar intikal etti. Pistin neredeyde beşe katlanan maliyeti ve pistin işletimi eski İTO Başkanı (Mehmet Yıldırım) ve yeni İTO Başkanı (Murat Yalçıntaş) arasında bugün bile sert tartışmalara, karşılıklı suçlamalara sebep olmaktadır. Ancak 50 milyon dolar yatırım öngörüsüyle yola çıkılıp bu rakamın 230 milyon dolara ulaşması iş yönetimi açısından günahların en büyüğü olarak gösterilmektedir (Tek, 2009). Sonuç ve başlangıç rakamları arasındaki büyük farkın

nereden kaynaklandığı FİYAŞ yetkilisine sorulduğunda cevap sanılanın aksine fizibilitenin hatalı yapılması değil fizibilitenin hiç yapılmamış olması olarak karşımıza çıkmaktadır (Güçlü, 2009). Formula 1 yarış pistinin ihale ve yapım aşamasında, Formula İstanbul Yatırım A.Ş.'yi (FİYAŞ) 25.5 milyon YTL'lik zarara uğrattığı iddiasıyla yargılanıp, beraat eden eski İTO Başkanı Mehmet Yıldırım'ın kişisel olarak bu sürece olan katkısı delil yetersizliğinden ötürü bilinmezliğini korumaktadır.

Peki bu kadar büyük meblağlara mal olan İstanbul Park pisti 3 günlük formula 1 yarışları hariç ulusal ve uluslar arası etkinliklerde veya turizm geliri sağlanabilecek başka faaliyetleri ağırlamakta kullanılmakta mıdır? İstanbul Park Organizasyon A.Ş.'den alınan bilgilerle oluşturulan Çizelge 4.8 İstanbul Park pistinin hangi yıllarda, hangi etkinliklere ev sahipliği yaptığını göstermektedir.

Çizelge 4.8: Yıllara göre İstanbul Park'ta formula1 etkinliği haricinde gerçekleştirilen etkinlikler.

Yıl	Formula 1 hariç yapılan etkinlikler
2005	Formula G (güneş enerjisi), WTCC (World Touring Car Championship), DTM, Lemans Endurance Series, MotoGP, Türkiye Pist Şampiyonası
2006	WTCC (World Touring Car Championship), Renault World Series, Lemans Endurance Series, MotoGP, Türkiye Pist Şampiyonası
2007	MotoGP
2008	Formula 1 hariç hiçbir etkinlik gerçekleşmemiştir.
2009	Rock'n Coke

İstanbul Park Organizasyon A.Ş yetkilisiyle yapılan görüşmede Formula 1 hariç yukarıda sayılan hiçbir motor sporu organizasyonundan kar elde edilemediği belirtilmektedir. *“Formula 1’in bir getirisi var. sattığımız biletten masrafları çıkartınca bir para kalıyor. Onun için F1’i yapmaktan çok memnunum. Diğerlerinde öyle bir şey yok, masrafları çıkartamıyoruz. Benim burada kazanmama imkan yok. 3 milyon dolar kira veriliyo, yönetim maliyetleri 2 milyon dolar, toplam 5 milyon dolar yapıyor yıllık. Formula’yı burada yaptığımız zaman bütün masrafları çıkacak, üzerine bir de 5 milyon dolar kazanmam lazım.. yok öyle bir para kazanamıyorum. Diğer aktivitelerde, en kral aktivite yapan adam 30000 euro para bırakıyor. Böyle 50 tane aktivitenin 20000 euro’dan yapıldığını düşündüğünde 1 milyon euro yapıyor. 50000 seyirci falan ortalama oluyor. Doğuş Grubu tutabiliyor, Ferrari test sürüşleri yapabiliyor, Borusan*

tutabiliyor. Ama bunların çoğu gizli tutulmasını istiyor, basın çekmesini istemiyor. Bir otel gibi işletiyoruz yani burayı.” (Güçlü, 2009)

İstanbul Park Organizasyon A.Ş yetkilisinin bahsettiği diğer aktiviteler ise kamuya açık olmadığı ve ulusal yada uluslar arası bir etkinliği temsil etmediği ya da turizm geliri sağlayacak bir faaliyet oluşturmadığı için pistin etkinlik sonrası kullanımı kamu için bir faydaya dönüşmemiştir. Tüm bunlara ek olarak pist, işletmecisinin kara geçmesini dahi sağlayamamaktadır.

Çizelge 4.9’de de görüleceği üzere 3 günlük formula 1 yarışlarında dahi İstanbul Park pisti dünyadaki tüm diğer pistlerle arasında, kapasitesini minimumda kullanmayı becerebilen birinci sıradaki pisttir.

Çizelge 4.9: Formula 1 etkinliğinde kullanılan pistlerin katılım/kapasite oranı.

Yarış	Kapasite(kişi)	Katılım(kişi)	Katılım/Kapasite
Avustralya GP	120000	254000	2,11
Malezya GP	135000	154000	1,14
Bahreyn GP	34000	82000	2,41
İspanya GP	132000	355000	2,69
Monako GP	37000	111000	3,00
Fransa GP	90000	172000	1,91
İngiltere GP	85000	207000	2,43
Macaristan GP	120000	175000	1,46
Türkiye GP	120000	112000	0,93
İtalya GP	137000	135000	0,98
Belçika GP	100000	135000	1,35
Japonya GP	140000	280000	2,00
Çin GP	200000	271000	1,35
Brezilya GP	65000	141000	2,17

İstanbul Park pisti için yapılan altyapı yatırımları bir faydaya dönüştürülebildi mi, etkinlikle birlikte geliştirilen altyapı tesisleri ulaşımındaki ve kamusal altyapıdaki eksikleri gidermeye olanak sağlayabildi mi sorusunun cevabı büyük etkinliklerin yer seçimi kararlarıyla ve uzun vadede şehrin çıkarları, kazanımlarıyla yakından ilgilidir. Seçilen yerdeki yapılanmanın şehrin kurulu düzenine zarar vermeyeceği ve yeni

ekonomik sorunlara neden olmayacağını güvence altına alınması şehrin ve etkinliğin sürdürülebilir kullanımı açısından büyük önem taşımaktadır.

İstanbul Park Grand Prix'inin kent içinde yer seçtiği lokasyon Ömerli İçme Suyu Havzası'nın uzak mesafeli koruma sınırı içinde yer alan eski adıyla Akfırat Beldesi yeni adıyla Akfırat Mahallesi'dir. İstanbul Metroplu'nün temel sorunlarından birisi de zaten akademisyenlerin ve kamu görevlilerinin daha önce birçok kez altını çizerek söylediği ve söylemekte olduğu gibi havza içi yerleşimleri ve havza içi yerleşimlerinin bir türlü kontrol altına alınamamasıdır. Dolayısıyla İstanbul Park pisti için getirilen altyapı yatırımları kentin uzun vadadaki kazanımları ve mevcut sorunları görmezden gelinerek yapılmış yatırımlardır. Etkinlikle birlikte geliştirilen Formula 1 bağlantı yolları kent içi ulaşımındaki eksiklikleri gidererek tüm şehir için bir faydaya dönüşmemiştir. Aksine Bölüm 5'te de görüleceği üzere doğrudan etkilediği gayrimenkul yatırımlarıyla havza içi yapılaşmayı teşvik ederek şehrin uzun vadadaki çıkarları için tehlike oluşturan kamusal altyapı yatırımlarına dönüşmüşlerdir.

Formula 1 bağlantı yollarının yapımını İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Karayolları Genel Müdürlüğü birlikte üstlenmişler, 2003-2005 yılları arasında, kısa bir zaman diliminde, bitirilen yaklaşık 40 km'lik ulaşım altyapısının kamuya toplam maliyeti en iyimser tahminle 100.000.000 ytl olmuştur. Formula 1 bağlantı yollarının, kamuya bir maliyet olarak görülse de Akfırat Bölgesi için bir faydaya dönüştüğü iddia edilebilir. Etkinlikle birlikte Akfırat Bölgesi'ndeki arazi fiyatları Bölüm 5'te de görüleceği gibi normalin çok üstünde artmış, bölgede bir rant etkisi yaratmıştır bölgedeki arazi sahipleri de bu fiyat artışının getirdiği ekonomik etkiden faydalanmıştır. Fakat literetürdeki çalışmalar, etkinlikle beraber getirilen altyapı yatırımlarının belirli bir bölgede fiyatları aşırı şekilde arttırıp rant etkisi yaratmasını, etkinliğin genel maliyet-fayda değerlendirilmesinde, kent içi dengesizlikleri arttırdığı ve kentte yeni ekonomik problemlere yol açtığı için, fayda değil maliyet hanesine yazmaktadır.

4.2.5 İstanbul Park ve diğer etkiler

Bu bölümde İstanbul Park'ın yarattığı çevrese, sosyo-kültürel, psikolojik ve politik etkilere kısaca değinilecektir. Formula 1 Etkinliği'nin etkilerinin daha doğru değerlendirilebilmesi için bütünsel ve derinlemesine bir araştırmaya ihtiyaç vardır.

Çevresel etkiler

İstanbul Park Grand Prix için yapılan en sert muhalefet etkinliğin yaratacağı ekonomik etkiyle ilgili endişeler değil etkinliğin yer seçimin yanlışlığı ve çevresel açıdan getireceği riskler üzerinedir. Ocak 2003'te, Formula 1'in 2005 yılında bir ayağının da Türkiye'de yapılması onayının alınması sonrası, Tuzla Akfırat Tepeören Mevkii'ndeki pist inşası için belirlenen araziye 11 kuruluş tarafından itiraz edilmiştir.

İtirazın içeriği incelendiğinde, ülkenin tanıtımı ve turizm etkinliklerinin artması bağlamında Formula 1 yarışına olumlu bakıldığı görülür, itirazın dayandığı esas nokta ise arazi seçim kararının yanlışlığıdır. Seçilen arazinin Ömerli İçme Suyu Havzası Çevre Düzeni Koruma Planı'na tabi olan bir su havzasında yer alıyor olması hem doğaya vereceği zarar hem şehircilik ilkeleri, hem de İstanbul'un gelişim yönleri bağlamında haklı nedenlerle eleştirilir. Ekonomik, sosyal ve çevresel maliyetlerin daha düşük olduğu bir başka alanın seçilmesinde sakınca değil fayda bulunduğu belirtilir.

Sadece çevreye duyarlı örgütler ve odalar değil yerel yönetim de Formula 1 etkinliği'nin yer seçim kararı ve çevresel etkisi konusundaki endişeleri ve çekinceleri açıktır. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı, Planlama ve İmar Daire Başkanlığı, Şehir Planlama Müdürlüğü, İstanbul Valiliği, Mimarlar Odası, İSKİ Genel Müdürlüğü ve Ulaşım Daire Başkanlığı'na dağıtımli olarak gönderdiği 17.02.2003 tarihli yazısında Ömerli Su Havzası'nın uluslar arası sözleşmelerle korunan nadir ve endemik bitki türlerine ev sahipliği yaptığı ve Türkiye'nin taraf olduğu Bern Sözleşmesi hatırlatılır. Ömerli Su Toplama Havzası içinde yapılması düşünülen Formula 1 pist ve tesislerinin detaylı bir Çevresel Etki Değerlendirilmesi (ÇED) yapıldıktan ve ulaşım bağlantıları irdelendikten sonra planlamaya konu edilmesi gerektiği belirtilir (EK-A.2).

İTO Başkanı Mehmet Yıldırım ise ÇED raporunu projenin önündeki engellerden biri olarak algılamaktadır *"İSKİ'den karayollarına, çevrecilerden, Tarım Bakanlığı'na herkes Formula 1 projesi için bir anda muhalefet oldu. Biri 'orada kelebek var' diye ortaya çıkıyor. Diğeri 'çok değerli funda var' diyor. Türkiye'yi tanıttak bu proje için bizi o kadar çok yordular ki. Oralara konut yapsak anlarız. Formula 1 projesi peyzaj bir proje. Yeşili ve ağacı koruyor"* (Url-42)

Yukarıda sayılan tüm bu tartışmalara rağmen pistin inşaatı sürer ve ÇED raporu alınmadan 10.09.2003 tarihinde İstanbul Park Pisti'nin temeli atılır. İstanbul Valiliği ise, yapımında büyük miktarda asfalt kullanılacak ve spor aktiviteleri icra edilirken

de büyük miktarlarda çevresel ayak izi üretme potansiyeli olacak İstanbul Park Pisti için 05.12.2003 tarih ve 2003/03-08 sayılı kararla “çed gerekli değildir” belgesi verir.

Böylece İstanbul’un içme ve kullanma suyunun %40’ından fazlasını veren Ömerli İçme Suyu Havzası’nın 1.uzun mesafe koruma kuşağı içinde yer seçen İstanbul Park Pisti’nin çevreye olabilecek olumlu ya da olumsuz etkilerinin belirlenmesi, olumsuz yöndeki etkilerinin önlenmesi ya da çevreye zarar vermeyecek ölçüde en aza indirilmesi için alınacak önlemlerin değerlendirilmesi yasal olarak merkezi kamu otoritesince engellenmiş olur.

Sosyo-kültürel ve psikolojik etkiler

Büyük spor etkinliklerin en önemli sosyo-kültürel etkilerinden biri yerel halkın etkinliklerle ilgili aktivitelere duyduğu ilgi ve katılımdaki artıştır. Bu etki sağlandığı takdirde tecrübe paylaşımı, ortaya konulan birliktelikle toplumsal kimlik ve gururun oluşması, ulusal ya da yerel kimliğin güçlenmesi gibi olumlu etkiler kendiliğinden devreye girecektir.

İstanbul Park Grand Prix etkinliğindeki temel sorunlarından biri de her geçen yıl katılımcı sayısının azalması ve FİYAŞ yetkilisinin belirttiği gibi Türk insanının Formula 1 heyecanına ortak edilememesidir. Yeterli katılımcı sayısının sağlanamamasının iki temel sebebi olduğu düşünülmektedir.

Birincisi Türk insanına göre bilet fiyatlarının pahalı bulunması bir diğeri de Türk izleyicisinin Formula 1 etkinliğiyle kültürel bir bağının olmaması dolayısıyla yarışa ilgisinin azlığıdır. Formula 1 Grand Prix etkinliği için bilet fiyatlarına bakıldığında ve gayri safi yurt içi hasıla ile karşılaştırıldığında Türkiye’nin grand prix’teki 18 ülke içinde Brezilya, Çin ve Macaristan’dan sonra, kendi ülkesindeki izleyiciler için en pahalı bileti satışa çıkaran 4.ülke olduğu görülmektedir. Çizelge 4.10’daki Formula 1 etkinliğinin global televizyon yayınları ile izleyici sayılarına bakıldığında ise, ülkesinde formula 1 etkinliği gerçekleştirilen ülkeler arasında Türkiye, Formula 1 etkinliğini takip eden sondan ikinci ülkedir. Etkinliği en az izleyen birinci sıradaki ülke ise 2.2 milyon kişi ile 2009 grand prix takviminden çıkartılan Kanada’dır.

Çizelge 4.10: Formula 1 etkinliği düzenleyen ülkelerdeki global televizyon izleyici sayısı (Slyt, Reid, 2008)

Belli Başlı Piyasalar	Kanal	Toplam İzleyici Sayısı (milyon)
Avustralya	Network Ten	3,6
Malezya	RTM	4,5
Kanada	TSN, RDS	2,2
İspanya	Telecinco, TV3	32,11
Amerika GP	Speed Channel, Fox	10,01
Fransa GP	TF1	29,32
İngiltere GP	ITV	27,14
Macaristan GP	RTL Klub	8,2
Türkiye GP	CNN Turk, Kanal D	2,4
İtalya GP	RAI, Sky Italia	38,24
Belçika GP	Canvas, EEN, RTBF	2,5
Japonya GP	Fuji TV	36,96
Çin GP	CCTV	102,97
Brezilya GP	TV Globo	118,59

Renault takımının patronu Flavio Briatore'dan gelmiştir. Formula 1'in İstanbul ayağında pilotların boş tribünler karşısında yarışmasının sindirilemeyeceğini açıklayan Briatore, İstanbul ve benzeri seyircisiz şehirlerin grand prix takviminden çıkarılmasını savunmaktadır *“İstanbul ve benzeri kentlerin Formula 1 yarışmalarına büyük maddi destek vermeleri halinde bile bu şehirlerin takvimden çıkarılması gerek. Biz paraya değil, dolu tribünlere gitmek istiyoruz. Boş katedrale para akıtmak boşuna, seyircisiz spor olmaz”* (Url-43).

İstanbul Park'ın toplumun tüm katmanları tarafından kullanılabilirliği yüksek kira bedelleri sebebiyle olanaksız hale gelmiştir. Etkinlik ve etkinlikle ilgili spor dalının geniş kitlelere yayılamaması, toplumun büyük bir bölümünün etkinlikten faydalanaması düşük katılım nedeniyle turizm sektörünün dahi etkinlikten yeterince faydalanamaması etkinlikle ilgili algıları olumsuz yönde etkilemiştir.

Politik etkiler

İstanbul Park Grand Prix başından beri özellikle merkezi yönetimdeki politik aktörlerinin içinde yer aldığı bir etkinlik oldu, etkinlik boyunca karşılaşılan finansal yetersizlik, inşaat izni alınması gibi sorunların çözümünde merkezi yönetimdeki aktörlerin gizli eli her zaman hissedildi. Etkinliğin gerçekleştiği Akfırat Beldesi'nin Belediye Başkanı Hilmi Yıldız ise kendi politik imajını etkinliğin tanıtım ve geliştirilmesi ile ilişkilendirdi ve medyadan büyük ilgi gördü. Belediye Başkanı Yıldız'ın formula 1 pisti yolları ve Tepeören'deki arsa satış ihalelerinde yolsuzluk yaptığı iddialarıyla yargılanması ise etkinliğin politik güçler tarafından kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılmasının en vahim örneklerden birini oluşturdu.

Etkinliklerden beklenen en önemli politik olumlu etki, etkinliğe ev sahipliği yapan şehri ya da ülkeyi dünya üzerinde tanınır bir konuma getirmesidir. İstanbul Park Grand Prix Etkinliği'nin yapılmasının dayandırıldığı iki temel noktadan birincisi etkinliğin çekeceği turistlerle yaratacağı ekonomik etki, ikincisi ise dünya nezdinde Türkiye ve İstanbul için yaratacağı tanınırlık etkisiydi. Son yıllarda, İstanbul Park Grand Prix etkinliğinden beklenen ekonomik etki elde edilemeyince, etkinliğin yaratacağı tanınırlık etkisine ve bu tanınırlılığın “reklam değerine” daha çok vurgu yapılmaya başlanmıştır. FİYAŞ yetkilisi Formula 1 etkinliğinin yaratacağı reklam değerini şöyle açıklamaktadır *“Formula’yı yaptığınızda bu sizi iki milyar insanın gündemine getiriyor ve çok büyük bir reklam özelliği var. Bu sattığınız biletlerle para kazanmayı düşüneceğiniz bir şey değil. Eğer insanların, Avrupalı zenginlerin ve elitlerin gündemine girme endişeniz varsa, onu bir reklam değeri olarak tanımlıyorsanız, o reklam değeri ile Formula’ya harcadığınız maliyeti yanyana koyup hesabınızı yapmanız lazım. Aslında soru şu, fizibilite sorusu şu, bu bahsedilen iki milyar insanın gündemine girmenin parasal değeri nedir, reklam değeri nedir?”* (Güçlü,2009).

Literatür araştırmaları olumlu ekonomik etkiyi ve tanınırlık etkisini etkinliğin sağladığı faydalar arasında saymaktadırlar. Fakat bu iki etkinin temelde ayrıldıkları nokta birinin doğrudan ve hesaplanabilir, diğlerininse dolaylı ve hesaplanmaz oluşudur. Ekonomik etkiyi hesaplamak nispeten daha kolaydır fakat tanınırlık etkisinin tam olarak görüldüğü zaman diliminin belirlenmesi oldukça zordur. Ekonomist Ege Cansen'se ise bir projenin “iş” olarak ele alınıyorsa farklı “tanıtım” projesi olarak ele alınıyorsa farklı paradigmalara sahip olması gerektiğini söylemektedir *“Formula 1 veya benzeri spor gösterilerin ülkemizde yapılması pek tabii Türkiye adının yabancı medyada yer almasına vesile olur. Bu olumlu etkiyi sıfır kabul etmek doğru olmaz. Projelendirme safhasında "bu tanıtımın getirisini" fizibilite hesaplarına dahil ederek işe başlanmış*

olması şarttır. Yani bu projeleri kamuya sunanlar "Bu etkinlik muhtemelen şu kadar zarar edecektir; ama buna değer. Bu sayede ülkemizin reklâmı yapılmış olacaktır" demeleri gerekir. O zaman "öngörülen zarar kadar parayla" başka ne gibi PR faaliyeti yapılabilir diye alternatif projeler geliştirilebilir. Formula 1 ve benzerleri organizasyonlar, zarar (ve de ne zarar!) ettikten sonra, "ülke tanıtımına faydası oldu demek" olmaz. Tanıtım projelerinin getirilerini hesaplamak pek mümkün değildir. Yabancı medyada yayınlanan haberlerin sütun-santim veya TV'de saniye-süre hesapları pek anlamlı değildir. Bir proje "iş" olarak ele alınıyorsa "profit maximization" hedeflenir. Tanıtım projesi, "iş" projesi değildir. Bu projelerde "cost minimization" yaklaşımı kullanılır. Projeler ona göre bütçelenmeli ve kamuya ona göre sunulmalıdır" (Cansen, 2009).

Etkinliğin, tanıtım etkisinin büyüklüğünden bahsederken, Türkiye Grand Prix'inin 2 milyar kişi tarafından izlendiği ön kabulü de hatalıdır. Çünkü 2007 yılı sezonu boyunca tüm Formula 1 yarışlarını izleyen global televizyon izleyicisi sayısı 597 milyon kişi olmuştur. En çok izlenen yarış 78 milyon izleyiciyle Brezilya Grand Prix'idir, en çok izlenen 10 yarıştan sonuncusu ise 50 milyon kişiyle İtalya Grand Prix'idir. Türkiye Grand Prix'inin en iyimser tahminle 50 milyon kişi tarafından izlendiğini söylemek çok daha ayakları yere basan bir ön kabul olacaktır. Bu bağlamda Formula 1 etkinliğinin, ülkerin ya da şehirlerin tanıtımına değil sponsorların, takımların ve son yıllarda pilotların ifşa edilmesine odaklanan bir organizasyon, olduğu unutulmamalıdır. Çünkü özünde Formula 1 etkinliği asıl varlığını global markaların reklam savaşlarına borçludur.

5. İSTANBUL PARK GRAND PRIX ve AKFIRAT GAYRİMENKUL PİYASASI ÜZERİNE ETKİLERİ

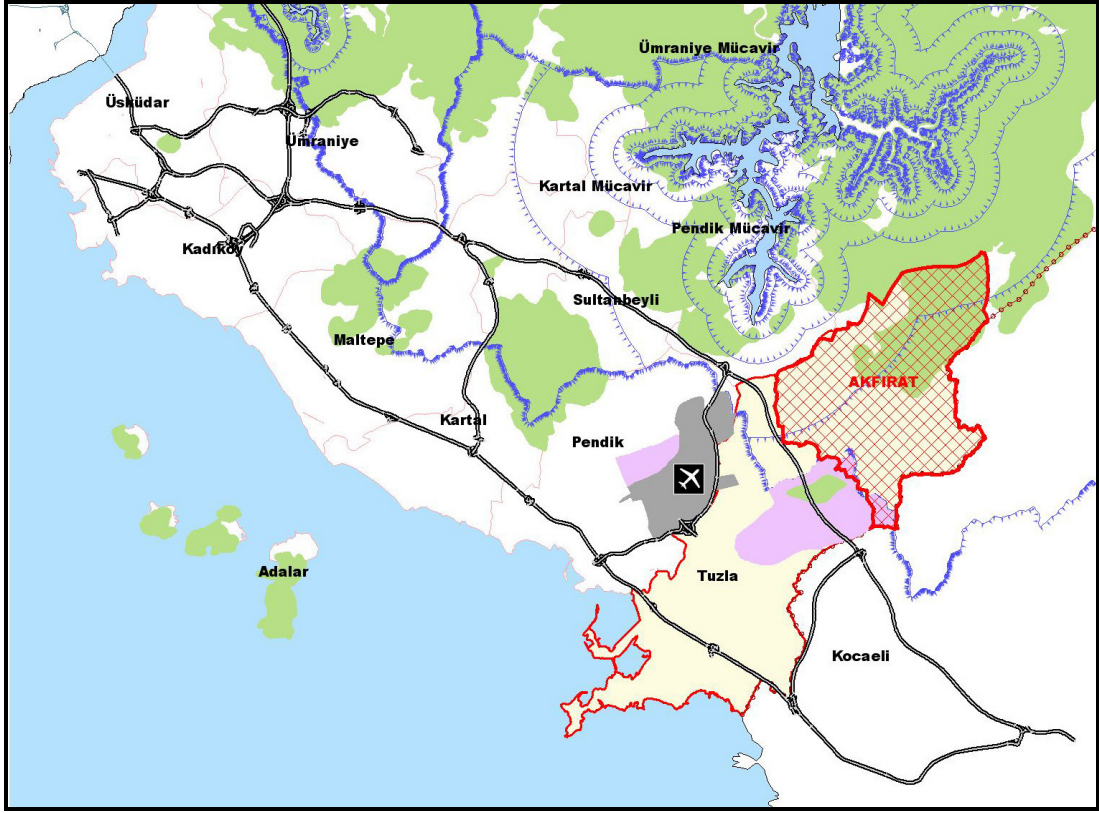
Büyük etkinliklerin gayrimenkul piyasası üzerindeki etkilerini araştırmak için bilinen ve tanımlı bir yöntem yoktur. Hedonik modeller gayrimenkul sektörünün diğer alanlarında geniş bir şekilde kullanılır ama etkinliğin tanınırlık ve imaj gibi hesaplanamaz etkilerini ortaya çıkarmak konusunda herhangi bir yöntem içermezler. Formula 1 etkinliğinin Akfırat gayrimenkul piyasası üzerine etkilerini incelemek için özgün bir yöntem kullanılarak, hem yıllar içerisindeki gayrimenkul fiyatları ve yatırımlar incelenmiş hem de Akfırat Bölgesi'ndeki gayrimenkul danışmanlarının görüşlerine başvurulmuştur. Böylece doğrudan ve dolaylı/hesaplanamaz etkiler daha anlaşılır hale getirilmeye çalışılmıştır. Akfırat'ın yıllara göre gayrimenkul fiyatları ve değişiminin incelendiği, bölüm 5.3'te İstanbul Park Grand Prix etkinliğinin bölgede herhangi bir rant etkisi yaratıp yaratmadığı sorgulanmış, bunun içinde Akfırat'taki iki farklı bölgeden rastgele 10 parsel seçilerek, bu parsellerin yıllar içerisindeki fiyat artış oranları izlenmiştir. İstanbul Park Grand Prix'inin Akfırat gayrimenkul piyasasındaki yatırımlara etkilerinin incelendiği bölüm 5.4'te ise uzman kişilerle (Akfırat Bölgesi'nde çalışan profesyoneller) yapılan derinlemesine mülakatlardan faydalanılmıştır. Remax Gayrimenkul Danışmanlık, Ece Gayrimenkul Danışmanlık ve Empro Gayrimenkul Danışmanlık bölgede önemli gayrimenkul firmaları olarak saptanmış ve sırasıyla firma yetkilileri Burcu ÇELİKÖRS, Volkan ŞENGÜL ve Barış ÖLTEŞ'le mülakatlar yapılmıştır.

5.1 Akfırat Coğrafi Konum ve Yerleşimin Tarihçesi

Akfırat , İstanbul İli Doğu Yakası'nda ve Tuzla İlçesi'nin kuzeyinde yer almaktadır. Akfırat sınırları, batıda ve kuzeyde Ömerli Baraj Gölü, doğuda Kocaeli İli ve güneyde TEM ile tanımlanmıştır.

Şekil 5.1'den de görüldüğü gibi Akfırat'ın en önemli coğrafi özelliklerinden biri kuzeyde yer alan Ömerli İçme Suyu Havzası ve Orman Alanları'nın yerleşim için bir eşik oluşturmasıdır. Akfırat Bölgesi'nin büyük bir bölümü Ömerli İçme Suyu

Havzası'nın Uzak Mesafeli Koruma Alanı'nda kalmaktadır. Su toplama havzası içinde kalan Akfırat'ın yoğunluk ve nüfus değerleri İSKİ İçme Suyu Havzaları Yönetmeliği'ne göre kısıtlanmıştır.



Şekil 5.1 : Akfırat Beldesi'nin İstanbul Metropolü içindeki konumu

Akfırat, 1978 yılında, Kartal'a bağlı bir mahalle olarak kurulmuştur. 1987 yılında "Akfırat" ismini almış ve mahalle iken, köy statüsü kazanmıştır. 1988 yılında Pendik ilçe statüsü kazandığında Akfırat da Pendik İlçesi'ne bağlı bir köy olarak varlığını devam ettirmiştir. 1992 yılında, Tuzla ilçe olduğunda Akfırat da Tuzla'ya bağlanmıştır. 18 Nisan 1998 yılında Akfırat, belde belediyesi statüsü kazanmıştır. 5216 sayılı 10.07.2004 tarihli Büyükşehir Belediyesi Kanunu'yla birlikte Akfırat İlk Kademe Belediyesi statüsüne kavuşmuştur. Akfırat Beldesi Fırat ve Tepeören olmak üzere 2 mahalleye ayrılmıştır.

22 Mart 2008 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 5747 sayılı Kanununun 1. maddesi ile 43 yeni ilçe kurulmuş; 2.maddesiyle 283 ilk kademe belediyesinin tüzel kişilikleri kaldırılarak diğer ilçelerin mahallelerine dönüştürülmüş veya katılmıştır. Bu yasaya göre Akfırat İlk Kademe Belediyesi, tüzel kişiliğini kaybederek Tuzla İlçesi'nin bir mahallesi olmuştur.

Çalışmada, “Akfırat Bölgesi” veya “Akfırat” ile kastedilen sınır, eski Akfırat Beldesi sınırıdır. Akfırat çevresi dendiğinde ise kastedilen Orhanlı, Kurtköy ve Pendik yerleşimleriyle sınırlandırılmış Akfırat Bölgesi’nin komşuluğundaki alanlardır.

Akfırat Bölgesi’nin gelişimi İstanbul Metropolü’nün gelişmesindeki özgün unsurlarından ayrı düşünülemez. Bunlardan birincisi, boğaz geçişleri ve buna bağlı çevre yolları sistemidir. Çevre yollarının sunduğu ulaşım imkanlarıyla bugün Akfırat çevresindeki sanayi alanları meydana gelmiştir. Sanayinin kent çeperine desantralizasyonu ve 1989 yılında ikinci boğaz köprüsünün faaliyete geçmesi Akfırat çevresindeki bugünkü sanayi yapısını güçlendirmiştir. İkinci unsur İstanbul Mücavir Alanı içinde ve dışında belde belediyelerinin oluşumudur. 23.07.2004 yılına kadar 12.12.1984 tarihli 3030 sayılı belediye yasası yürürlükte kalmıştır. Bu yasaya göre belde belediyeleri 3030 sayılı belediye kanunu dışında kalmaktadır. Bu yüzden de belde belediyelerindeki imar planları 3194 sayılı imar kanununun 8. maddesine göre belediye meclisince onaylanarak yürürlüğe girerken, İBB’nin bu alanlarda yetkisi bulunmamaktadır. Böylece kent çeperlerinde hızlı ve kontrolsüz bir yapılaşma süreci başlamıştır. Akfırat da 1998 yılında belde belediyesi statüsüne kavuşmuştur. Üçüncü unsur ise 1999 Marmara Depremi’dir. 1999 Marmara Depremi sonrasında, İstanbul’da yer seçim ölçütleri açısından önemli değişiklikler yaşanmıştır. Kişilerin alım güçlerine göre; öncelikli olarak daha sağlam zeminli semtlere karşı bir talep artışı olmuş, İstanbul’un kuzey alanlarında, içme suyu havzası ve orman içi bölgelerde az katlı yeni yerleşimlerde yoğunluklar yaşanmıştır.

Akfırat’ın bugünkü gelişimini önemli ölçüde etkileyen ve kendine özgü bir yapı kazandıranlar ise metropol ölçeğindeki yatırımlardır ve bu yatırımların çoğu merkezi hükümet tarafından öngörülmüştür. Akfırat Bölgesi kent içinde stratejik bir planın parçası olarak gelişmemiştir. Hatta Akfırat Bölgesi havza yerleşimi olması sebebiyle şehir planlama ilkeleri açısından, kent içinde gelişimi teşvik edilmemesi gereken alanlardan biri olarak da değerlendirilmektedir.

Üst ölçekli kararlarla yer seçimi sağlanan yatırımlar ve metropol ölçekli donatılar Akfırat’ta kentsel yapılaşma baskılarını da beraberinde getirmiştir.

1985 yılında Akfırat’ın hemen komşuluğundaki Kurtköy’ün bizzat merkezi yönetim tarafından ve İ.B.B koordinatörlüğünde uydukent planlamasında Bahçeşehir ile

birlikte pilot bölge seçilmesi, Akfırat'taki yapılaşma üzerinde gözle görülür bir etkisi olmasa da, bölgenin gelişimini öngören gayrimenkul yatırımcılarının, Akfırat'tan haberdar olmasını sağlamıştır.

2001 yılında faaliyete geçen Sabiha Gökçen Havaalanı ile Akfırat çevresinin metropolle bütünleşmesini sağlayacak ulaşım bağlantıları güçlenmiş, Akfırat Bölgesi yatırım yapmak için daha cazip bir yer haline gelmiştir. Tabii bu dönemde İstanbul metropoliten alanının yeni çeperinin bu defa göçmen işgücünün gecekondular, banliyolar ve klasik orta sınıfların parsellenmiş arsalar üzerine inşa ettikleri düşük maliyetli, az katlı apartman blokları ile değil; kentin yeni varıllarının refah adacıkları ve yeni orta sınıflar için büyük ölçekli toplu konut projeleri ile banliyöleşmekte olduğunu gözden kaçırmamak gerekir (Kurtuluş, 2009). 2000-2002 yılları arasında Akfırat'ta arazi değerleri en iyimser tahminle %300 oranında artmıştır (Bkn, Çizelge 5.6).

Son olarak, bu çalışmanın da konusu olan Formula-1 etkinliği için Akfırat'ın seçilmiş olması ve 2003 yılında pistin inşasına başlanması, Şekil 5.2'den görüleceği gibi Akfırat'taki kentsel desenin dönüşmesinde gözle görülür bir etki yaratmış, Akfırat'ı hızla gayrimenkul piyasası gündemine sokmuş ve “villa kent” olarak adlandırılan bir bölge haline getirmiştir. Aşağıdaki bölümde pazarlanması “planlı gelişen ilk belediye” söylemi üzerinden de yapılan bu “villa kent”in nasıl planlandığı ve uygulanmış olan planlarının meşruiyeti tartışılacaktır.

5.2 Akfırat ve Plan Kararları

İstanbul Park Alanı'nın plan kararları ne kadar merkezi otorite tarafından gerçekleştirildi ve yönlendirildiyse, Akfırat Beldesi'nin plan kararları da bir o kadar adem-i merkeziyet anlayışıyla oluşturulmuştur.

Belde belediyelerinin merkezi otoritenin denetiminden bu kadar uzak kalmasının temel sebebi, 23.07.2004 yılına kadar 12.12.1984 tarihli 3030 sayılı belediye yasası yürürlükte kalmış olmasıdır. Bu yasaya göre belde belediyeleri 3030 sayılı belediye kanunun dışında kalmaktadır.

Akfırat Bölgesinin de içinde bulunduğu belde belediyelerindeki imar planları 3194 sayılı imar kanununun 8. maddesine göre belediye meclisince onaylanarak yürürlüğe girerken, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin bu alanlarda 2004 yılının 2.dönemine kadar yetkisi bulunmamaktadır.

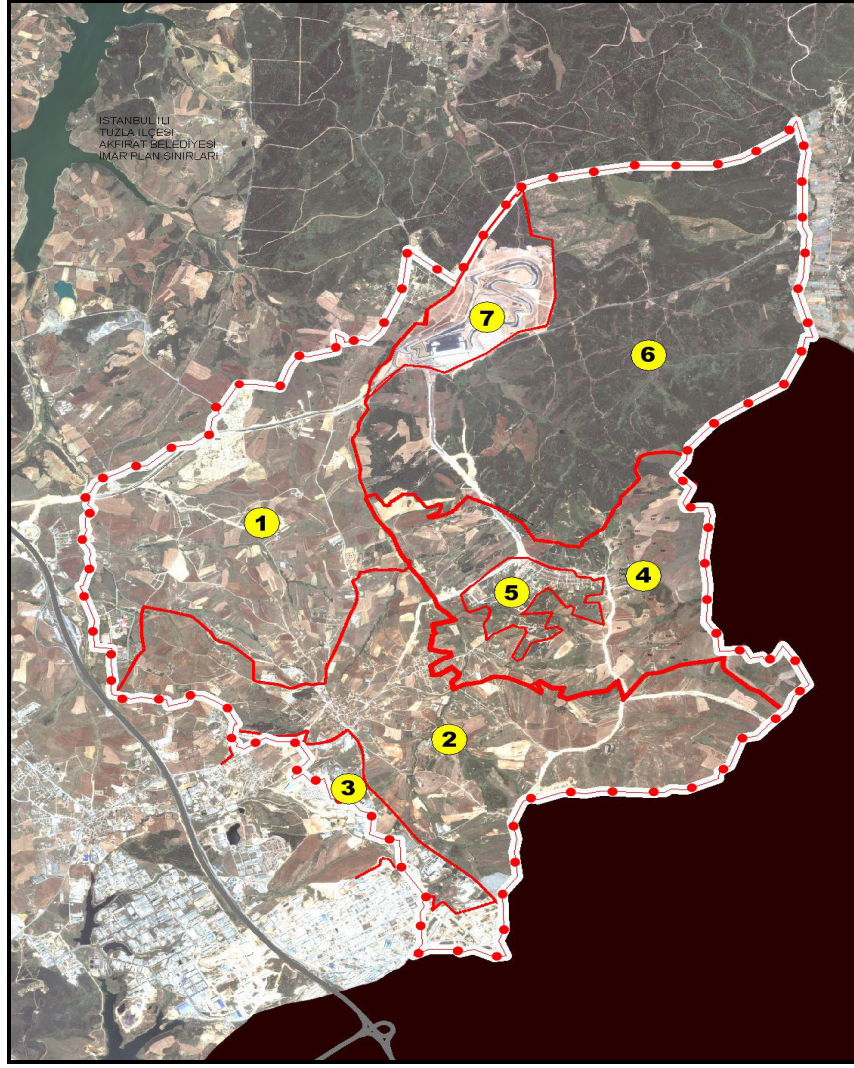
23.07.2004 gün 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanununun yürürlüğe girmesi ve İstanbul İli idari sınırlarının İstanbul Büyükşehir Belediye sınırları olarak belirlenmesi üzerine bir çok plansız veya plan revizyonu yapılması gereken yerleşim alanları İstanbul Büyükşehir Belediyesinin görev ve yetki alanı içine dahil olmuş ve 5216 sayılı Kanunun 7. maddesinin b- bendinde; “Çevre düzeni planına uygun olmak kaydıyla, Büyükşehir belediye ve mücavir alan sınırları içinde 1/5.000 ile 1/25.000 arasındaki her ölçekte nazım imar planını yapmak, yaptırmak ve onaylayarak uygulamak...” Büyükşehir Belediyesi’nin görev, yetki ve sorumlulukları arasında sayılmıştır.

Sonuç olarak 2004 yılının 2.dönemine ait 20 yıllık süreçte belde belediyeleri, denetimden uzak kalmış, üst ölçek plan ilkeleriyle örtüşmeyen parçacıl planlar ortaya çıkmıştır. İstanbul’un akciğerleri konumunda olan, orman alanları ve su toplama havzaları ile doğal yaşam destek sistemlerinin önemli bir bölümünün yer aldığı Kuzey bölgesi tahripkar yapılaşmalarla korunamaz hale gelmiştir.

Akfırat Bölgesi özelinde 23.07.2004 yılına kadar Orhanlı ve Akfırat Belde’leri tarafından yapılan plan çalışmaları ise mahkeme kararıyla teker teker iptal olmuştur.

Şekil 5.3’te Akfırat Bölgesi uygulama imar planı sınırlarına göre alt bölgelere ayrılıp numaralandırılmış ve bu alt bölgelerin plan durumları açıklanmıştır.

1.Bölge: Orhanlı Belediyesi tarafından yapılan 27.06.2005 tastik tarihli Ömerli İçmesuyu Havzası Tepeören 2. ve 3. Etap Nazım İmar Planı ve Uygulama imar planlarının, İstanbul 4.İdare Mahkemesi 31.10.2007 gün ve 2006/627 E. sayılı kararı ile yürütmesinin durdurulmasına karar verilmiştir. 08.05.2008 tarihinde iptal olan bu plan yerine İ.B.B tarafından 1/5000 ölçekli Ömerli Havzası Akfırat Kuzeyi Nazım İmar Planı yapılmış ve bu plan 12.07.2008 tarihinde onanmıştır. Tuzla Belediyesi bu bölgenin iptal olan 1/1000 ölçekli planlarını yapmak için hazırlık aşamasındadır. Bölgenin uygulama imar planı olmadığı için ruhsat alınmış olsa da inşaatı izin verilmemektedir.



Şekil 5.3 : Akfırat Beldesi ve plan bölgeleri.

2.Bölge:Orhanlı Belediyesi tarafından yapılan 27.06.2005 tastik tarihli Ömerli İçmesuyu Havzası Tepeören 1.Etap Nazım ve Uygulama İmar Planları için İstanbul 6.İdare Mahkemesi 18.07.2008 tarihli kararı ile yürütmeyi durdurma kararı almıştır. 1/5000 ve 1/1000 ölçekli planları iptal olan bölgede ruhsat alınmış olsa dahi Tuzla Belediyesi tarafından inşaat yapılmasına izin verilmemektedir.

3.Bölge Orhanlı Belediyesi tarafından yapılan 15.06.2004 tastik tarihli 1/1000 ve 1/5000 ölçekli planları 9.İdare Mahkemesi tarafından 2007/2682E 2008/1671 sayılı kararla iptal edilmiştir. Şu an itibariyle plansız durumda olan bölge için, İBB Orhanlı'nın tamamını da içine alan bir planlama çalışması başlatmıştır. 1/5000 ve 1/1000 ölçekli planları iptal olan bölgede ruhsat alınmış olsa dahi Tuzla Belediyesi tarafından inşaat yapılmasına izin verilmemektedir.

4. ve 5. Bölgeler: 4. ve 5. bölgelere ait 29.04.2004 tastik tarihli 1/5000 ölçekli Akfırat Beldesi Nazım İmar Planı ve sadece 5. bölgeyi kapsayan 29.04.2004 tarihki 1/1000 ölçekli Fırat Mahallesi Uygulama İmar Planı Akfırat Belediyesi tarafından yapılmıştır. Tuzla Belediyesi'nin verdiği bilgilere göre söz konusu planlarla ilgili yapılan araştırmada usulsuzluklar tespit edilmiş durumdadır. Henüz kamuoyuyla paylaşılmayan müfettiş raporları ise imar uygulamalarından geri dönülmesi doğrultusundadır. Tuzla Belediyesi bu sebepten ötürü İ.B.B'den bu bölgeye ilişkin 1/5000 plan ölçekli plan yapması için talepte bulunmuştur, bu bölgede de ruhsat olsa dahi inşaat yapılmasına izin verilmemektedir.

6.Bölge: Bu bölge için planlama çalışması yapılmamıştır. Bölgenin tamamı orman alanıdır.

7.Bölge: Formula-1 pistinin yer aldığı bölgedir. Bayındırlık ve İskan Bakanlığınca hazırlanan, 09.09.2003 tarihinde onanan 1/50.000 ölçekli plan değişikliği ve bu plana göre hazırlanan 1/5000 ölçekli ve 1/1000 ölçekli Nazım ve Uygulama İmar Planları ile Tuzla İlçesi, Akfırat Mevkii, 9-10-11 pafta, 1092 ve 1093 parseller “Orman Alanı ve Ağaçlandırılacak Alan” lejantından “Formula 1 İstanbul Otomobil ve Diğer Motorlu Araçlar Spor ve Yarışma Alanı”na dönüştürülmüştür

Plan süreçlerinde yaşanan tüm bu olumsuzluklara, Belediye Başkanı Hilmi Yıldız'ın 26'sı tutuklu 49 sanıkla beraber hakkında hazırlanan iddianamede 'cebir, tehdit veya hile kullanarak kişiyi hürriyetinden yoksun bırakma, suç işlemek amacıyla örgüt kurma, ihaleye fesat karıştırma, yağma, rüşvet' gibi çok sayıda suçlamadan 342 yıla kadar hapis cezası istemiyle yargılanıyor olması da eklenince Akfırat'ta yaşanan usulsuzluklar ve suistimaller artık bölgedeki gayrimenkul yatırımlarına da zarar vermeye başlamıştır, 2009 yılında bölgedeki yatırımcıların elinde ruhsatı dahi olsa inşaat yapmalarına, yeni bir projeye başlamalarına izin verilmemektedir. Akfırat İddianamesi'nde yer alan suçlamalardan bazıları şöyledir:

- *Belediyeye hibe edilen 8 bin metrekaresel arsa satışa sunuldu. Arsa için sekiz talip çıktı. Ancak bu 8 kişiye de ihalenin iptal edildiği bildirildi. Daha sonra arsa 944 bin lira bedelle Ali Kılıç'a satıldı. Arsanın değerinin fiyatın üç misli olduğu belirtildiği anlatıldı.*
- *166 dönüm mera vasfı taşınamaz, sahte imzalar ile vasfı değiştirilerek Belediye Başkanı'nın oğlu Enes Yıldız üzerine tapulandı.*
- *Formula 1 otopark alanının tesfiyesi ve asfalt dökümünün Büyükşehir Belediyesi'nce yapıldığı halde Akfırat Belediyesi tarafından da aynı alana kazı, dolgu ve asfalt dökümü adı*

altında ihale açıldığı, hiçbir iş yapılmamasına karşın sahte hak ediş raporları düzenlenerek 1 milyon 500 bin liralık ödemede bulunulduğu öne sürüldü.

- *Muhtaçları korumak amacıyla kurulan sandık için, 'işlerinin kolay halledilmesi' karşılığı işadamlarından yüklü para yardımı alındı. Sahte faturalarla, bu para yoksullara yardım için harcanmış gibi gösterildi. 1 milyon 486 bin TL'yi Yıldız'ın zimmetine geçirdiği iddia edildi (Url-44)*

Ömerli İçme Suyu Havzası Tepeören 2-3.Etap İmar Planı'nın incelenmesi

İptal gerekçeleriyle incelenecek olan 27.06.2005 onay tarihli 1/5000 ve 1/1000 ölçekli Ömerli İçme Suyu Havzası Tepeören 2-3.Etap İmar Planı Akfırat'taki şehir rantı beklentilerini ortaya koyması açısından olduğu kadar, baskı gruplarının plan üzerindeki manipülasyonlarının hissedilmesi açısından da düşündürücüdür.

2006 yılında Şehir Plancıları Odası, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu yürürlüğe girmeden Orhanlı Belediyesince yapılan ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı tarafından onaylanan Ömerli İçme Suyu Havzası Tepeören 2-3.Etap 1/5000 ölçekli Nazım İmar Planı ve 1/1000 ölçekli uygulama imar planları ile söz konusu alana nüfus ve ticaret yoğunluğunu artırıcı işlev verildiğini, plan değişikliği yapılan alana verilen fonksiyonların koruma havzası niteliğine aykırı olduğunu belirterek, planların iptali istemiyle İ.B.B ve Orhanlı Belediyesine dava açmıştır. Akfırat Belediye Başkanlığı ve Okan Üniversitesi Rektörlüğü davalı İ.B.B yanında yer alarak davaya müdahil olmuşlardır.

İstanbul 4.İdare Mahkemesi 31.10.2007 gün ve 2006/627 E. sayılı kararı ile yürütmenin durdurulma istemini kabul etmiştir. Mahkeme bilirkişi raporunda yürürlükteki planın durdurulma kararını şu sebeplere bağlamıştır (EK-A.3) :

- *Planlarda getirilen nüfus büyüklüğü ve Kaks değerleri getirdiği yoğunluk açısından fazladır.Uygulama imar planında verilen min. Parsel büyüklükleri azdır*
- *Planlardaki ticaret alanı 1059652 m2 olarak verilmiş olup, plan içindeki payı %9,6'dır. İSKİ İçme Suyu Havza Yönetmeliği uyarınca bölgeye verilebilecek ticaret alanının %1 olması gerektiğinden ticaret alanı bu değer in çok üstündedir.*
- *Planda enerji nakil hatları koruma kuşakları ve NATO ve BOTAŞ boru hattı kuşakları yapılaşmaya açılmış ve üzerine işlev verilmiştir. Oysa bu alanların geçtiği bölgenin tarım/rekreasyon/açık ve yeşil alan olarak işaretlenmesi gerekmektedir.*
- *Planda ilköğretim ve ortaöğretim yönünden getirilmesi gereken değer 10 ha'dan 6 kat fazla olarak 61 hektardır. Plan nüfusuna göre olması gereken değerlerin üstündedir, dolayısıyla*

donatı alanı hem çok fazladır hem de nüfusun gereksinim duyduğu işlevlerin dışında kullanımlar getirmektedir.

- Planlama Alanının, kuzey sınır ucunda F1 yarış pistine komşu alanda bir üniversite (Okan Üniversitesi) kampus alanının yapılaşmasının tamamladığı, havza sınırları içerisinde kalan ve eğitim amaçlı kullanılan üniversite tesis alanında yönetmelikte öngörülen 0,20 emsal yapılaşma şartlarına uyulması, genişleme imkanı içermemesi, kampus alanı içinde yer vermemesi kaydıyla 1/5000 ve 1/1000 ölçekli imar planında sadece 3 parsel sayılı taşınmazın yükseköğretim tesisleri ve kampus alanları işlevine ayrılmasında üstün kamu yararı olduğu, ancak üzerinde yapılaşma bulunmayan ve üniversite kampusu olarak tanımlanan alanların yükseköğretim tesisleri ve kampus alanları işlevine ayrılmasının kamu yararına bulunmamıştır.*
- Teknik altyapı , atık su ve yağmur suyu kanalizasyon açısından planda eksiklikler bulunmuştur.*
- Plan sınırına bitişik konumda hemen yanında F1 yarış pisti ve tesisleri inşa edildiği, planda ise yerleşmeye ve F1 alanına hizmet edeceği düşüncesiyle 10 adet akaryakıt servis istasyonuna yer verildiği, havza içerisinde akaryakıt istasyonlarına yer verilmesinin havzanın kirlenme yoğunluğunu arttıracak, akaryakıt istasyonlarının trafik talebi yaratması yanında depo karakteristiğinin de göz önünde tutulması gerektiği, bu nedenle gayrisihhi müessese kapsamında havza içerisinde yer verilmesi uygun bulunmamıştır.*

Bu durumda dava konusu Ömerli İçme Suyu Havzası Tepeören 2-3. Etap 1/1000 ölçekli uygulama imar planı ile 1/5000 ölçekli nazım imar planı şehircilik ilkeleri ve planlama tekniklerine, imar mevzuatı ile özellikle de kamu yararına uygun bulunmadığından hukuka aykırı olduğu sonucuna varılmıştır. Şekil 5.4'te İstanbul 4.İdare Mahkemesi 31.10.2007 gün ve 2006/627 E. sayılı kararı ile yürütmesinin durdurulması kararı aldığı, Orhanlı Belediyesi tarafından hazırlanan 27.06.2005 tastik tarihli Ömerli İçmesuyu Havzası Tepeören 1.Etap Nazım İmar Planı ve bu plandaki uygunsuzlukları gidermek için İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanmış ve yürürlükte olan 12.07.2008 tarihli 1/5000 ölçekli Ömerli Havzası Akfırat Kuzeyi Nazım İmar Planı karşılaştırılmıştır. 2005 tarihli planda ticaret fonksiyonunun alansal büyüklüğü ve yüksek yoğunluk değerleri dikkat çekmektedir. İptal edilen 2005 tarihli planda konut alanları için yoğunluk değerleri 58ki/ha, 55ki/ha ve 30ki/ha olmak üzere üç grupta toplanmıştır. 2008 tarihli planda ise konut alanları için yoğunluk değerleri 40ki/ha ve 15ki/ha olmak üzere 2 grupta toplanmıştır.

5.3 Akfırat'ta Yıllara Göre Gayrimenkul Fiyatları ve Değişimi

Bu bölümde, Akfırat'ta 2 farklı altbölgeden örnekler alınarak, arazi fiyatlarındaki değişimin Akfırat Belediye'since ilan edilen rayic emlak değerleri üzerinden yıllara göre sorgulanması ve fiyatlardaki değişim oranının zaman içinde incelenmesi amaçlanmıştır. Daha sağlıklı değerlere ulaşabilmek içinse elde edilen değerler enflasyon oranına indirgenmiştir.

Şekil 5.5 'ten de görüleceği gibi seçilen farklı 2 bölgeden 1.si Formula 1 pistinin bölgeye gelmesiyle, en çok altyapı yatırımı ve gayrimenkul yatırımının yapıldığı, İstanbul Park ve Sabiha Gökçen Havaalanı'nı doğu-batı yönünde lineer olarak birbirine bağlayan, Formula 1 Yolu olarak adlandıran akstan cephe alan bölgedir. 2.bölge ise Akfırat'ın en batı ucunda yer alan Kocaeli İli'yle sınırı olan, 1.bölgeye göre fiyatların daha az artış gösterdiği ve herhangi bir yatırımın söz konusu olmadığı bölgedir. Söz konusu 2.bölge batısındaki yeni yapılan bağlantı yolu ile Formula-1 pistine bağlanmaktadır.

1998-2008 yılları arasında 2 yıllık periyotlarla 2008 yılına kadar Akfırat Belediye'sinin emlak fiyat tespit komisyonunun belirlediği fiyatlar alınarak parsel bazında listelenmiştir. Bu işlem yapılırken her bölgeden rastgele seçilen 10 adet parselin fiyatları gösterilmiştir.

Her bölge için farklı fiyatların olması fiyat analizinde bir karışıklık yaratabileceğinden, Çizelge 5.1'den görüleceği gibi farklı fiyatların aritmetik ortalaması alınarak her bölge için tek bir fiyat bulunmuştur.

Çizelge 5.1 : Yıllara göre mahalle bazında gayrimenkul m² fiyatlarının aritmetik ortalaması (Ytl/m²).

Bölge İsmi	Gayrimenkul m2 Fiyatları Ortalaması (Ytl/m ²)					
	1998	2000	2002	2004	2006	2008
1.Bölge	0.10	0.22	3.00	4.75	41.5	45
2.Bölge	0.10	0.22	1.95	2,9	11	17.5

Bölge bazında ortalama büyüme oranları

Yıllara göre bölge bazında fiyat tespitleri yapıldıktan sonra, fiyattaki değişimleri analiz edebilmek için gayrimenkulün ilk fiyatı için f1; sonraki fiyatı için f2 denilerek fiyattaki büyüme oranı g, şu şekilde bulunmuştur (5.1).

$$G=(f2-f1)/f1 \quad (5.1)$$

Çizelge 5.2:Yıllar arası mahalle bazında gayrimenkul m² fiyatlarındaki ortalama büyüme oranı (misli).

Bölge İsmi	M2 fiyatlarındaki ortalama büyüme oranı (misli)											
	00/98	02/00	04/02	06/04	08/06	02/98	06/98	08/98	08/00	06/02	08/02	08/04
1.Bölge	1,2	12,64	0,58	7,74	0,085	29	414	449	203,5	12,8	14	8,5
2.Bölge	1,2	7,86	0,49	2,8	0,6	18,5	109	174	78,5	4,65	8,2	5

Enflasyondan arındırılmış net büyüme oranları

Her iki bölgede fiyatlar yıllara göre analiz edildiğinde, hepsinde bir büyümenin olduğu gözlemlenmektedir. Ancak bu büyümenin doğru bir şekilde yorumlanabilmesi için enflasyon oranındaki yıllık değişim de hesaba katılmalıdır. Türkiye gibi enflasyonist ülkelerde, bazı büyüme oranları enflasyondan arındırıldığında küçülmeye bile işaret edebilir (Kılıç, 2006).

Ülkemizdeki enflasyon oranlarının takibi için TÜFE (Tüketici Fiyat Endeksi) kullanılmıştır. Çünkü ülkemizde konut fiyatlarının satış ve kira fiyatlarındaki değişim TÜFE hesaplanırken kullanılmaktadır. Böylece TÜFE oranına yansıtılmaktadır. Ayrıca Tüketici Fiyat Endeksleri oranları yıl içinde Aralık ayı baz alınarak hesaplanmıştır. Bunun nedeni aralık ayının yılın son ayı olması ve bu ay içindeki konut fiyatlarındaki değişimlerin diğer aylara göre daha dalgasız bir seyir izlemesidir (Kılıç, 2006).

Çizelge 5.3:Yıl bazında bir önceki yılın aralık ayına göre tüketici fiyat endeksindeki değişim oranı (%).

Aralık ayına göre yıllık TÜFE oranları (%)										
1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
69,7	68,8	39	68,5	29,7	18,4	9,3	7,72	9,65	8,39	10,06

Fiyat artışlarındaki oranları iyi tespit edebilmek için bir tablo daha oluşturmaya ihtiyaç vardır. Bu artışın oranlarını tespit etmek için belli bir yıl seçilir ve bu yıl temel yıl kabul edilir. Endeks değeri 100'dür. Bundan sonraki yıllar, yani cari yıllar enflasyon değerlerine göre değişiklik gösterir. İkinci tablo oluşturulurken 1997 yılı Aralık ayı sonundaki gayrimenkul m² fiyatı 100 birim kabul edilmiş ve bu fiyat 1998 yılı fiyatı olarak ele alınarak, her yıl için enflasyon oranına göre bu gayrimenkulün m² fiyatı arttırılmıştır (Kılıç, 2006).

Çizelge 5.4:Yıl bazında enflasyon oranlarına göre arttırılmış gayrimenkul m² fiyatları (birim).

Enflasyon oranlarına göre arttırılmış gayrimenkul m ² fiyatları										
1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
100	169	286	398	671	870	1030	1126	1213	1330	1441

Bu tablo oluşturulduktan sonra enflasyon miktarındaki büyüme oranı e, bölge bazında ortalama büyüme oranları bulunurken kullanılan yöntemle hesaplanmıştır ve aynı yıllar kullanılmıştır.

Çizelge 5.5: Yıllara göre, enflasyon oranlarındaki büyüme (misli).

Enflasyon oranlarındaki büyüme (misli)											
00/98	02/00	04/02	06/04	08/06	02/98	06/98	08/98	08/00	06/02	08/02	08/04
1.86	1,35	0,54	0,178	0,188	5,71	11,13	13,41	4,04	0,8	1,15	0,4

Yukarıdaki tablo da oluştuktan sonra artık elimizde iki tane büyüme oranı bulunmaktadır. Bir tanesi gayrimenkul m² fiyatlarındaki büyüme oranı g; diğeri ise enflasyon büyüme oranı e'dir.

Gayrimenkul fiyatlarını doğru ve sağlıklı olarak yorumlayabilmek için ihtiyacımız olan büyüme oranını aşağıdaki formülü kullanarak elde edebiliriz **(5.2)** (Kılıç, 2006).

g=Gayrimenkul fiyatlarındaki büyüme oranı

e=Enflasyondaki büyüme oranı

$$\text{Enflasyon arındırılmış net büyüme oranı} = [(1+g)/(1+e)] - 1 \quad (5.2)$$

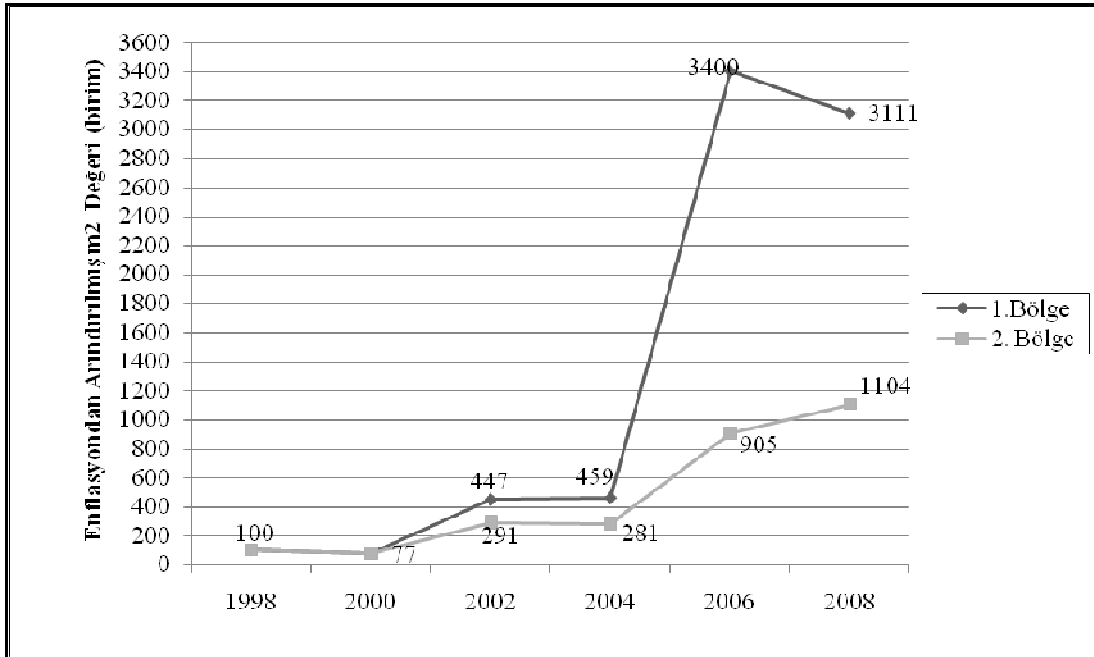
Bu denklemi kullanarak, her bölge için gayrimenkul m² fiyat değişimlerindeki, enflasyondan arındırılmış net büyüme oranını bulabiliriz.

Çizelge 5.6:Bölge bazında enflasyondan arındırılmış gayrimenkul m² fiyatlarındaki ortalama büyüme oranı (%).

Bölge İsmi	M2 fiyatlarındaki enflasyondan arındırılmış ortalama büyüme oranı (%)											
	00/98	02/00	04/02	06/04	08/06	02/98	06/98	08/98	08/00	06/02	08/02	08/04
1.Bölge	-23	480	2,6	642	-8,5	347	3321	3022	3958	668	597	576
2.Bölge	-23	277	-3,2	222	34,7	190	806	1114	1478	213,8	327	330

Yorumlar

2 farklı bölgenin 1998-2008 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte, 2 yıllık periyodlar halinde, gayrimenkul m² fiyatlarının değişimi incelenmiştir. Bu bölgelerden birincisi 2005 yılında tamamlanan bağlantı yolu ile İstanbul Park ve Sabiha Gökçen Havaalanı'nı doğu-batı yönünde lineer olarak birbirine bağlayan, villa projeleriyle dikkat çeken, adeta bir Formula Koridoru oluşturan bölge; ikincisi ise Akfırat'ın en doğu ucunda yer alan Kocaeli İli'yle sınırı olan batısından geçen yeni bağlantı yolu ile Formula-1 pistine bağlanan henüz gözle görülür bir gayrimenkul projesinin geliştirilmediği bölgedir. Çalışmada kullanılan fiyatlar Akfırat Belediyesi emlak fiyat komisyonlarının yapmış olduğu değerlendirme işlemleri sonucunda belirlenen fiyatlardır. Bu fiyatlar gerçek değerleri niceliksel olarak birebir yansıtmamakla beraber, gerçek fiyat trendleriyle örtüşmektedir.



Şekil 5.6 : Bölge bazında yıllara göre enflasyondan arındırılmış m² değeri.

Şekil 5.6'daki grafikten de görüleceği üzere 1998 yılında her iki bölgenin de enflasyondan arındırılmış m² değerleri eşittir. Grafikte bu değer 100 birim olarak kabul edilmiş olup, yıllara göre bu değer değişimi Çizelge 5.6'dan alınan veriler ışığında saptanmıştır.

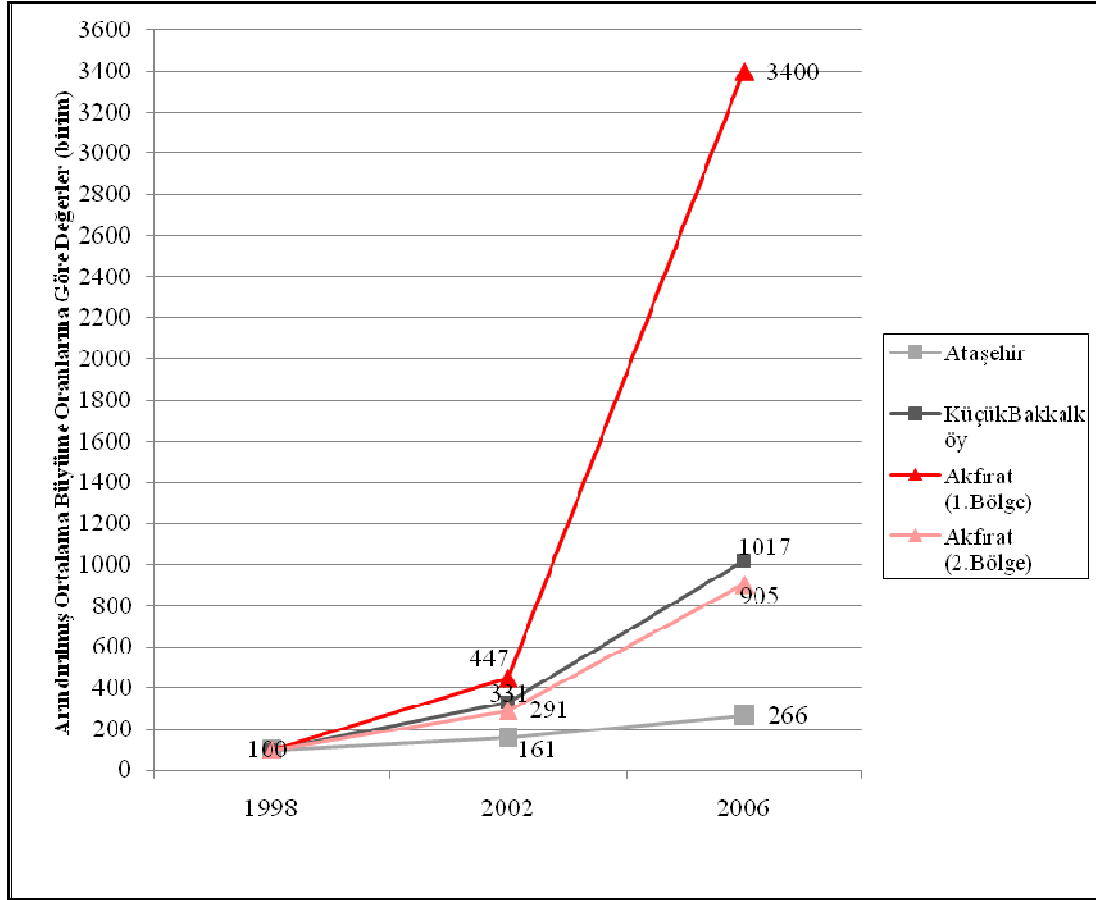
Çalışmada fiyat takipleri 1998 yılından 2008 yılına kadar uzanan bir süreç için incelenmiştir. Bu incelemede fiyat artış trendlerindeki iki dönem dikkat çekmektedir.

Bunlardan ilki birinci bölgede fiyatların yaklaşık 6 katına, 2.bölgede fiyatların yaklaşık 4 katına çıktığı 2000-2002 dönemidir. İkinci dönem ise 1.bölgede fiyatların 7,5 katına, 2.bölgede fiyatların yaklaşık 3,5 katına çıktığı 2004-2006 dönemidir. Her iki dönem de Akfırat Bölgesi için hem olumlu dışsallıkların yaşandığı hem de sıra dışı yatırımlarla bölgenin kendi iç dinamiklerinin değiştiği dönemlerdir.

2000-2002 döneminde Türkiye’de yaşanan ekonomik krize rağmen bölgedeki fiyatların artışı dikkat çekicidir. Dışsal sebeplerin biri 1999 Marmara Depremi sonrası İstanbul Metropolü’nün çeperlere yayılma eğilimi bir diğeri ise Akfırat Bölge’sinde yer seçen sanayi kuruluşlarını yakından ilgilendiren 15.04.2000 tarih ve 240021 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu’dur. Bugün Akfırat Bölge’sinde yer alan birçok Organize Sanayi Bölgesi bu kanuna göre şekillenmiş, bölge içindeki mevcudiyetlerini garanti altına almışlardır. 1998 yılında temeli atılan ve 2001 yılında bitirilen bölgeye 7 km uzaklıkta olan Sabiha Gökçen Havaalanı ise bölgenin değerini arttıran en önemli yatırımlardan biri olmuştur. Ayrıca 2002 yılının son çeyreği Formula 1 etkinliğinin Akfırat’ta yapılacağına açıklandığı dönemdir.

Fiyatların yükselişe geçtiği 2004-2006 dönemi ise zaten gayrimenkul sektörünün altın yıllarıdır. Şekil 5.6’daki grafikte görüleceği üzere gayrimenkul sektöründe yaşanan önemli büyüme etkisi doğrudan trendlere yansımıştır. Bu dönemde Akfırat için önemli olan 2005 yılında faaliyete geçen Formula1 etkinliğinin bölgede fazladan bir değer yaratıp yaratmadığı, etrafında bir rant etkisi oluşturup oluşturmadığıdır. Formula 1 etkinliğinin bölgeye bir ayrıcalık getirip getirmediğini bulmak için diğer prim yapan bölgelerle Akfırat’ı kıyaslayabilmek, anlamlı bir sonuca varmamızı kolaylaştırır. Akfırat’la kıyaslama yapılabilmesi için Ataşehir Bölgesi ve komşuluğundaki, Küçükbakkalköy Bölgesi seçilmiştir. Bu iki bölgedeki veriler, Atilla Kılıç’ın 2006 tarihli “Toplu Konut Projelerinin Çevrelerine Olan Rant Etkisi ve Ataşehir Örneği” isimli tezinden alınmıştır. Kılıç (2006) tezinde, toplu konutların çevrelerindeki gayrimenkullerin fiyatları üzerine olumlu etkilerinin olduğunu, hatta bu pozitif etkinin normal değerlerinin dışında bir ‘rant’ etkisi yarattığını savunmuştur. Ataşehir’in komşusu olan Atatürk, K.Bakkalköy, Kayışdağı Mahalleleri’nde 1994-2006 yılları arasındaki büyüme oranlarının %200-700 arasında olduklarını görmüş ve bir kıyaslama yapıldığında Ataşehir’in çevresindeki bölgelerde, fiyat artışlarının sıra dışı olduğu fikrine ulaşmıştır. Bu noktadan hareketle

toplu konut projelerinin çevrelerine rant etkisi olduğu sonucuna varmıştır. 1998-2006 döneminde %931,43 büyüme oranıyla K.Bakkalköy Mahallesi, Ataşehir çevresinde en fazla büyüme oranına sahip bölge olmuştur.



Şekil 5.7 : Yıllara ve enflasyondan arındırılmış ortalama büyüme oranlarına göre yatırım değerleri.

Şekil 5.7’deki grafikte dört farklı bölgeye 1998 yılında 100 birim değerinde yatırım yapıldığı varsayılmıştır. Bu yatırımın değeri 2006 yılına gelindiğinde Ataşehir bölgesi için 266 birime çıkarken, KüçükBakkalköy’de 1017 birim olmuştur. Aynı yatırım, Akfırat’ta 1.bölge için 3400 birim iken 2.bölge için bu değer 905 birimdir.

Grafikten, 1998-2006 döneminde her dört bölgenin de değeri nin yüksek yüzdelerle geliştiğini ancak Akfırat’ta bu gelişimin çok daha yüksek olduğu açıktır. Çizelge 6.6’dan görüleceği üzere 1998-2006 yılları arasında Akfırat 1.bölgedeki büyüme oranı % 3321, 2.bölgedeki büyüme oranı ise % 806’dır. Tüm bu verilerin ışığı altında Formula 1 etkinliğinin Akfırat çevresinde bir rant etkisi yarattığını, fiyatları normalin çok daha üstüne çıkarttığını hatta 1.bölge için fiyatlarda bir balon etkisi yarattığını söyleyebiliriz.

2006-2008 yılları ise Türkiye'nin gayrimenkul varlıklarına yönelmede durgunluk yaşadığı bir dönem olarak değerlendirilebilir. Bu dönemde mortgage yasası'nın çıkması fakat fazilerin beklenen düzeye düşmemesi, Türkiye'deki seçim atmosferi ve siyasi belirsizlikler, bir önceki dönemde (2005-2007) talep fazlalığı ile oluşan "Satıcı Gayrimenkul Piyasası"ndan, arzın talebin üzerinde olduğu "Alıcı Gayrimenkul Piyasası"na geçiş, 2007 yılında A.B.D konut sektöründe başlayan ve küresel krize dönüşerek bütün dünyayı etkisi altına alan ekonomik daralmanın ilk sinyallerinin alınması ve yabancı yatırımcıların Türkiye'deki piyasalardan çekilmeye başlaması 2006-2008 yılları arasında yaşanan durgunluğun ve fiyatlardaki düşüş eğiliminin temel sebepleri sayılabilir.

Bu dönemde Akfırat Bölge'sindeki arazi fiyatlarına baktığımızda 1. bölge için %8,5 oranında bir düşüş 2.bölge içinse %34,7 oranında bir artış gözlemlenmektedir. Bu dönemde 1.bölgede yaşanan düşüş bir önceki dönemde yaşanan artışa göre oldukça küçük kalmaktadır. Gayrimenkul piyasası kuralları içinde düşünürsek bu düşüş zaten olası ve normaldir. Çünkü bir önceki dönemde balon etkisiyle yükselen fiyatların bir sonraki dönemlerdeki düşüşlerle dengeye oturması beklenir. 2.bölgedeki artış ise piyasadaki durgunluğa rağmen devam etmiştir. Bu dönemde Akfırat ve çevresindeki yatırımların devam etmesi (Akfırat Bölgesi'ndeki villa projeleri, Sabiha Gökçen Havaalanı'nın kapasitesinin artırılması, Viaport Projesi) 1/100.000 Çevre Düzeni Planı'yla Akfırat çevresindeki üst ölçekli işlev alanlarının (tekno park, lojistik merkez, organize sanayi bölgesi) ve ulaşım yatırımlarının garanti altına alınarak teşvik edilmesi (metro hattının Kurtköy'e kadar uzatılması) bölgenin cazibesini korumasını sağlamıştır.

5.4 İstanbul Park Grand Prix ve Akfırat Gayrimenkul Piyasası Üzerine Etkileri

Büyük etkinliklerin en büyük etkisi yerel ekonomi üzerinde değil ev sahibi şehrin kentsel formu ve yönetimi üzerinde görülür. Kısa dönemde etkinliğin yerel ekonomiye ve yapıldığı süre içerisinde yarattığı şenlik atmosferiyle kentin toplumsal manzarasına şüphesiz faydası olur. Ancak gerçek faydalar uzun dönemde ölçülür. Büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın uzun dönemli temel etkisi, altyapıya ve çevresel iyileştirmelere yapılan yatırımlar aracılığıyla, kentsel gelişim desenini etkilemede sağladığı fırsattır. Büyük etkinliklerin sebep olduğu kentsel gelişim ve değişim baskıları, kentsel yapıyı çevre ve bu çevrede etkin olan gayrimenkul piyasası

aracılığıyla artar. Aslında sadece kentsel gelişim deseni değil bu desenin ve yapıli çevrenin yaratılmasında, yönlendirilmesinde ve pazarlanmasında gayrimenkul piyasası büyük önem taşır.

Formula-1 etkinliğinin Akfırat Bölgesi'nin kentsel gelişim desenine ne ölçüde ve nasıl etkilediğini araştırmak, etkinliğin uzun dönemli faydalarını saptamak açısından olduğu kadar gayrimenkul sektörü ile ilişkisini kurmak açısından da önemlidir. Bu araştırma yapılırken hem doğrudan/hesaplanabilir veriler olarak Akfırat Bölgesi'nde 2002-2009 yılları arasında gerçekleştirilen gayrimenkul yatırımları incelenmiş hem de etkinliğin dolaylı/hesaplanamaz etkilerini araştırabilmek için bölgedeki gayrimenkul danışmanlarıyla keşif amaçlı mülakatlar yapılmıştır. Danışmanlarla yapılan mülakatlar hem altyapının geliştirilmesi gibi doğrudan/hesaplanabilir etkilerin bölgedeki gayrimenkul piyasası üzerindeki etkisini yorumlamak konusunda yardımcı olmuş, hem de tanınırlılık ve imaj gibi dolaylı/hesaplanamaz etkilerin bölgenin gelişimi üzerinde ne kadar büyük bir etkisinin olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Akfırat Bölgesi nasıl gelişti, bu gelişmeyi sağlayan dinamikler nelerdi, Formula 1 etkinliğinin bu gelişime etkisi nedir diye araştırıldığında Bölüm 3.2'de tartışılan iki olgu karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan birincisi büyük etkinliklerin doğrudan faydaları başlığı altında incelenen etkinliği en iyi şekilde destekleyebilmek için kamusal altyapıya özellikle de ulaşımaya yapılan büyük yatırımlar ve bir bölgenin bu yatırımlar sonrası şehir içindeki değerin yükselmesi, bölgedeki arazilerin ve gayrimenkullerin değlerinin artmasıdır. Bu sebeple büyük etkinlikler kentsel değışimin katalizörleri olarak tarif edilirler. İkincisi ise soyut faydalar başlığı altında incelediğimiz etkinliğin etkisiyle bölgenin ilgi odağı olması ve tanınırlılığının artmasıyla bölge ile ilgili algıların olumlu yönde değışmesi olgusudur. Bölgedeki gayrimenkul danışmanlarının ifadelerinden de Formula-1 etkinliğinin bölge üzerinde biri doğrudan diğeri dolaylı iki faydayı nasıl sağladığı anlaşılmaktadır.

Bölgedeki gelişimin dinamikleri

Ece Gayrimenkul yetkilisi bölgedeki gelişimin dinamiklerini şöyle anlatmıştır *“Türkiyede 2002-2003 yılları gayrimenkul piyasasının ivme kazandığı dönemdir.2005-2006 yıllarında ise zaten gayrimenkul sektörü peak yaptı. Bu süreçte, Akfırat'ın şöyle bir avantajı oldu, oraya Formula-1 geldi. Formula1 Türkiye'ye geldiğinde çok büyük bir vaadlerle geldi Hakikaten ilk iki yarış özellikle ilk yarış çok gösterişli geçti. Formula 1 in gelmesiyle bölgede ister istemez kendiliğinden bir yükseliş oldu daha doğrusu Formula-1 olayının duyulması oradaki arsalın*

fiyatlarının her gün artmasına neden oldu. Hatta bölgede yapılan projelerin Formula1 yapılıyor diye satışı durduruldu, bekletildi. Çünkü kimse fiyatları öngöremiyordu. Zaten gayrimenkulde bir ivme, yukarı çıkış vardı, krediler her gün aşağıya iniyordu. Bir de bu çıkışa dinamit olarak Formula 1 kondu. Tabii bölgedeki herkes şaşırdı buna, bu o zaman inşaat yapan insanların, sizin, benim tahmin edebileceğimiz bir şey değildi. Herkes fiyatlarını dondurdu, revize edip piyasaya tekrar sundu.

O bölge zaten enterasan bir bölge, bölgenin gelişiminde Formula-1 1.etkense, 2. etken de Gebze organize, Orhanlı organize, Tuzla organize sanayi gibi oluşumlar ve oradaki büyük firmalar. Büyük firmaların zaten bölgenin etrafında yer alması, Akfırat Bölgesi'ni kendi çapında bir yaşam bölgesi yaptı, villaların yaşam bölgesi. Bu gelişimde en büyük etken Formula tabii..” (Şengül, 2009).

Formula-1 etkinliğinin bölge için bir katalizör görevi üstendiği ise aşağıdaki ifadelerden çok açık bir şekilde anlaşılmaktadır: “Doğrudan Formula 1’e bakarsak.formula nasıl etkiledi dersiniz...? Evet Formula-1 etkiledi. Formula-1, Akfırat gibi bir yer olmasının sebebidir. Yoksa Akfırat bugün tanınmazdı. Tanınırdı belki ama Akfırat önümüzdeki 10 yıllık süreçte içinde yavaş yavaş gelişen bir yer olurdu. Millenium Park, Royal Park Residence gibi projeler hemen yapılmayabilirdi, 6 şeritli, 3 gidiş -3 gelişli yolumuz olmayabilirdi... Bunun yanında büyük bir belediye binasına gereksinim duyulmayabilirdi, Çok fazla bağlantı yolu olmayabilirdi... Tüm bunlar Formula-1’in sonucu. Bölgedeki yolların bu kadar büyük, geniş; giriş-çıkışların bu kadar rahat olmasının sebebi Formula-1. Fiyatlar bu kadar artar mıydı dersiniz...? Tabii bu kadar artmazdı bir anda. Bu kadar değerlenmezdi projeler, bu fiyatlar bu kadar yukarıları bulmazdı. Çünkü Akfırat İstanbul’un dışında kalan bir yer. Ancak havalimanın ve Kurtköy’ün yoğunluğunun artmasıyla Akfırat yavaş yavaş tanınırdı.” (Şengül, 2009).

Empro Gayrimenkul yetkilisinin ifadeleri de Formula-1 etkinliği ile birlikte Akfırat’ın kamuoyu tarafından algılanmasının nasıl değiştiğini açıklamaktadır “Kurtköy ya da Sabiha Gökçen Havaalanı dediğiniz zaman, sadece bu iki isim burada bri şekilde uzaklık algısını da pekiştiriyordu. İnsanlar “çok uzaktır oralar” diyorlardı Herkes Sabiha Gökçen Havaalanı ve Kurtköy’ün dağ başında olduğunu düşünüyordu. Sonra işin içine Formula-1 pisti eklenince, sanki bu bölge biraz daha yakın olabilirmiş hissiyatı oldu. Formula-1 sanki daha şehinsel bir şeymiş gibi geldi insanlara. Formula-1 psikolojik olarak insanlara “havaalanı şehir dışında olabilir ama bir pist o kadar şehir dışında olmaz” diye düşündürdü. Yani buranın uzaklık algısını birazcık kırdı.” (Öltes, 2009).

5.4.1 Akfırat Bölgesi’ndeki gayrimenkul yatırımları

Aşağıda incelenen yatırımlar sadece Akfırat Bölgesi’yle sınırlı tutulmamış, Akfırat’ın Sabiha Gökçen Havaalanı’a kadar olan yakın komşuluk bölgesindeki metropol ölçeğindeki yatırımlar da incelenmiştir. Çünkü bu yatırımlar Akfırat’taki trendleri değerlendirmek ve geleceği öngörebilmek açısından önemlidir.

Ulaşım yatırımları

Ev sahibi şehirler etkinlik esnasında kamusal tesislere özellikle de ulaşım yaptıkları yatırımlardan uzun dönemli somut kazançlar elde ederler. Kent yöneticileri, bu yatırımları, büyük etkinliklere ev sahipliği yapma ve kaynak sağlanmada başlıca gerekçe olarak görürler. Bir çok ev sahibi şehir için büyük etkinlikler, ulaşımındaki ve kamusal altyapıdaki eksiklikleri gidermeye olanak sağlar. Bu yatırımlara kamu ulaşım sisteminin de kalkındırılması dahil edilirse, şehir içi taşımacılık ve ulaşım büyük ölçüde gelişir. Ulaşım altyapısına yapılacak yatırımların, etkinlik tesislerinin kurulacağı yerle de yakından ilgisi vardır. Yatırımlarla yeniden yapılandırılan ulaşım sistemi, etkinlik ziyaretçilerini etkinlik alanına taşıyacaktır, bu nedenle, ulaşım sistemine yapılan yatırımlardan en büyük ve uzun vadeli kazancın elde edilmesine olanak tanıyacak şekilde, etkinlik alanının şehir içinde uygun bir alanda konumlandırılması gerekir.

Formula 1 bağlantı yolları: Formula 1 pistinin yapılmasıyla, pisti şehrin ana ulaşım arterlerine ve merkezlerine bağlamak büyük bir öncelik halini almıştır. Formula-1 pisti, bağlantı yollarıyla kuzeyden Sabiha Gökçen Havaalanına ve TEM otoyoluna güneyden sahil yolu alternatif yol güzergahı oluşturmak için tekrar TEM otoyoluna bağlanmıştır. Böylece Akfırat Bölgesi'nde bir ulaşım ringi oluşturularak, bölge kentin ana ulaşım arterlerine ve havaalanına yüksek standartlı yollarla entegre edilmiştir.

Formula 1 bağlantı yollarının yapımını İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Karayolları Genel Müdürlüğü birlikte üstlenmişler, 2003-2005 yılları arasında, kısa bir zaman diliminde, bitirilen tüm bu ulaşım altyapısının kamuya toplam maliyeti en iyimser tahminle 70.000.000 ytl olmuştur. (2009 yılı değerleriyle toplam maliyet en iyimser tahminle 62.000.000\$'dır.) Empro Gayrimenkul yetkilisinin anlattıkları bölgedeki ulaşım altyapısını ve Akfırat üzerinde yarattığı etkiyi anlamak için önemlidir *“Akfırat bölgesi ulaşım bağlantıları açısından kendi doğası içinde gelişmedi suni olarak gelişti. Formula-1 pistinin Akfırat'a gelmiş olması bölgedeki ulaşımı çok kolay hale getirdi, bölgeye ulaşmak için birçok alternatif ulaşım ağı gelişti. Ulaşım gelince arazi fiyatları yükseldi. Daha doğrusu önce ulaşım gelişti sonra konut projeleri buraya eğilim gösterdi sonra da arazi fiyatları yükselmeye başladı.”* (Öltes, 2009).

Fakat Formula-1 bağlantı yolları ulaşımındaki ve kamusal altyapıdaki eksiklikleri giderme yönünde yada kentin mevcut ulaşım problemlerinden birini çözmek

amacıyla değil tamamen Formula-1 etkinliğinin gereksinimlerini karşılamak amacıyla hayata geçirilmiştir. Bu sebepten ötürü yapılan ulaşım yatırımından metropol ölçeğinde büyük ve uzun vadeli kazanç beklemek mümkün değildir. Tüm metropole eşit şekilde fayda sağlamayan bu yüksek standartlı yollar maliyeti artırıcı bir unsur olarak da görülebilir.

Sabiha Gökçen Havaalanı: Akfırat sınırları içinde değil Kurtköy sınırlarında inşa edilmiştir ve İstanbul'un ikinci havaalanıdır. Havaalanının temeli Şubat 1998 tarihinde atılmıştır. Ocak 2001 tarihinde bitirilen havaalanı toplam 550 milyon USD ye mal olmuştur. 655 hektarlık açık alan üzerine kurulu havaalanı Ulaştırma Bakanlığı veya kısa adı DHMİ'ye bağlı değildir.

Sabiha Gökçen Havalimanı'ndaki terminal, kargo, yer hizmetleri ve uçak yakıt ikmal operasyonlarının işletmesinin, 1 Mayıs 2008 tarihi itibarıyla Savunma Sanayi Müsteşarlığı bünyesindeki Havaalanı İşletme ve Havacılık Endüstrileri A.Ş (HEAŞ) tarafından Limak Holding, GMR Infrastructure ve Malaysia Airports Holdings Berhad ortaklığıyla kurulan İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı Yatırım Yapım ve İşletme A.Ş'ye (ISG), 20 yıllık sözleşmeyle devredilmiştir. ISG toplam 450 milyon € düzeyinde yatırım yaparak havaalanı kapasitesini yıllık 10 milyon yolcudan 25 milyona çıkartmayı hedeflemektedir. Yatırımın büyük bir bölümünün aktarılığı dış hatlar terminalinin 29 Ekim 2009'da tamamlanması düşünülmektedir.

Bölgedeki gayrimenkul danışmanları, Akfırat'ın gelişiminde Formula-1 etkinliği kadar Sabiha Gökçen Havaalanı'nın da önemli bir rol üstlendiğini belirtmektedirler, hatta şu an yatırımcıları bölgeye çeken temel sebeplerden birinin Sabiha Gökçen Havaalanı'nın geleceği ile ilgili beklentiler olduğu düşünülmektedir. Akfırat Bölgesi'nde çalışan Remax Gayrimenkul Danışmanlık yetkilisine yatırımcıların günümüz itibarıyla bölgeyi seçmesinde ne etkili oluyor diye sorulduğunda şöyle açıklıyor “İlk olarak hava alanı, ikinci olarak bölge artık yaşanılır bir bölge oldu, projeler bitti. Çevre daha doluyken satış daha kolay olur. Bölge in cin top oynayan bir bölgeden faal bir bölge durumuna geldi. Daha da projeler devam edecek ve satış daha kolay olacak.” (Çelikörs, 2009).

Ece Gayrimenkul'den yetkilisi ise bölgenin gelişiminde Formula-1 etkinliğinin yanı sıra diğer etkenler olduğunu da belirtiyor “Formula ile Sabiha Gökçen'i değerlendirmeniz gerekir. Formula-1 bölgeyi tanıttı ama bölgeyi kalkanıran etkenler var bölgeyi tanıttıktan sonra. Birincisi yapılaşma Kurtköyde inanılmaz gelişti, Ataşehir gibi bir yer oluştu Kkurtköy'de. Artı havalimanının orada olması ve en son formula-1den sonra 2008 senesinde Viaportun açılması o

bölgenin yoğunluğunu artırıyor değer kazandırıyor. Siemens gibi büyük firmaların orada olması Akbank Garanti, Yapı kredi gibi büyük bankaların orada merkez üssü kurması Akfırat'ın her gün gelişmesini sağlıyor.” (Şengül, 2009).

Eğitim yatırımları

Akfırat Bölgesi, 2002 yılından önce de metropol ölçeğindeki özel eğitim kurumlarıyla dikkat çeken ve bu kurumlar üzerinden de pazarlanması yapılan bir bölgeydi. 1988 yılında lisesi, 1998 yılında ilköğretim okulu açılan Vehbi Koç Vakfı tarafından kurulan Koç Lisesi Akfırat Bölgesi sınırları içinde yer alırken; Orhanlı'da yer seçen, Sabancı Vakfı tarafından 1.353.000 m2 alan üzerine kurulan Sabancı Üniversitesi 1999'da öğretime başlamıştır. Bölgedeki gayrimenkul danışmanları büyük eğitim kurumlarının bölgede arsa aradıklarını, hatta bir kısmının, bölgeden ortalama 200000m2'lik araziler satın aldıklarını, bir süre sonra ise eğitime başlayacaklarını belirtmektedirler. Bölgedeki en son eğitim yatırımı Formula 1 pistinin hemen yanında yer seçen Okan Üniversitesi'dir.

Okan Üniversitesi: Okan Üniversitesi, Okan Kültür, Eğitim ve Spor Vakfı tarafından resmi olarak 1999 yılında kurulmuş, eğitim-öğretime ise 2003-2004 akademik yılında başlamıştır.

Hızla büyüyen Üniversite, 2006-2007 öğretim yılından itibaren, Formula 1 pisti yanındaki, 250 bin metrekare alana kurulmuş Akfırat kampüsüne yerleşmiştir. Okan Üniversitesi, 3500'e yakın öğrencisiyle, 2008-2009 öğretim yılına 5 Fakülte, 1 Yüksekokul ve 1 Meslek Yüksekokulda toplan 65 bölüm ile devam etmektedir. Ayrıca Kampüs alanı içerisinde 2008'de hizmete giren; 22 bin metrekare kapalı, 5 bin metrekare açık alana sahip "Okan Yaşam Merkezi", Sosyal Merkez ile Sağlık ve Spor Merkezi olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Sosyal Merkez'de süpermarket, kütüphane, sinema, oyun salonu, eğlence merkezi, kafeteryalar, solaryum, mağazalar, seyahat acentası, tekno market, banka ve restoranlar bulunmakta, Sağlık ve Spor Kompleksi ise kapalı spor salonu, kapalı yüzme havuzu, fitness salonu, plates ve aerobik için stüdyolar, squash salonları, buhar odası, sauna, masaj odaları, koşu alanı ve revirden oluşmaktadır. Tenis kortları, halı saha, basketbol ve voleybol sahaları da açık alanda bulunmaktadır.

Konut piyasası

Akfırat'ta yapılan konut yatırımların önemli bir bölümü literatürde “gated community” olarak tanımlanan, güvenli villa projelerinden oluşmaktadır. Halihazırdaki projelerin büyük bir çoğunluğu İstanbul Park Yolu üzerinde yada onun hemen paralelinde konumlanmıştır.

Konut yatırımlarının villa projeleri olmalarının temel sebebi, Akfırat Mahallesi'nin Ömerli Su Toplama Havzası'nın etki alanı içinde olmasıdır. İSKİ İçme Suyu Havzaları Yönetmeliği'ne göre Akfırat için önerilen ortalama yoğunluk değeri 25ki/ha², ortalama Kaks³ değeri ise 0,09'dur. Akfırat Bölgesinin tek yasal ve meşru planı olan 1/5000 ölçekli 12.07.2008 tastik tarihli Ömerli Havzası Akfırat Kuzeyi Nazım İmar Planı'nda K1 ve K2 lejantlarıyla gösterilen Konut Alanları'nda yoğunluk değerleri K1 Alanı için 40ki/ha, K2 Alanı için 15ki/ha'dır. Planlar ve yönetmeliklerden kaynaklanan bu yapılaşma kısıtları yatırımcıları ister istemez villa projeleri geliştirmeye teşvik etmiştir.

Halihazırda tespit edilen, toplam 1600000 m² yüzölçümüne sahip olan 17 projenin yatırım değeri yaklaşık 985 milyon \$'dır. Tüm projelerde toplam 945 villa, 566 lüks apartman dairesi mevcuttur. 640 villa 403 lüks apartman dairesi satılmıştır. Projelerin %6'sı 2003 yılında, %12'si 2004 yılında, %17'si 2005 yılında, %35'i 2006 yılında, %17'si 2007 yılında, %12'si 2008 yılında inşaatla başlamış, %31'i henüz tamamlanmamıştır. Akfırat bölgesindeki konut yatırımlarına ait özet bilgiler Çizelge 5.7'de gösterilmiştir.

Akfırat'ta konut alıcıların motivasyonları nedir diye sorulduğunda Empro Gayrimenkul yetkilisi bu durumu şöyle açıklamıştır “*Ulaşım rahatlığı birinci planda şu anda bu bölge için. Yol bağlantıları, su bağlantıları, elektriği doğalgazı çok güzel çok sistematik çalışıyor. Buradaki altyapının bu kadar gelişmiş olmasının temel sebebi Formula 1 pisti. Herşey bir bölgeye ulaşmakla başlıyor zaten, bir bölgeye iyi, sağlıklı ve problemsiz olarak ulaşabilmeniz çok önemli hele ki İstanbul gibi bir şehirde. Diyelim ki otobanda kaza oldu o kazanın bir şekilde bilgisini ediniyorsanız, hemen sahil yoluna yöneliyorsanız, veya sahil yolunda da bir tıkanma varsa Şile*

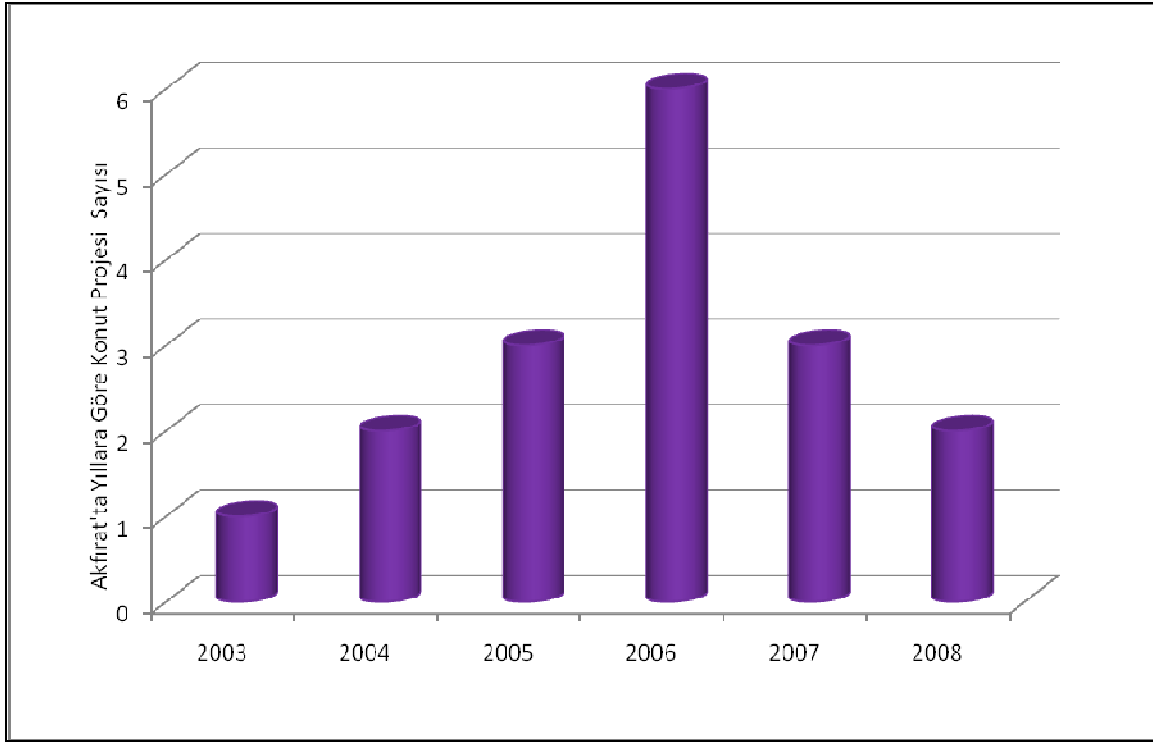
² ki/ha kısaltması Kişi/Hektar teriminin karşılığıdır. Kişi/Hektar, 1hektarda (10.000m²'de) en fazla kaç kişinin yaşayabileceğini ifade eder. 25ki/he, 1 hektarda (10000m²'de) en fazla 25 kişinin yaşayabileceğini ifade eder.

³ Kaks kısaltması Kat Alanları Kat Sayısı veya Emsal teriminin karşılığıdır. Yapının bütün katlardaki inşaat alanları toplamının parsel alanına oranıdır. Kaks=0,09 100m²'lik alanda en fazla 9 m²'lik inşaat yapılabileceğini ifade eder.

yolundan geliyorsunuz, alternatif çok buraya ulaşmak için . Bu çok ciddi bir avantaj bir yerleşim bölgesi için.” (Öltes, 2009).

Ece Gayrimenkul yetkilisi ise yatırımcıların motivasyonlarını açıklamıştır “Her şeyden önemlisi Anadolu yakasında baktığımızda yer yok. Yüksek gelir grubuna villa yapabileceğimiz yerler yok. Villalaşmanın yapılacağı yerlerin çoğu doldurulmuş durumda...Ve insanların artık şöyle bir yapısı var gayrimenkul alırken yeşile basmak istiyorsa, villa almak istiyorsa güvenli siteden almak istiyor; yol bağlantılarına, ulaşılabilirliğe önem veriyor; trafikte ne kadar kalacağına önem veriyor; çevresinde gecekondulu olup olmadığına önem veriyor. Şimdi bunlara baktığımızda bölgedeki düzgün yapılaşmadan ötürü bölgeye yatırımcı hergün geliyor... Akfırat’a baktığımızda gecekondulaşma yok, göç yok, tertemiz arazi, tertemiz siteler, tertemiz villalar var... Ve hergün gelişebilecek bir alan artı altyapısı tamamlanmış doğalgazı gelmiş.. .bundan dolayı müşteriyi de çekiyor yatırımcıyı da çekiyor.” (Şengül, 2009).

Şekil 5.8’den Akfırat Bölgesinde tespit edilen 17 projenin başlangıç yıllarına göre dağılımı verilmiştir. Etkinlikten bir sonraki yıl olan 2006 senesinde konut projelerinin kayda değer bir artış gösterdiğini söylemek mümkündür.



Şekil 5.8 : Başlangıç yıllarına göre Akfırat Bölge’sinde tespit edilen konut projelerinin dağılımı

Perakende piyasası

Colliers International Türkiye tarafından hazırlanan 7 Mart 2007 tarihli Gayrimenkul Piyasası Raporu'nda, yeni AVM (Alış Veriş Merkezi) inşaatlarının büyük bir bölümünün Avrupa yakasında bulunmasına rağmen, Anadolu yakasında özellikle Tepeören-Kurtköy gibi yeni gelişen konutsal banliyö alanlarında halen yatırım fırsatları bulunduğu belirtilmiştir. Akfırat sınırları içinde henüz bir perakende piyasasının oluşumundan bahsetmek mümkün olmasa da İstanbul Park Yolu üzerindeki Millenium Bazaar Projesi Akfırat Bölgesi'ndeki bu tür küçük ölçekli AVM yatırımlarının bir habercisi olabilir. Akfırat Bölgesi'nin dinamiklerini etkileyecek AVM projesi Türkiye'nin Outlet'i sloganıyla TEM Otoyolu Sabiha Gökçen gişeleri çıkışında konumlanan Viaport Projesi'dir.

Millenium Bazaar: A. Yıldırım Uluslar arası İnşaat tarafından 11 bin m2'lik arsa alanına yapılan Millenium Bazaar Projesi'nde toplam 36 dükkan bulunmaktadır.. 6500 m2'lik kapalı alana sahip olan projede tüm dükkanların modüler olduğu 40-45-50 m2'lik büyüklüğünde mağazalar yer alırken, bu mağazalar birleştirilerek daha büyük hale gelebilmektedir. Migros ya da Carefour gibi yüksek kaliteli bir market zinciri projeye kiracı olarak dahil edilerek, alış-veriş merkezinin hareketlilik kazanması hedeflenmektedir

Viaport: Bayraktar Kardeşler İnşaat A.Ş tarafından 110 milyon dolarlık yatırımla 2007 yılında inşaatına başlanan, 2008 yılının temmuz ayında açılışı gerçekleştirilen Viaport, toplam 200 bin m2'lik arsa alanı ile Türkiye'nin en büyük outlet merkezidir.

Viaport YİD (Yap-İşlet-Devret) modeli ile hayata geçirilen bir projedir. 30 yıl sonra İstanbul Büyükşehir Belediye'sine ve Pendik'e devredilecektir. 145 mağazanın bulunduğu alış-veriş merkezinde aynı zamanda Anadolu Yakası'nın en büyük otel, fuar alanı ve kongre merkezi de inşaa edilmektedir. Toplam 350 odası ve 700 yatak kapasiteli 5 yıldızlı otelin 2009 yılının sonunda faaliyete geçmesi planlanmaktadır. Kongre merkezinin ve fuar alanının ise otelden hemen sonra açılması düşünülmektedir. Otelin işletmesi için uluslararası otel zincirleri ile görüşülmektedir.

Otel piyasası

Otel piyasası, gelen ziyaretçi sayısı ve dolayısıyla kısa süreli konaklama talebi nedeniyle büyük etkinliklerin en fazla etkilediği gayrimenkul piyasasıdır. Etkinliğin otel piyasasına olan kesin etkisi, kentin turizm doygunluğu, etkinliğin otel arzına

teşvik derecesi ve bölgenin etkinliği turizm endüstrisi için nasıl kullandığı ile ilgili farklılıklar nedeniyle şehirden şehire göre değişmektedir. Formula 1 etkinliği ilk yıllarda kayda değer bir konaklama talebi yaratmış olsa da bu talep Akfırat Bölgesi içinde karşılanamamıştır. Akfırat Bölgesi sınırları içinde hala bir otel yatırımı olmamakla birlikte, Akfırat'a 4 km uzaklıktaki Viaport Projesi içinde toplam 350 odası ve 700 yatak kapasiteli 5 yıldızlı otelin 2009 yılının sonunda faaliyete geçmesi planlanmaktadır.

Bölgedeki gayrimenkul danışmanları, Disneyland gibi tematik projelerin, golf sahası gibi spora dayalı turizm yatırımlarının Akfırat Bölgesi için Formula 1 etkinliğinin ilk yıllarında sürekli gündemde tutulduğunu, Akfırat'ta otel yatırımı yapmayı düşünen inşaat gruplarının da hep var olduğunu kaydetmişlerdir. Bölgedeki otel yatırımlarının Sabiha Gökçen Havaalanı'nın tam kapasite çalışmasıyla canlanacağı fakat şu anda piyasa koşullarından ötürü böyle bir yatırıma kimsenin cesaret edemediği belirtilmektedir.

Ofis piyasası

Büyük bir etkinlik bir kent için reklam kampanyası gibi çalışır. Etkinlik dolayısıyla bir kentteki ofis piyasasının canlanması, o kentteki ekonomik aktiviteyle ve piyasa koşullarıyla yakından ilgilidir. Geliştirilmeye uygun, desteklemeye değer bir iş ortamı yoksa, altyapı ve insan gücü yetersizse uluslar arası sermayenin o kente ilgisini çekmek imkansız hale gelir. Akfırat Bölge'sinde ise bir ofis piyasasının varlığından veya oluşumundan söz edilemez çünkü bölge zaten İstanbul'daki MİA(Merkezi İş Alanı) ve MİA dışı ofis bölgelerinin içinde yer almamaktadır. Ayrıca Akfırat'ın havza yerleşimi olması dolayısıyla uyulması gereken yapılaşma kısıtları ofis yatırımlarının bölge için rantabl olmasını engellemektedir.

Şekil 5.9'da Akfırat Bölgesi ve çevresindeki gayrimenkul yatırımları yıllara göre gruplandırılarak, bölgenin süreç içindeki gelişimi incelenmeye çalışılmıştır. Konut projelerinin Formula 1 bağlantı yolları çevresinde yoğunlaştığı bölgede adeta bir "Formula koridoru" olduğu tespit edilmiştir. Akfırat çevresindeki yatırımlar ise hem büyük alan kullanımları hem de metropol geneline hizmet eden fonksiyonlarıyla dikkat çekmektedir.

Çizelge 5.7 : Akfırat Bölgesi'ndeki konut projeleri yatırımları.

No	Proje Adı	Projeyi Yapan Firma	Proje Birimi	Proje Yüzölçümü	Proje Başlangıcı	Proje Bitişi	Proje Satış Oranı	Satış Oranı(%)
1	Akfırat Villaları	Eren İnşaat	20 adet dubleks villa	18000 m ²	2006	2010	16 adet	%80
2	Arkeon Evleri	Yapı Konut İnşaat	314 adet konut	370000 m ²	2004	2008	311 adet	%91
3	F-2 Evleri	CE Yapı	180 adet daire 120 adet villa	310000 m ²	2006	2010	20 adet daire 20 adet villa	%13
4	Tepeören Koru Evleri	Ertaş İnşaat & Metrolife	22 adet dubleks villa	25000 m ²	2005	2007	22 adet	%100
5	Kırklar Vadisi	Şanlı İnşaat	40 adet villa	28000 m ²	2004	2006	40 adet	%100
6	Kuşu Evleri	Bautek A.Ş.	98 adet ikiz villa (4 tip)	91000 m ²	2006	2008	94 adet	%96
7	İstanbul Parkville	Çakmak Yapı	13 adet villa	12000 m ²	2006	2008	8 adet	%61
8	Sultan Konakları	Sıddıklar İnşaat	23 adet villa (2 tip)	30400 m ²	2007	2009	12 adet	%52
9	Tepeören Villaları	Yön Konut	101 adet villa (3 tip)	112000 m ²	2003	2008	96 adet	%95
10	Kanarya Konakları	Uzunal İnşaat	15 adet konak	20000 m ²	2006	2010	2 adet	%13
11	İstanbul Park Konakları	İnmaş-İmpa	26 adet villa	35000 m ²	2007	Proje iflas etti	-	-
12	İspanyol Evleri	Tümak İnşaat	10 adet villa	15000 m ²	2007	2009	1 adet	%10
13	Millenium Park Villaları	Aziz Yıldırım Uluslararası İnş.	199 adet villa 72 adet daire 36 adet dükkan	282000 m ²	2005	2009	153 adet villa 72 adet daire 18 adet dükkan	%80
14	Akfırat Evleri	D-Yapı & Milpa	143 adet villa (4 tip)	140000 m ²	2005	2007	133 adet	%93
15	Tepe-Park Villaları	Yuvataş İnşaat	42 adet villa (2 tip)	48000 m ²	2006	2010	10 adet	%24
16	Formula Country	Cihan İnşaat	62 adet villa	51500 m ²	2008	2010	33 adet	%53
17	Erguvan Evleri	Aslan Turizm İnşaat	11 adet villa	11500 m ²	2008	2009	Henüz satılmadı	%0

5.4.2 İstanbul Park Grand Prix ve Akfırat gayrimenkul piyasasının geleceği

Akfırat'taki mevcut gayrimenkul piyasası'nın gelişimini ve bu gelişimin önündeki kısıtları değerlendirirken iki farklı etken karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan birincisi ABD'de meydana gelen mortgage krizi ve bu krizin tüm dünyayla birlikte Türkiye'deki gayrimenkul piyasasına da sirayet etmesidir. Ekonomik daralmadan ötürü yaşanan durgunluk ve bu durgunluğun yatırımcı üzerinde yarattığı “bekle ve gör” politikası, yatırım kararlarının ertelenmesine sebep olmuştur. İkincisi ise Akfırat'a özel olarak gelişen 2008 yılının son çeyreğinde Akfırat Belediye Başkanı'nın tutuklanmasıyla ortaya çıkan, yatırımları durdurma noktasına getiren hukuki usulsüzlüklerdir. Yeni imar planları yasallık kazanana kadar Tuzla Belediyesi tarafından Akfırat'taki hiçbir yatırıma ruhsatı olsa dahi inşaat izni verilmemektedir. 2009 yılında piyasanın kendi dinamiklerinden kaynaklanan kriz atmosferi Akfırat'ın kendi iç dinamiklerindeki olumsuz koşullarla birleşince bölgedeki gayrimenkul piyasası hedeflerin altında bir performans göstermiştir.

Bölgedeki gayrimenkul danışmanlarına Akfırat'taki gayrimenkul piyasasının beklenildiği gibi gelişip, gelişmediği ve piyasayı olumsuz olarak etkileyen, koşullar sorulduğunda Empro Gayrimenkul yetkilisi durumu şöyle açıklamıştır “İmar sorunu var burada, bi adam buradan gelip arsa yatırımı yaptığı zaman imar izni varsa bile belediye işleri karmaşılaştığı için burası ayrı belediyeydi şimdi Tuzla'ya bağlandı. Onlardan dolayı bi şekilde inşaat izni alamıyor.Yeni inşaat başlayamıyor şu anda.Karşılıklı açılmış bir sürü dava var, İSKİ-Büyükşehir-buradaki projelerin birbirine açtığı davalar var. Davaların hepsi birbirine girmiş durumda. Olana bakarsak kimse kolay kolay inşaat yapamıyor bu bölgede.Bunun temel nedeni de imar planlarındaki karmaşa. Burada 10.000 civarında villa ruhsatından bahsediliyor fakat mevcutta yapılaşmış 2000 civarında villa var.” (Öltes, 2009).

Ece Gayrimenkul yetkilisi ise yargıya yansıyan usulsüzlüklerin yanı sıra 2009 yılı kriziyle birlikte piyasanın genel koşullarının da bölgede bir resesyon yaşattığını kaydetmektedir: “2008 yılının ortasından itibaren belediye ile alakalı bazı usulsüzlükler olduğu söylendi ve bunların üzerine gidilip mahkemeye tedbir kararları alındı, yargı sürecine başlandı, eski belediye başkanı devlet tarafından içeriye alındı. Bölgedeki yapılaşmaya izin verilmedi, ruhsata izin verilmedi, inşaat izni verilmeyince de bölge ister istemez durdu. Yeni planlar yapılıyor, seçimden sonra Tuzla'ya bağlanacak ve planlamaya açılacak dendi. Bu işlemlerden sonra belirli bi süre sonra tekrar canlanacaktır. Ama şu anda canlanır mı diye sorarsanız ben gayrimenkulcu olarak canlanacağını çok umut etmiyorum. Zaten piyasada şu an arza çok yer var, yeni bir yerin yapılıp arz edilmesi firmanın çok da işine gelmez, doluluk oranı zaten beklenen seviyelerde değil. Bunun nedeni

bölgenin kötü olması değil şu anda insanların ekonomik krizden dolayı paralarını yatırmak istememesi. Bölgenin çıkışı da gayrimenkul piyasası ile ekonomi ne zaman yükselişe geçerse o zaman başlar.” (Şengül, 2009).

Akfırat gayrimenkul piyasasında yaşanan olumsuzluklar bir yana, gayrimenkul danışmanları bölgenin geleceğinden umutlu gözükmektedirler. Bölgeyle ilgili beklentilerin yüksek olmasının temel sebebi ise Akfırat'ın yakın çevresindeki henüz inşaat halinde olan veya planlanmakta olan ve 1/100000 ölçekli Çevre Düzeni Planı'yla garanti altına alınan yatırımlardır. Akfırat Bölgesi'nin geleceğini düşünürken yakın komşuluğundaki iki bölgedeki gelişimleri de yakından izlemek gerekmektedir. Bu bölgelerden birincisi Sabiha Gökçen Havaalanı'nın konumlandığı Akfırat'ın batısındaki Pendik bölgesi, ikincisi ise Akfırat'ın güneybatısında yer alan konut dışı çalışma alanlarının yoğun olarak yer seçmesiyle metropol içinde ayrıcalıklı bir karaktere sahip olan Orhanlı Bölge'sidir. Pendik Bölgesi, havaalanı, fuar alanı ve teknopark alanı gibi gündemde olan yatırımlarla Akfırat Bölge'sine konut ve turizm yatırımlarıyla ilgili yeni fırsatlar sunabilir, Orhanlı Bölgesi ise sahip olduğu organize sanayi bölgesi ve planlanan lojistik bölge gibi konut dışı uzmanlaşmış işlev alanlarıyla Akfırat Bölge'sinin konut piyasasında elini güçlendirecektir. 1/25.000 ölçekli Nazım İmar Planı'nda ise Akfırat Bölgesi'nin vizyonunu “gelişim sürecini hızla yaşayan Akfırat'ta, ekolojik-fiziksel sürdürülebilirliği sağlarken, donatı alanları bakımından Metropoliten Alan'a katkı sağlayabilecek, yüksek standartlarda yeni yaşam alanlarının oluşturulması” olarak tanımlamıştır. Akfırat Bölgesi için yapılan bu vizyon tanımıyla Akfırat'ta gelişim gösteren orta-üst gelir grubuna yönelik konut sunumunun gelecekte de devam etmesi desteklenmiş, donatı alanları (Akfırat Kütüphanesi içinde yeni bir üniversite alanı öngörülmüştür) ve çalışma alanları kapsamında Metropoliten Alan bütününe de katkı sağlayabilecek düzenlemelerin yapılması amaçlanmıştır.

Tez çalışması kapsamında asıl sorulması gereken sorulardan biri de Formula-1 etkinliğinin geleceğinin Akfırat gayrimenkul piyasası üzerine nasıl bir etki yaratacağıdır. Formula-1 etkinliği için biri iyi biri kötü olmak üzere iki senaryo öngörülmüştür.

Kötü senaryo Formula-1 etkinliğinin giderek izleyici kaybetmesi, 2011 yılında grand prix takviminden çıkarılması ve bunun sonucunda Formula-1 pistinin atıl kalarak bir “beyaz fil” e dönüşme olasılığıdır. İyi senaryo ise etkinliğin izleyici sayısının ve

pistte yapılan organizasyon sayısının artmasıyla İstanbul Park'ın kendinden bekleneni karşılaması, pistin çevresi için bir çekim alanı oluşturması ve tüm İstanbul Metroplü için bir “parti alanı”na dönüşme olasılığıdır.

Akfırat Bölgesi için kötü senaryo nasıl değerlendiriliyor diye bakarsak bölgedeki gayrimenkul danışmanlarının üstünde mutabık kaldıkları görüş, Formula-1 pistinin atıl kalmasının Akfırat gayrimenkul piyasası üzerine herhangi bir etkisi olmayacağıdır. Empro Gayrimenkul yetkilisi Formula-1 pistinin bölgedeki misyonunu tamamladığını düşünmektedir “*Şu saatten sonra bölgedeki mülk fiyatlarına ya da arsa fiyatlarına Formula-1 pisti hiç çalışmasa da harabe ve metruk bir yapı haline gelse de etkisi olmaz. Çünkü Formula-1 bu bölgedeki misyonunu tamamladı. Gayrimenkule ve arsa fiyatlarına olacak katkısında. Nasıl tamamladı? Yol bağlantılarını getirdi altyapı bağlantılarını getirdi suyu elektriği doğalgazı getirdi. Bölgenin değerini yükseltti. Bu kimin işine yaradı bilmiyorum tabii...Pist atıl kalır ama bölgeye birşey olmaz. Bölge artık oturdu. Oturmasını sebebi de şu: Ulaşım artık çok rahat.*” (Öltes, 2009).

Akfırat Bölgesi için iyi senaryo nasıl değerlendiriliyor diye baktığımızda, iyi senaryo ile ilgili farklı görüşler ileri sürülmektedir. İyi senaryonun bölgedeki gayrimenkul piyasası için artık bir katkısı olmayacağını savunan, formula-1 pistinin canlanmasıyla bölge için çok daha umutlu senaryolar üreten ve iyi senaryoya daha temkinli yaklaşan bakış açıları mevcuttur. Ece Gayrimenkul yetkilisi iyi senaryoyu değerlendirirken durumu şöyle açıklamıştır “*Formula-1 dolu da olsa boş da olsa gayrimenkule bir etkisi yok. Formula-1’in tamamen Türkiye’ye etkisi var. Formula-1’in bölgeye etkisi olmuştur, bitmiştir, o da altyapıdır, o kadar. Formula-1 o bölgenin özel bi bölge olmasını sağlamıştır. yollara herkesin reklam panosu asamamasını, o yolların temiz olması zorunluluğunu, etrafının çimlendirilmesini yani tertemiz bir bölge olmasını sağlamıştır. Bunu sağlamıştır ve bitirmiştir. Formula-1’in misyonu Akfırat ya da İstanbul’la alakalı değildir, Türkiye ile alakalıdır. Yani Akfırat ya da İstanbul gayrimenkul boyutunda bi etkisi yoktur*”(Şengül, 2009).

Remax Gayrimenkul Danışmanlık’tan yetkilisi ise iyi senaryonun gerçekleşmesiyle birlikte bölgenin daha çok yatırım çekeceğini düşünmektedir “*Formula-1’de işler iyi giderse, iyi seyirci çekmeye başlarsa muhteşem olur. Herşeyden önce Türkiye’ye katkısı çok büyük olur. Akfırat açısından da insanların üç dört gün boyunca sürekli gidip gelmesi bölgenin tanınmasına neden olur ve yatırımları artırır. Yani ben isterim ki, bir sürü site var burada ve sitelerin içinde yaşam alanı var, ama Akfırat’ın hepsi bir yaşam alanı olsun*” (Çelikörs, 2009). Empro Gayrimenkul’dan yetkilisi ise iyi senaryoya biraz daha temkinli yaklaşmaktadır; “*Formula-1’de işler iyi gitti diyelim, popülerlik biraz daha ve hızlı artar. Kira fiyatlarımız yükselir. Ticaret merkezlerinin fiyatları yükselir. Konutla birlikte ticari yatırımlar artar.*” (Öltes,2009)

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma temelde iki konu üzerine odaklanmıştır. İlk bölümde “büyük etkinlik” fenomeni ve bu özel etkinliklerin nasıl etkiler doğurabileceği araştırılmıştır. Tüm bu teorik süreç İstanbul Park Grand Prix örneğinin etkilerinin değerlendirilmesinde yol göstermiştir ve görülmüştür ki aslında İstanbul Park örneği etkinliklerin olumsuz olarak algılanan birçok etkisini ve negatif mirasını bünyesinde barındırmıştır. “Enayi altını mıdır, büyük ikramiye midir” sorusu başlangıçta büyük beklentilerle yola çıkılan fakat birer başarısızlık hikayesine dönüşen bir çok büyük etkinliğin ardından sorulmuş, sürdürülebilirliği sağlanamayan birçok etkinlik için de “beyaz fil” benzetmesi yapılmıştır. İstanbul Grand Prix örneği ardından bu ironik soruyu sormak; İstanbul Park’ı da Siam Kralı’nın kendisine karşı tehdit olarak gördüğü rakiplerine verdiği tamamen sembolik fakat işlevsiz, bakımı ederinden çok daha pahalı olan beyaz file benzetmek için elimizde yeterince kanıt bulunmaktadır.

Büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın motivasyonu şüphesiz şehirden şehire farklılık gösterir. Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapan şehirler incelendiğinde, dünya ölçeğinde rüştünü ve tanınırlığını ispatlayan kentlerin (Atlanta, Sydney veya Paris) jeopolitik itibarla, daha az kalkınmış şehirlerle karşılaştırıldıklarında (Seoul, Barcelona veya Beijing) daha az ilgilendikleri görülmüştür. Tüm bu farklılıklara rağmen tüm şehirler için ortak amacın global sermaye akışını şehre çekebilmek olduğunu söylemek mümkündür. Sonuçlar elbette, bu çalışmanın temel ilgi alanından biri olan gayri menkul piyasası içinde farklılık gösterecektir. Gayrimenkul piyasasını dengeye ulaşımlık ve olgunluk bağlamında değerlendirirsek, Atlanta ve Sydney gibi ekonomileri hizmet sektörüne dayalı şehirler, kongre turizmini ya da bölgesel ve global organizasyonların ofis bazlı aktivitelerini kendilerine çekmeye odaklanırlar. Etkiliğin gayrimenkul piyasası etkileri küçük ve olgunluğa ulaşmamış piyasalarda daha çok hissedilecek ve daha doğrudan olacaktır. İstanbul Grand Prix Etkinliği’nin Akfırat gayrimenkul piyasasına olan etkisini, Akfırat’ın hatta İstanbul’un dengeye ve olgunluğa ulaşmamış gayri menkul piyasaları olduğunu, göz önünde bulundurarak değerlendirmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

İstanbul Grand Prix etkinliğinin etkilerine geçmeden önce büyük bir spor etkinliğinin İstanbul'daki oluşum sürecinin nasıl gerçekleştiği ve bu süreçteki temel sorunların neler olduğu tartışılmalıdır. İstanbul Park Grand Prix, kamu iradesi ile değil, kendilerini bir grup formula sever olarak tanımlayan iş elitinin Formula 1 etkinliğini, Türkiye'ye getirmek istemesi ve merkezi yönetimi bu konuda ikna ederek etkinliğe garantör olmasını sağlaması sonucu gerçekleşmiştir. Bir grup iş elitinin global bir spor etkinliğini teşvik etmesi ve yanına merkezi ve yerel yönetimi paydaş olarak alması sadece Türkiye'de görülen bir olgu değil global ölçekli hemen hemen tüm etkinliklerin ortak özelliğidir. Global etkinlikler çoğunlukla iş elitlerinin desteği veya iş elitlerinin desteğinin özenle seferber edilmesiyle ortaya çıkarlar. Siyasi aktörler de bu elit koalisyonun bir parçası olarak organizasyonun içinde yer alırlar. Bu sürecin en tehlikeli yanı ise etkinliğe ev sahipliği yapmanın halka dayalı demokratik bir karar olması olasılığının nadiren gerçekleşmesidir.

Bir çok gözlemci, büyük etkinliklerin planlanmasından sorumlu olan kurumların kullandığı anti-demokratik yöntemlerin, büyük etkinlikleri nasıl özel sermayenin hizmetine sunduğunu göstermeye yönelik çalışmalar yürütmüştür. Büyük etkinlikler aynı zamanda girişimci şehir politikalarının bir sonucudur. Kentlerdeki bu yeni tip girişimciliğin temel özellikleri; planlama otoritesinin merkezileşme eğiliminin artması, hükümet faaliyetlerinin özelleşmesinin artması, normal planlama gereksinimleri için yapılan çalışmaların gevşemesi, azalan ya da göstermelik olan toplumsal istişare, demokratik prensiplerin tahribi ve kamusal hesap verebilirliğin azalmasını kapsamaktadır. İstanbul Park Grand Prix'in yer seçimi özel sektörün yönlendirmesiyle gerçekleşmiş, plan kararları ise tamamen merkezi yönetimin iradesiyle alınmıştır.

Sivil toplum örgütlerinin ve meslek odalarının tüm uyarılarına ve yargıya kadar giden itirazlarına rağmen İstanbul Park Grand Prix'in "Orman Alanı" ve "Su Havzası" içinde yapılmasına, "ÇED raporu gereksizdir" belgesi alınarak, karar verilmiştir. Kamusal bir uzlaşuya varılmadan alınan bu karar İstanbul bütününde TEM otoyolunun kuzeyinde kalan orman ve su havzalarının planlı olarak tahribi konusunda yeni bir tartışma başlatmıştır.

Şehirlerin büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmayı istemeleri için çok çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenler içinde en ilgi çekici olanı ve itibar göreni ise büyük etkinliklerin, ekonomik etki çalışmaları tarafından büyük bir “talih kuşu” olarak öngörölmeleridir. Bu ekonomik etkinin kenti etkinlik için ziyaret edecek turistler aracılığıyla yaratılacağı düşünölür.Elbette, Formula 1 Grand Prix’i gibi büyük spor etkinlikleri ve turizm arasında bir ilişki vardır. Fakat turizmle ilgili artan büyüme oranları, etkinliğin turizm için etkili olduğu süre, getireceğı turist sayısı ve buna bağılı olarak yaratacağı ekonomik fayda büyütölmüş rakamlarla açıklanır. Global etkinliklerle ilgili literatür incelemeleri büyük spor etkinliklerin artık temel bir endüstri ve ev sahibi ölkenin, bölgenin ya da şehrin ekonomisinin gelişmesinde bir araç olduğunu ortaya koyar ama bir çekince de içerir, sonuç her zaman istenildiğı gibi olamayabilir.

Sporun artık global bir ticari faaliyet alanı haline gelmesi, büyük spor etkinlikleri sahiplerinin, muhtemel ev sahibi ölkeler arasında fiyat arttırma savaşları yaratılmasında, ellerini güçlendirir. Teklif edilen parayı ödemek için yerel organizatörler etkinliğin yaratacağı dolaylı ekonomik faydalara da vurgu yaparak, kamu fonlarının tahsisi için harekete geçerler. Fakat bu motivasyon, çok nadir olarak, iddia edilen faydaları kanıtlamak için hazırlanacak detaylı ve bağımsız bir ekonomik etki analiziyle birlikte sağlanır.

İstanbul Park Grand Prix örneğinde de, etkinliğin taraflarınca, gelecek turist sayısı ve etkinliğin yaratacağı ekonomik fayda abartılarak kamuoyunda büyük bir beklenti yaratılmış böylece kamunun etkinlik için sağlayacağı fonlar meşrulaştırılmaya çalışılmıştır. Fakat bu iyimser rakamlar, hiçbir şekilde etkinlik öncesi yapılması gereken kapsamlı bir ekonomik etki analizinin ya da risk oranı analizinin sonucunda üretilmemiştir. Etkinliğe beyaz fil projelerinde sık rastlanan “biz yaparız, gelirler” anlayışı hakim olmuştur. Etkinliğin yapıldığı ilk yıl hariç beklenen turist sayısına kesinlikle ulaşılammış dolayısıyla etkinlikten beklenen ekonomik etki öngörölenin çok daha altında gerçekleşmiştir.

İstanbul Park Grand Prix örneğinde literatürde etkinliğin sürdürülebilirliğinin sağlanması için en büyük tehlikelerden biri olarak görölen “beyaz fil” sendromu tespit edilmiştir. “Beyaz fil” deyimi ile, büyük etkinliklerle gelmesi beklenen büyük kalabalıklar için planlanan gereğinden fazla büyük mekanlar ve tesisler ifade edilmektedir. Beyaz filler; uzun dönemli kentsel politikalar içerisine oturtulmak ya

da yerel halkın kültürel ve sportif tesisler alanındaki ihtiyaçlarını karşılamak yerine, yerel ekonomik gücü ve mühendislik yeteneğini sergilenmek üzere tasarlanmaktadırlar. Bu tür tesisler çevresel, fiziksel, sosyal ve finansal sürdürülebilirliği sağlamanın çok uzağındadır. İstanbul Park, hiçbir çevresel kaygı taşımadan “Orman Alanı” ve “Havza Alanı” içerisinde inşa edilmiştir. Fiziksel olarak gereğinden çok daha büyük inşa edilmiş ve böylece bakım maliyetleri çok yükselmiştir. Sosyal olarak, kullanım sıklığı Grand Prix etkinliği hariç çok sınırlıdır ve toplum içinde eşit dağılmamıştır. Finansal olarak İstanbul Park’ın kamuya maliyeti çok büyüktür fakat bu maliyeti karşılaması düşünülen katılım düzeyini oluşturabilmekte başarısız olmuştur, kapasitenin çok daha altında kullanılmaktadır. Ayrıca inşaat maliyetleri orijinal maliyeti oldukça aşmış, yapılan yatırımın geri dönüşünü imkansız hale getirmiştir.

Bugüne kadar olumlu bir miras bırakmayı başaramayan büyük etkinlikler, kamu kaynaklarının kullanımını haklı çıkartamamış, kamu için yarar sağladığını gösteren bir kanıt oluşturamamıştır. İstanbul Park Grand Prix örneğinde de görüldüğü gibi toplumda etkinlik savunucularının sayısı işler kötüye gittikçe azalmış, gelecek etkinlikler içinse sinerji ve motivasyon sağlama olasılığı oldukça düşmüştür.

Büyük etkinliklerle ilgili literatür çalışmaları genelde etkinliğin ekonomik etkileri üzerine odaklanmış ise de büyük bir etkinliğin asıl uzun dönemli etkisi kentsel gelişim formu üzerinde yarattığı olumlu ve olumsuz etkilerdir. Etkinliğe ev sahipliği yapmak kentsel arazi üzerinde yeni gereksinimler ve gayrimenkul piyasasında yeni arzlar oluşturduğu için, etkinliğin odağında kentsel yapılı çevrenin dönüşümü vardır. Büyük etkinliklerin sebep olduğu kentsel değişim baskıları, çevrede etkin olan gayrimenkul piyasasının aracılığı ile artar. Aslında, sadece fizik yapılı çevre değil, bu yapılı çevrenin yaratılma, şekillendirilme ve pazarlanmasında da gayrimenkul piyasası göz ardı edilmemelidir. Literatürde büyük etkinliklerin kentsel yeniden gelişim üzerine etkilerine yer verilmişse de özel olarak büyük etkinliklerin gayrimenkul piyasası üzerindeki etkilerini araştıran çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmanın ikinci bölümünde literatürdeki bu boşluk üzerine odaklanılmış, İstanbul Park Grand Prix etkinliğinin Akfırat Bölgesi’nin kentsel alan kullanımını nasıl değiştirdiği ve etkinliğin gayrimenkul sektörü üzerine olan doğrudan ve dolaylı etkileri etkileri araştırılmıştır.

Büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın uzun dönemli etkisi altyapı yatırımları ve çevresel iyileştirmelerle kentsel gelişim dokusunu etkileme fırsatının yakalanmasıdır. Literatür araştırmalarında da görüleceği gibi işlevsizleşmiş, köhnemiş, itibar kaybetmiş alanların yeniden canlandırılması için etkinliklerden faydalanmak, kentsel yeniden canlandırma projelerinde etkinliği bir kaldıraç olarak kullanmak yaygın bir stratejidir. Etkinliklerden sağlanacak başka temel bir fayda da etkinlikleri yeni kentsel altyapı projelerini hayata geçirmek için kullanmak ya da kentsel problemleri çözmek için planlanmış projelerin yapımını etkinlik sebebiyle hızlandırmak, tarihlerini öne almaktır. Yaygın dünya örneklerinin aksine İstanbul Park Grand Prix etkinliğinin gerçekleştiği Akfırat Bölgesi ise ne köhnemiş ne itibar kaybetmiş ne de acil altyapı projeleriyle gelişiminin desteklenmesi istenen bir bölgedir, çünkü Akfırat Bölgesi bir havza yerleşmesidir ve havza içi yapılaşmalar İstanbul Metropolü'nün çevresel olarak en büyük problemlerinden birini teşkil etmektedir. İstanbul Park Grand Prix örneğinde, etkinlik kentsel bir problemi çözmek yerine, havza alanı üzerindeki yapılaşma baskısını getirdiği altyapı yatırımlarıyla artırmış, kendisi problemin bir parçası haline gelmiştir. Etkinlikle getirilen altyapı yatırımları, özellikle ulaşım yatırımları ne kentsel bir problemin çözülmesi için acilen hayata geçirilmesi hedeflenen yatırımlardır ne de kentin stratejik gelişiminde yer alan fakat kaynakların azlığından ötürü ötelenmiş yatırımlardır. Bu yatırımların kentin bütününe hizmet etmemesi ve stratejik bir planın parçası olmaması etkinliğin faydalarını minimize eden yaklaşımlardan biridir.

Büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın gayrimenkul piyasası üzerine çeşitli ve önemli etkileri olur fakat bu etkiler çoğunlukla dolaylıdır ve uzun bir zaman periyodunda deneyimlenirler. Doğrudan ve kısa dönemli etkiler genelde otel piyasası ve turizm sektörü üzerinde yoğunlaşır. Büyük etkinliklerin gayrimenkul piyasası üzerine dolaylı etkileri imaj – tanıtım gibi motivasyonlar sonucu ortaya çıkar. Etkinliğe ev sahipliği yapmanın gayrimenkul sektörü üzerindeki doğrudan etkisi piyasanın ölçeğine ve doygunluğuna bağlıdır. İstanbul Grand Prix'in Akfırat gayrimenkul piyasası üzerindeki etkisi beklenenin aksine turizm sektöründe değil konut sektöründe görülmüştür. Büyük etkinliklerin konut piyasasına iki temel etkisi vardır. Birincisi kent içinde belli bölgelerde kiralarda ve fiyatlarda kısa dönemli ani yükselmeler (balon etkisi) yaratır. Daha uzun dönemli etkisi ise, etkinlik çevresinde yeni bölgeler yaratması ve konut stoğunun kalitesini yükseltmesidir. Akfırat

Bölgesi’nde bu iki temel etki de görülmüştür. Birinci olarak etkinliğe il ev sahipliği yapılan 2005 yılını içeren 2004-2006 döneminde bölgedeki fiyatlar ani bir artış göstermiş bu artış normalin ve beklenenin çok daha üstünde bir seyir izleyerek bölgede bir rant etkisi yaratmıştır. İkinci olarak bölge Anadolu yakasında üst sınıfların yer seçtiği, korunaklı villa projeleriyle kendini pazarlayan yeni özellikli bir yerleşim merkezi haline gelmiştir, bu da elbette konut stoğundaki kaliteyi yükseltmiştir. İstanbul Grnad Prix Etkinliği bu etkileri nasıl sağladı diye bakarsak en önemli ve doğrudan etki etkinlik nedeniyle bölgeye kazandırılan ulaşım altyapısıdır. Konut projelerinin ezici bir çoğunluğu Formula 1 bağlantı yollarının etrafında geliştirilmiş vebölgede adeta bir “formula koridoru” oluşmuştur. Tanınırlık ve imaj gibi dolaylı etkilerden de konut piyasasının oldukça faydalandığı gerçekleştirilen mülakatlarda ortaya çıkmıştır. Geliştirilen projelerin isimlerinden de İstanbul Park pistini referans alan lokasyon tanımlamalarından da İstanbul Park Grand Prix’inin yarattığı tanınırlık etkisinin Akfırat Bölgesi gayrimenkul piyasasında nasıl bir pazarlama aracına dönüştüğü açıkça görülür.

Büyük bir etkinliğin gayrimenkul piyasasının gelişimi için yeni fırsatlar sunması doğal ve birçok yönden faydalı bir süreçtir. Asıl sorun ise nitelikleri gereği geçici ya da kısa vadeli olan bir etkinliğin ev sahibi şehre uzun vadede nasıl kazanç sağlayabileceğine ilişkindir. Bu köklü sorun nedeniyle büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın kentsel değişim üzerine etkisi hakkındaki yargılar, genellikle tartışmalıdır.Etkinliklerin düzenleneceği yerin seçimi de, elde edilecek karı büyük ölçüde belirler. Büyük etkinliklerin yer seçiminde, uzun vadeli kentsel yeniden yapılanma bakımından ev sahibi şehrin kazanımları gözetilmelidir. Yerel ekonomideki mevcut sorunlar dikkate alınarak yer seçiminde bulunulmalıdır. Seçilen yerdeki yapılanmanın şehrin kurulu düzenine zarar vermeyeceği ve yeni ekonomik sorunlara neden olmayacağı güvence altına alınmalıdır.

Akfırat Bölgesi’ndeki yatırımlar kentsel bir stratejinin parçası olmayan belde belediyelerinin ivedilikle hazırladıkları yasal planlarla hayata geçmiştir. Fakat bu planların itirazlar sonucu ilgili mahkemelerce iptal edilmesi, havza yerleşimine uygun olmayan ve üstün kamu yararını gözetmeyen planlar olarak değerlendirilmesi sonucu şu an ilçe belediyesince bölgede yapılacak hiç bir projeye izin verilmemektedir. Kısa zaman içerisinde bölgenin bu kadar hızlı gelişmesi fakat sonrasında yatırımların durma noktasına gelmesi, bölgenin gelişim sürecinde politik

etkilerin ne denli ağır bastığının bir göstergesidir. Etkinlik yoluyla kazanılmak istenen, yerel kamu otoritesinin kendi eliyle dağıttığı kentsel rant, etkinlik faydalarını minimize eden bir diğer önemli sorun olarak kaşımıza çıkmaktadır.

Büyük etkinlikler düzenleyerek kentlerin kendilerini uluslar arası arenada tanıtması bir trend haline gelmektedir. Fakat büyük etkinliklere ev sahipliği yapan tüm kentlerin başarıya ulaştıklarını söyleyemeyiz; görüldüğü gibi gereksinim duyulan tesislerin ölçeği her geçen gün büyümekte ve daha fazla kaynak tüketimine sebep olmaktadır. Bu tesisler eğer dikkatlice planlanmazlarsa, etkinlik sonrasında geriye beyaz filler kalmakta üstelik şehirlerin üstüne istenmeyen finansal yükler binmektedir. Barcelona hikayesi Olimpiyat Oyunları gibi büyük bir etkinliğin beklenenin aksine ekonomi üzerinde acilen pozitif bir etki yaratılmasının gerekli olmadığını anlatır. Bununla beraber stratejik olarak etkinlik mekanlarının inşasını planlayan ve altyapısını iyileştiren ev sahibi şehirler kentsel yeniden canlandırma projelerini hayata geçirerek efsanevi bir etki yaratabilirler. Barcelona örneğinde, bir çok kentsel proje planlı olarak Olimpiyatlarla birlikte başlatıldı. Tüm bu yeniden canlandırma projeleri günümüze kadar taşındı; geliştirilen kıyı bandı genç neslin en çok vakit geçirdiği popüler mekanlardan biri haline geldi; şehrin çevresinde oluşturulan ring yol hala ana ulaşım aksı olarak işlev görmekte; inşaa edilen spor tesisleri ise yerel halk tarafından sürekli kullanılmaktadır.

Bütün büyük etkinlikler, kentin tamamında görsel bir fark yaratmayabilirler fakat kentsel yeniden canlanmanın sürekliliğini sağlamada fırsatlar sunarlar. Barcelona Forum 2004 etkinliğine ev sahipliği yaptığı sırada Barcelona ve Sant Andria de Base arasındaki kıyı bandında da yeni bir kompleks inşa ederek de kentsel bir efsane yarattı. Barcelona kentsel tasarım ve planlamayı yer pazarlama için sistematik bir yöntem olarak kullanarak, imajını sönük bir endüstri şehriden iş ve eğlence için dinamik bir buluşma yerine doğru değiştirdi.

İstanbul Grand Prix örneğinin büyük etkinlik olarak ele alınışı, gelişim süreci, ekonomik etkileri, kentsel makroforma ve gayrimenkul gelişimine etkilerinin değerlendirildiği tez, konu ile ilgili önemli bulguları ortaya koymaktadır. Özellikle etkinliğin ortaya çıkardığı ve yukarıda özetlenen olumsuzluklara karşı izlenmesi gereken yol konusunda öneriler getirilmektedir.

Stratejik planlama anlayışının benimsenmesi

İstanbul'un Formula 1 etkinliğine ev sahipliği yapması aday olma sürecinden itibaren, fayda ve maliyetlerin hesaplandığı ya da derin bir araştırmayı içeren esaslı bir stratejik plan üzerine dayandırılmadı. Global ölçekli böyle bir etkinlikte idare-i maslahat bir planlama anlayışının benimsenmesi yer seçimi kararından finansal yetersizliğe kadar kriz olarak tarif edilen bir çok sorunun yaşanmasına sebebiyet verdi. Kentin turizm ve kentsel gelişmeyle stratejik olarak ilişki kurmadığı büyük bir etkinliğe ev sahipliği yapması şehrin planlı gelişimi üzerinde etkili olacak fırsatların kaçırılmasına sebep oldu.

Geniş katılım ve kamunun anahtar rolü

Büyük etkinlikler çoğunlukla başarıya yönelik farklı kriterleri ve farklı amaçları olan ulusal ve uluslar arası girişimciler tarafından organize edilir. Etkinlik içinde yer alan çıkar gruplarının da etkinlik içerisinde yer alma motivasyonları ve etkinlik için tahayyülleri farklıdır. Daha da fazlası bir etkinliğe ev sahipliği yapmak için gerekli olan projeleri yürüten organizasyonların bir çoğu, bir çok konuda fikir ve amaç çatışmasına sahne olabilen kamu-özel ortaklıklarıdır. Kamu ve özel sektör farklı doğaları ve sorumlu oldukları farklı çıkar grupları olduğu için etkinliğin değerlendirilmesinde, başarı ölçütlerinin belirlenmesinde farklı paradigmalara sahip olabilirler. Aynı şekilde etkinliğin başarısızlığını tanımlarken de etkinliği değerlendirmede farklı ölçütlere sahip oldukları için, başarısızlığın nedenlerini araştırırken de çözümsüz kalabilirler. İstanbul Park Grand Prix örneği, İTO ve TOBB gibi sermayeyi temsil eden kuruluşlarla birlikte kamu yararının üstünlüğü ilkesiyle hizmet vermesi gereken İ.B.B ve İl Özel İdaresi gibi kamu kurumlarının ortaklığıyla gerçekleştirilen bir etkinlik oldu. Kamunun etkinlik tesislerinin yapımı için aktardığı sermaye diğer kurumlarla karşılaştırıldığında düşük gibi gözükse de, etkinlik için gerekli altyapının oluşturulması ve etkinliğin garantörlüğünün üstlenilmesi hesaba katıldığında, İstanbul Park Grand Prix Etkinliği'nin en önemli paydaşıydı. Fakat kamunun etkinlik içindeki rolü, etkinliğin aciliyet söylemiyle ortaya çıkan sorunları çözmekten öteye gidemedi; acilen plan yapılması gerekiyordu; acilen ruhsat alınması gerekiyordu; acilen etkinlik tesislerinin ve altyapının bitirilmesi gerekiyordu. Tüm bu aciliyet söylemi içinde ise yeterli toplumsal istişare gerçekleşmedi, özünde etkinliğin kendisine yönelik olmaktan çok etkinlik alanının yerseçimi ile oluşan toplumsal muhalefet dikkate alınmak bir yana, muhalefetin “gelişme”ye karşı olduğu görüşü

kamuoyuna empoze edilmeye çalışıldı. Kamuoyu ise maliyeti bu denli yüksek bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın aslında “büyük bir risk” taşıdığı konusunda bilgilendirilmedi. Kamu, en önemli görevi olan etkinliğin meşruiyetini kanıtlamak, hesap verebilirlik araçlarının tanımını yapmak ya da denetimini gerçekleştirmek konusunda başarısız oldu. Kamunun anahtar rolü için üstüne düşenler;

- Etkinliğin fırsat maliyetini araştırmalı, benzer amaçlı diğer alternatif projelerle karşılaştırılmalıdır.Örneğin Formula 1 Grand Prix etkinliği ile ülkenin dünya çapında tanıtımının artırılması amaçlanıyorsa, bu etkinlik tüm dünya örneklerinde görülen alternatif tanıtım kampanyalarıyla karşılaştırılmalıdır.
- Kamu, etkinliğin kentin stratejik gelişimine ve kentsel politikalarına entegre edilmesinde yönlendirici ve yol gösterici olmalıdır.
- Etkinlik öncesi ve etkinlik sonrası etkinlik etkilerinin araştırılmasını ve izlenmesini sağlayacak bir program oluşturulmalıdır. Böyle bir programın eksikliği etkinlik için yapılan yatırımların turizm ve şehir geliştirme stratejileri üzerindeki verimliliğinin değerlendirilmesini olanaksız kılar. Böyle bir programın varlığı ise etkinliğe yerel halk, politikacı ya da medyadan gelen eleştirilere cevap verilebilmesi için bir dayanak sağlar.
- Etkinlik faydalarının eşitsiz dağıtılmasını önlemek, etkinlik için izlenen yol haritasında, yeni tip kentsel girişimciliğin değil kamu yararının ve kamusal hesap verebilirliğin şiar edinilmesi sağlanmalıdır.
- Etkinlik planlaması ve kararlarının oluşturulmasında geniş tabanlı katılımın sağlanması için zemin oluşturulmalıdır.

Etkinliğin beyaz fil projelerine dönüşmemesi için alınması gereken tedbirler

"Büyük" ve "sembolik" projeler için duyulan heves, Olimpiyat Oyunları, Formula-1 yarışları gibi belli başlı etkinlikler için birbirleriyle yarışan şehir ve ülkelerin dahil olduğu etkinlik endüstrisine de yayılmıştır.

- Öncelikle proje konseptinin belirlenmesi aşamasında tüm hissedarlar arasında projenin ticari gereksinimleri (ihtiyaç) tespit edilmeli ve karar birliğine varılmalıdır. Birçok kötü yönetilmiş olan kamusal projenin kökeninde bu uyumsuzluk yer almaktadır. Ticari gereksinim, politik gereksinimden kesin bir

şekilde ayrılarak herhangi bir planlama yapılmadan önce bu konuda hissedarlar arasında fikir birliğine varılmalıdır. Güçlü bir ticari gereksinim (ihtiyacın) üstünde anlaşılamadığında ya da karar verilemediğinde, karar mercii projenin ilerlemesine direnmeli fakat alternatifleri de araştırmalıdır. Her zaman geçerli alternatiflerden birisinin de "yapmamak" olduğu unutulmamalıdır.

- İkinci olarak, proje yönetimi yapısını oluştururken, proje sponsoru (genellikle bireysel olarak politikacılar ya da o dönemki hükümet) ile proje yönetmeni/müdürü arasındaki ayrım kesin olarak yapılmalıdır. Proje sponsorunun rolü, projeyi yönetmek değil proje yönetim organizasyonuna politik ve diğer destekleri sağlamaktır. Proje sponsoru bir proje sözleşmesi hazırlamalı ve sözleşme içinde proje yönetmeni için maliyet, zaman ve performans adına sorumluluklar atamalıdır.
- Üçüncü olarak, proje amaçlarının nasıl başarılacağı konusunda gerekli kararların alınabilmesinin sağlanması için proje tanımı ve planlamasına özellikle dikkat edilmelidir. Plan aceleye getirilmemelidir. Planlama için harcanan ek zaman dışarıdan proje için birşeyler yapılmadığı görüntüsü verebilir ancak kontratların en iyi şekilde hazırlanmasına, teknik olarak kompleks projelerle nasıl başa çıkılacağına ve riskin nasıl tanımlanıp incelenerek yönetilceğine karar verilmesine olanak sağlar.
- Beklentiler fazla iyimser değil tanımlı ve net olmalıdır.
- Proje arz değil talep kaynaklı olmalıdır.
- Etkinliğin amaçlarının net olarak ortaya konması, etkinlikten ekonomik bir beklenti varsa, etkinlik “ticari vaka” (business case) olarak değerlendirilmelidir.
- Projenin başarı kriterlerinin ne olduğuna proje hayata geçirildikten sonra değil stratejik planlama aşamasında karar verilmelidir.

Kentsel gelişimin ve gayrimenkul sektörünün daha sağlıklı işleyebilmesi için yapılması gerekenler;

- Gayri menkul sektörünün ve kentsel gelişimin etkinlikten fayda sağlayabilmesi için, etkinliğin “yer seçim” kararı büyük önem taşımaktadır. Etkinlik için seçilen “yer” kent içinde stratejik bir planın parçası olarak geliştirilmek istenen ve altyapı yatırımlarının özellikle ulaşım altyapısının eksiklerinin tamamlanması arzu edilen bir bölgeye ya da kentsel yeniden canlandırma projesinin bir parçasını oluşturuyorsa, gayrimenkul piyasasına büyüklük ve çeşitlilik açısından faydası daha çok olacaktır.
- Birçok şehir etkinlik için yapılan tesislerden tam olarak yararlanmaz ve bu tesislerin tüm bakım maliyetlerini karşılayamaz. Bu nedenle etkinlik sonrası kullanım stratejilerinin belirlenmesi potansiyel bir kazançtır.
- Belirgin bir bölgenin etkinlik sonrası şehir içindeki değerinin yükselmesi, bölgedeki arazilerin ve gayrimenkullerin fiyatlarının artması doğaldır. Etkinlik için gerçekleştirilen altyapı yatırımları, yeni yerleşim yerlerinin imara açılmasına ve kalkınmasına hizmet ederken, gayri menkul piyasasında spekülasyona ve belirli çıkar gruplarının etkinlikten rant elde etmesine olanak vermemelidir. Eğer bu denge korunmazsa, etkinliğin kim için ve neden yapıldığı sorusu kamuoyunda tartışma yaratacak ve kamunun adalet algısı incineceği için etkinliğin meşruiyeti sorgulanacaktır.
- Etkinliğin uluslar arası arenada katılımcıların, izleyicilerin, organizatörlerin ve medyanın beğenisini toplamış, başarılı bir etkinlik olarak algılanması uluslar arası yatırımcı ilgisini ve iş ilişkilerinin gelişimini artırıcı bir etki yaratacaktır.
- Gayrimenkul sektöründe potansiyel faydaları maksimize etmek için, etkinlik için iyi tasarlanmış bir stratejinin parçası olarak etkinlik sonrası yer pazarlama politikaları da planlamaya dahil edilmelidir.

KAYNAKLAR

- Andranovich, G., Burbank, M., Heying, C.,** 2001. Olympic Cities: Lessons Learned from Mega-Event Politics. *Journal of Urban Affairs* 23 (2), 113-131.
- Arnold, A.,** 1986. *The impact of the Grand prix on the transport sector.* The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event, 58-81. The Centre for South Australian Economic Studies, Adelaide.
- Audit Review,** 2000. *Government Contracts, Contracting, Privatisation, Probity & Disclosure In Victoria 1992-1999.* 19 Haziran 2009'da indirildi. http://www.dpc.vic.gov.au/auditreview/2_Case.pdf.
- Baade, R., Matheson, V.,** 2002. *Bidding for the Olympics: Fool's Gold?* Transatlantic Sport: The Comparative Economics of North American and European Sports, Cheltenham: Edward Elgar.
- Barclay, J.,** 2009. Predicting the Costs and Benefits of Mega-Sporting Events: Misjudgement of Olympic Proportions?. *Economic Affairs*, 29 (2), 62-66.
- Barget, E., Gouguet, J. J.,** 2007. The total economic value of sporting events theory and practice. *Journal of Sport Economics*, 8(4), 168-182.
- Barnes, W. R., Ledebur, L. C.,** 1998. *The new regional economies: The US common market and the global economy.* Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bayındır T.,** 2009. Kişisel görüşme, 13.08.2009.
- Bishop, G., Hatch, J.,** 1986. *The impact of the Grand Prix on accomodation sector.* The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event, 82-94. The Centre for South Australian Economic Studies, Adelaide.
- Botella, J.,** 1995. *Political Games: agents and strategies on the 1992 Barcelona Olympic Games.* Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. 27 Haziran 2009'da indirildi. http://www.recercat.net/bitstream/2072/5300/10/WP042_eng.pdf.
- Bourdieu, P.,** 1998. The Olympics-An Agenda for Analysis in P. Bourdieu. *On Television and Journalism.* London: Pluto s. 79-82.
- Bryman, A.,** 2004. *The Disneyization of Society* London: Sage.
- Burns, J. P. A., Mules, T. J.,** 1986. *The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event.* The Centre for South Australian Economic Studies, Adelaide.
- Cansen, E.,** 2009 Kişisel görüşme, 15.08.2009.
- Caraley, D.,** 1992. Washington abandons the cities. *Political Science Quarterly*, 107(1), 1-30.

- Carriere, J. P., Demaziere, C.,** 2002. Urban Planning and Flagship Development Projects: Lessons from EXPO 98, Lisbon. *Planning Practice & Research*, 17, 69-79.
- Chapin, T.,** 2002. *Identifying the Real Costs and Benefits of Sports Facilities*. Lincoln Institute of Land Policy Working Paper.
- Cherubini S., Iasevoli G.,** 2006. *Stakeholders event evaluation. The Notte Bianca case study*. Marketing Trend in Europe conference, Cà Foscari University, Venice.
- Clarke, S. E., & Gaile, G. L.,** 1998. *The work of cities*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Collantine, K.,** 2009. *Where the money goes in F1*. 17 Mayıs 2009'da indirildi. <http://www.f1fanatic.co.uk/2009/03/02/where-the-money-goes-in-f1/>.
- Collins, A.,** 2009. Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options?, *Tourism Management*.
- Constantino, S.,** 2005, *Relationship Marketing in Australian Professional Sport: An Organisational Perspective*, Griffith University. 12 Haziran 2009'da indirildi. <http://www4.gu.edu.au:8080/adt-root/uploads/approved/adt-QGU20090522.165115/public/01Front.pdf>.
- Crompton, J. L.,** 1995. Economic impact analysis of sport facilities and events: Eleven sources of misapplication. *Journal of Sport Management*, 9(1), 14-35.
- Crompton, J. L.,** 2001. *Public subsidies to Professional team sport facilities in the USA*. Sports in the City, 16-33. Routledge, London.
- Çelikörs, B.,** 2009. Kişisel görüşme, 10.07.2009.
- Darcy, E.,** 2006. International sporting events as triggers of urban restructuring and property market change: Some recent evidence from three European Cities. *12th Annual Conference of the Pacific Rim Real Estate Society. Auckland, New Zealand*.
- Darcy, E., Keogh, G.,** 1997. Towards a Property Market Paradigm of Urban Change. *Environment and Planning A*, 29. 685-706.
- Darcy, E., Keogh, G.,** 1998. Territorial competition and property market process: an exploratory analysis. *Urban Studies*, 35. 1215-1230.
- Darcy E., Keogh, G.,** 1999. The property market and urban competitiveness: A Review. *Urban Studies*, 36. 917-928.
- Dündar, Ş. G., Özkelle, D.,** (2007). Yüzyılın yarışında son dönem "Expo" ve "İzmir". *Ege Mimarlık*, 2-61.
- Eisinger, P. K.,** 1988. *The rise of the entrepreneurial state: State and local economic development policy in the United States*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- Erten, S., Özfiliz, S.,** 2006. Stadium construction and sustainability: The review of mega-event stadiums (1990-2012). *International CIB endorsed METU postgraduate conference. Ankara (Türkiye)*.

- Essex, S., Chalkley, B., 1999.** Urban development through hosting international events: a history of the Olympic Games. *Planning Perspectives*, 19, 369-394.
- Essex, S., Chalkley, B., 2004.** Mega-sporting events in urban and regional policy: a history of the Winter Olympics. *Planning Perspectives* 19, 201-204.
- Faulkner, B., 1993.** *Evaluating the Tourism Impact of Hallmark Events*. Occasional Paper No. 16. Canberra: Bureau of Tourism Research.
- Featherstone, M., 1991.** *Consumer, Culture and Postmodernism*. London: Sage
- Fry, E. H., 1995.** North American municipalities and their involvement in the global economy. In P. K. Kresl & G. Gappert (Eds.), *North American cities and the global economy* (pp. 21-44). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fredline, E., 2005.** Host and guest relations and sport tourism. *Sport, Culture and Society*, 8(2), 263–279.
- Furrer, P., 2002.** Sustainable Olympic Games: A dream or reality?. *Boletín de la Societa Geografica Italiana*. serie XII, Vol 7.
- Getz, D., 2005.** *Festivals, special events and tourism*. New York: Van Nostrand.
- Getz, D., Carlsen, J., Soutar, G., 2000.** Towards standardized event impact evaluations. *Conference paper presented to the Convention and Expo Summit VIII*, Las Vegas: unpublished.
- Glendenning, M., 2007.** Aspects of Albert Park. *Atlas F1*, 7 (7). 11 Haziran 2009'da indirildi. <http://atlasf1.autosport.com/2001/feb14/glendenning.html>
- Goad, P., 2009.** Kişisel görüşme.
- Gold, J., Ward, S., 1994.** *Place Promotion: The use of publicity and marketing to sell towns and regions*. John Wiley and Sons Ltd, Chichester.
- Gottdiener, M., 1997.** *The Theming of America*. New York: Westview Press.
- Gökler, I., 2008.** *Aile Kuramı Ders Notları*, Maltepe Üniversitesi.
- Gratton, C., Dobson, N., Shibli, S., 2001.** *The role of major sports events in the economic regeneration of cities*. *Sports in the City*, 36-45. Routledge, London.
- Grantham, G., 2009.** Capital gains? Olympic impacts on London's property market. *Locum Destination Review*, 28-30. 12 Haziran 2009 tarihinde indirildi. <http://www.locumconsulting.com/pdf/LDR18-CapitalGains.pdf>.
- Griffiths, J., 2004.** *The case that will decide Formula One's future*. 19 Mayıs 2009'da indirildi. <http://www.ft.com/cms/s/2/96acae14-3c83-11d9-bb7b-000000e2511c8.html>.
- Gruneau, R., 2002.** In M. Lowes *Indy Dreams and Urban Nightmares* Toronto: Toronto University Press, pp. ix–xii.
- Güçlü, C., 2009,** Kişisel görüşme, 13.07.2009.
- Gündoğın, F., 2009,** Kişisel görüşme, 14.07.2009.
- Haila, A., 1999.** Why is Shanghai building a giant speculative property bubble? *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(3), 583-588.

- Hall, C. M.**, 1989. The definition and analysis of hallmark tourist events. *GeoJournal*, 19(3), 263-268.
- Hall, C. M.**, 1992. *Hallmark Tirist Events: Impacts, Management and Planning*. London: Belhaven Press
- Hall, C. M.**, 1997. Geography, Marketing and The Selling of Places. *Journal of Marketing Management*, vol. 97, 61-84.
- Hannigan, J.** 1998. *Fantasy city: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. New York: Routledge.
- Harvey, D.**, 1989. *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwell.
- Higham, J.**, 1999. Sport as an avenue of tourism development: an analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82–90.
- Higham, J.**, 2005. *Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis*. Elsevier Butterworth Heinemann, Amsterdam
- Hiller, H.**, 1998. Assessing the Impact of Mega-Events: A Linkage Model, *Current Issues in Tourism*, 1(1), 47-57.
- Hiller, H.**, 2000. Mega-events, urban boosterism and growth strategies: An analysis of the objectives and legitimations of the Cape Town 2004 Olympic bid. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24, 439-458.
- Holcomb, B.**, 1999. *Marketing cities for tourism*. The tourist city (pp. 54-70). New Haven, CT: Yale University Press.
- Horne, J., Manzenreiter, W.**, 2006. *An introduction to the sociology of sports mega-events*. Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon. Oxford: Blackwell Publishers.
- Hubbard, P., Hall, T.**, 1998, *The entrepreneurial city and the 'new urban politics'*, in Hall, T., Hubbard, P. (Eds), *The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regimes and Representations*, John Wiley & Sons, Chichester, pp.1-23.
- Hudson, I.**, 2001. The use and misuse of economic impact analysis: The case of Professional sports. *Journal of Sport and Social Issues*, 25(1), 20–39.
- Institute for Environmental Studies**, 1995. *Guidelines and Principles for Social Impact Assessment*, *Environmental Impact Assessment Review*, 15, 11-43.
- Johnson, A. Sack, A.**, 1996. Assessing the value of sports facilities: The importance of Noneconomic factors. *Economic Development Quarterly*, 10(4), 369–381.
- Jones, C.**, 2001. Mega-events and host–region impacts: Determining the true worth of the 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*, 3, 241-251.
- Judd, D. R.**, 1999. *Constructing the tourist bubble*. The tourist city (pp. 35-53). New Haven, CT: Yale University Press.

- Judd, D. R., Fainstein, S. S.,** 1999. *The tourist city*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Kanin, D.,** 1981. *A Political History of the Olympic Games*. Colorado: Westview Press.
- Kotler, P.,** 1994. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 8th edn. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Landry, C.,** 2000. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Law, C. M.,** 1993. *Urban tourism: Attracting visitors to large cities*. New York: Mansell.
- Law, C. M.,** 1994. *Urban Tourism*. London: Mansell.
- Lenskyj, H. J.,** 2000. *Inside the Olympic industry: Power, politics and activism*. New York: State University of New York Press.
- Lowes, M.,** 2002. *Indy Dreams and Urban Nightmares* Toronto: Toronto University Press.
- Lowes, M.,** 2004. Neoliberal Power Politics and The Controversial Siting of The Australian Grand Prix Motorsport In An Urban Land, *Society and Leisure*, 27(3).
- Madrigal, R., Bee, C., LaBarge, M.,** 2005. Using the Olympics and FIFA World Cup to Enhance Global Brand Equity in J. Amis & T.B. Cornwell (eds) *Global Sport Sponsorship* Oxford: Berg, s. 179–190.
- Mangan, J. A.,** 2008. Prologue: Guarantees of Global Goodwill: Post-Olympic Legacies -Too Many Limping White Elephants?. *International Journal of the History of Sport*. 25:14. 1869 -1883.
- Matheson, V.,** 2002. Upon further review: An examination of sporting event economic impact studies. *Sport Journal*, 5(1).
- Matos, P.,** 2006. *Hosting Mega Sports Events: A brief assessment of their multidimensional impacts*. Department of land economy: University of Cambridge.
- Mercan, F.,** 2003. Formula’da bir şeyh’ler oluyor. *Aksiyon*. 12 Mart 2009’da indirildi. <http://www.aksyon.com.tr/detaylar.do?load=detay&link=10841>
- Mules, T., Faulkner, B.,** 1996. An economic perspective on major events. *Tourism Economics*, 12(2).
- Nauright, J.,** 2004. Global games: culture, political economy and sport in the globalised world of the 21st century In *Third World Quarterly* 25(7), 1325-1336.
- Noble, J., Hughes, M.,** 2004. *Formula One Racing For Dummies*, Published by John Wiley & Sons Ltd, Chichester, West Sussex, England.
- Noyelle, T., Stanback, T. M.,** 1984. *The economic transformation of American cities*. Totowa, NJ: Rowman and Allanheld.

- Ohmann, S., Jones, I., Wilkes, K.,** 2006. The Perceived Social Impacts of the 2006 Football World Cup on Munich Residents, *Journal of Sport & Tourism*, 11:2, 129-152.
- Okumuş, S.,** 2008. *Globalleşen İstanbul'da Bir Dünya Olayı:İki Kıta Birçok Kültür*, RLC, Paris.
- Owen, K. A.,** 2001. *The Local Impacts of the Sydney 2000 Olympic Games: Processes and Politics of Venue Preparation*, Sydney, Centre for Olympic Studies, University of New South Wales.
- Owen, J. G.,** 2005. Estimating the cost and benefit of hosting Olympic Games: what can Beijing expect from its 2008 Games? *Industrial Geographer*,1-18.
- Öltes, B.,** 2009, Kişisel görüşme, 04.07.2009.
- Özener, O.,** 2009. *İstanbul'da Bir Park Hikayesi*, 10 Mart 2009'da indirildi. <http://www.padokf1.com/kokpit/322>.
- Pagano, M., & Bowman, A. O'M.,** 1995. *Cityscapes and capital: The politics of urban development*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Philo, C., Kearns, G.,** 1993. *Selling Places*. New York: Pergamon.
- Pinson, G.,** 2002. Political Government and Governance: Strategic Planning and the reshaping of political capacity in Turin. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26, 477-493.
- Porter, P.,** 1999. *Mega-sports events as municipal investments: A critique of impact analysis*. In J.L. Fisel, E. Gustafson, & L. Hadley (Eds.), *Sports economics: Current research*, (61–73). New York: Praeger Press.
- Prasser, S.,** 2007. *Overcoming the "White Elephant" Syndrome in Big and Iconic Projects in the Public and Private Sectors*. Improving Implementation and Project Management, Canberra, ANZSOG Series, ANU Press, 47-70.
- Preuss, H.,** 2007. The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(4), 207–228.
- Preuss, H.,** 2009. Opportunity costs and efficiency of investments in mega sport events. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*,1(2), 131-140.
- Rahmann, B., Weber, W., Groening, Y., Kurscheidt, M., Napp, H.G., Pauli, M.,** 1998. *Socio-economic analysis of football World Cup 2006 in Germany*. Köln: Sportbuch Strauß.
- Ritchie, J. R. B.,** 1984. Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
- Ritchie, J. R. B., Aitken, C. E.,** 1985. OLYPULSE II – Evolving resident Attitudes Toward the 1988 Olympics. *Journal of Travel Research*, Vol. 23 (Winter) s. 28-33.
- Ritchie, J. R. B., Hall, C. M.,** 1999. Mega events and human rights. *Proceedings of Sport and Human Rights Conference*. 102-115. 15 Haziran 2009 tarihinde indirildi. <http://fulltext.ausport.gov.au/fulltext/1999/nsw/p102-115.pdf>.

- Ritchie, J. R. B., Lyons, M. M.**, 1987. Olympulse III/Olympulse IV: A Mid-Term Report On Resident Attitudes Concerning The XV Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, Vol. 26 (Summer) s. 18-26.
- Ritchie, J. R. B., Smith, B. H.**, 1991. The impact of a mega-event on host region awareness: a longitudinal Study. *Journal of Travel Research*, 30(1), 3-10.
- Roche, M.**, 1994. Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 1-19.
- Roche, M.**, 2000. *Mega-events and modernity* London: Routledge.
- Rosenblum, S.**, 2009. *The Impact of the Summer Olympics on its Host City: The Costs Outweigh the Tangible Benefits*. Honors Projects in History and Social Sciences, Paper 5.
- Rubalcaba-Bermejo, L., Cuadrado-Roura, J.**, 1995. Urban Hierarchies and Territorial Competition in Europe: Exploring the role of Fairs and Exhibitions. *Urban Studies*, 32, 379-400.
- Saymaz, İ.**, 2005, Ağustos 5. Formula'nın şampiyonu şimdiden belli oldu: Akfırat. *Radikal*. 15 Mart 2009'da indirildi. <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=160614>
- SAP**, 2007, *Media release*. 23 Haziran 2009'da indirildi. <http://www.save-albert-park.org.au/sapweb/media.htm>
- Schmidt, C. W.**, 2006. Putting the earth in play: Environmental awareness and sports. *Environmental Health Perspectives*, 114, 286-295.
- Shaikin, B.**, 1988. *Sport and Politics: The Olympics and the Los Angeles Games*. New York: Praeger.
- Short, J. R., Benton, L. M., Luce, W. B., Walton, J.**, 1993. Reconstructing the image of an industrial city. *Annals of the Association of American Geographers*, 83(2), 207-224.
- Shoval, N.**, 2002. A new phase in the competition for the Olympic Gold: The London and New York bids for the 2012 Games. *Journal of Urban Affairs*, 24. 583-599.
- Smyth, H.**, 1994. *Marketing the City: The Role of Flagship Projects in Urban Regeneration*. London: Spon.
- Sylt, C., Reid, C.**, 2008. *Formula Money, Formula One's Performance Guide*. Published by Money Sport Media Ltd & CNC, Southwick, West Sussex, England.
- Syme, G., Shaw, B., Fenton, D., Mueller, W.**, 1989. *The Planning and Evaluation of Hallmark Events* Aldershot: Avebury.
- Szymanski, S.**, 2002. The economic impact of World Cup. *World Economics*, 3(1), 1-9.
- Şehir Plancıları Odası**, 2003, *Formula 1 Hakkında Basın Açıklaması*. 2 Mart 2009'da indirildi. http://www.spo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=61&tipi=3&sube=0
- Şengül, V.**, 2009, Kişisel görüşme, 09.07.2009.

- Tek, M.**, 2009, Mart. İstanbul Park Hüsranı. *CNBC-e Business*, 29, 40-44.
- Thorns, D. C.**, 1997. The Global Meets The Local. *Urban Affairs Review*, Vol. 33, 189-208.
- Url-1** <<http://www.fia.com/enGB/sport/championships/f1/Pages/SeasonGuide.aspx>>, alındığı tarih 11.06.2009.
- Url-2** <http://en.wikipedia.org/wiki/Formula_One>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-3** <<http://www.dummies.com/how-to/content/discovering-what-makes-formula-one-formula-one.html>>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-4** <http://tr.wikipedia.org/wiki/Formula_1>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-5** <<http://www.f1corporate.com/content/formula-one-racing>>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-6** <http://www.formula1.com/inside_f1/rules_and_regulations/6838>, alındığı tarih 11.06.2009.
- Url-7** <<http://www.formula1.com/news/headlines/2007/5/6063.html>>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-8** <<http://www.formula1.com/news/headlines/2007/11/7095.html>>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-9** <http://www.indianapolismotorspeedway.com/news/9451/United_States_Grand_Prix_Announcement_Transcript> alındığı tarih 12.06.2009.
- Url-10** <<http://www.formula1.com/news/headlines/2007/5/6058.html>>, alındığı tarih 10.06.2009.
- Url-11** <http://en.wikipedia.org/wiki/Formula_One_Group>, alındığı tarih 09.06.2009.
- Url-12** <<http://tr.wikipedia.org/wiki/Avustralya>>, alındığı tarih 15.06.2009.
- Url-13** <<http://en.wikipedia.org/wiki/Australia>>, alındığı tarih 15.06.2009.
- Url-14** <http://en.wikipedia.org/wiki/Australian_Grand_Prix>, alındığı tarih 11.06.2009.
- Url-15** <http://en.wikipedia.org/wiki/Albert_Park,_Victoria>, alındığı tarih 11.06.2009.
- Url-16** <http://www.pleasetakemeto.com/australia/victoria/melbourne/photos/location/albert-park/image/800x600/Albert-Park_76404M>, alındığı tarih 18.06.2009.
- Url-17** <<http://www.save-albert-park.org.au/>>, alındığı tarih 08.06.2009.
- Url-18** <http://www.chinadaily.com.cn/sports/2008-10/30/content_7159613.htm>, alındığı tarih 12.06.2009.
- Url-19** <http://www.speedace.info/formula_one.htm>, alındığı tarih 18.03.2009.
- Url-20** <<http://fanatik.ekolay.net/Fanatik/index.aspx?aType=Detail&catid=139&articleID=28947>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-21** <<http://www.elegans.com.tr/arsiv/59/haber019.html>>, alındığı tarih 19.03.2009.

- Url-22** <<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/169545.asp>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-23** <<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2002/08/15/167033.asp>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-24** <<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/169821.asp>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-25** <<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=57262>>, alındığı tarih 20.03.2009.
- Url-26** <<http://www.araonline.com/h/haber.asp?id=1042>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-27** <<http://arsiv.sabah.com.tr/2003/08/17/g02.html>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-28** <<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?viewid=302817>>, alındığı tarih 20.03.2009.
- Url-29** <<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/199500.asp>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-30** <<http://www.cekulvakfi.org.tr/icerik/haberDetay.asp?ID=26>>, alındığı tarih 12.03.2009.
- Url-31** <http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~10940.htm>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-32** <http://www.zmo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=85>, alındığı tarih 10.03.2009.
- Url-33** <<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/161819.asp>>, alındığı tarih 19.03.2009.
- Url-34** <<http://www.istanbul.gov.tr/Default.aspx?pid=11336&hbid=196>>, alındığı tarih 11.03.2009.
- Url-35** <http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~6046.htm>, alındığı tarih 15.03.2009.
- Url-36** <<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/302507.asp>>, alındığı tarih 16.03.2009.
- Url-37** <http://www.tosfed.org.tr/tosfed_kimdir.asp>, alındığı tarih 02.03.2009.
- Url-38** <<http://arsiv.sabah.com.tr/2007/04/20/haber,34F49C34F2EB1FD5725DE7B7E3D.html>>, alındığı tarih 18.03.2009.
- Url-39** <<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/234556.asp>>, alındığı tarih 18.10.2009.
- Url-40** <<http://www.tumgazeteler.com/?a=954439>>, alındığı tarih 18.10.2009.
- Url-41** <<http://www.padokfl.com/haber/13923>>, alındığı tarih 18.10.2009.
- Url-42** <http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~10940.htm>, alındığı tarih 18.10.2009.
- Url-43** <<http://www.haber7.com/haber/20090627/Reno-Turkiye-Formula-1den-cikartilsin.php>>, alındığı tarih 18.10.2009.
- Url-44** <<http://arsiv.takvim.com.tr/2008/06/25/gnb101.html>> alındığı tarih 18.10.2009.
- Uysal, S., 2005.** Vakıf Mirasına Formula Kondu. *Aksiyon*. 5 Mart 2009'da indirildi. <http://beta.aksiyon.com.tr/detaylar.do?load=detay&link=13837>

- Victorian Auditor General's Office**, 2007. *Commissioned Studies: 2005 Australian Grand Prix*. 7 Haziran 2009'da indirildi. http://archive.audit.vic.gov.au/reports_par/agp11911.html.
- Ward, K.**, 2003. Entrepreneurial urbanism, state restructuring and civilizing 'New' East Manchester. *Area*, 35, 116-127.
- Ward, S.**, 1998. *Selling Places: The marketing and promotion of town and cities*. Routledge, London.
- Westerbeek, H., Smith, A.**, 2002. The Future of Sport Business in the Global Marketplace, Future of Sport Management. *Proceedings of the 10th European Sport Management Congress*, 166-213, University of Jyväskylä, Finland.
- Whitelegg, D.**, 2000. Going for gold: Atlanta's bid for fame. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24, 801-817.
- Witt, S.**, 1988. Mega events and mega attractions. In *Tourism Management* 9 (1). 76-77.
- Wolman, H.**, 1986. The Reagan urban policy and its impacts. *Urban Affairs Quarterly*, 21(3), 311-335.
- Yardımcı, S.**, 2005. *Küreselleşen İstanbul'da Bienal*. İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Zukin, S.**, 1991. *Landscapes of power: From Detroit to Disney World*. Berkeley, CA: University of California Press.

EKLER

- EK A.1 :** “İstanbul Tuzla Akfırat Tepeören Turizm Merkezi” kararının durdurulması için TMMOB Mimarlar Odası, TMMOB Şehir Plancıları Odası, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası tarafından İstanbul İdare Mahkemesi’ne gönderilen belge
- EK A.2 :** İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı, Planlama ve İmar Daire Başkanlığı, Şehir Planlam Müdürlüğü’nün İstanbul Valiliği, Mimarlar Odası, İSKİ Genel Müdürlüğü ve Ulaşım Daire Başkanlığı’na dağıtımli olarak gönderdiği 17.02.2003 tarihli kurum görüşü
- EK A.3 :** İstanbul 4.İdare Mahkeme’sinin 1/1000 ve 1/5000 ölçekli Ömerli İçme Suyu Havzası Tepeören 2. ve 3. Etap Planları’na ilişkin 2006/627 nolu kararı

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Serra ER

Doğum Yeri ve Tarihi: Safranbolu, 1979

Adres: Bükücülerhanı Sok., Doğu Apt. 8/9 Selimiye/Üsküdar

Lisans Üniversite: Yıldız Teknik Üniversitesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü