



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**FORMULA 1'İN TÜRKİYE'DE DÜZENLENME SÜRECİ, EKONOMİK
ETKİLERİ, BU ETKİLERİN ALGILANMASI VE İSTANBUL PARK
İZLEYİCİ MEMNUNİYETİ**

MESUT EVREN ÖZBAY
YÜKSEK LİSANS TEZİ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Zahit SERARSLAN

İSTANBUL -2008



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**FORMULA 1'İN TÜRKİYE'DE DÜZENLENME SÜRECİ, EKONOMİK
ETKİLERİ, BU ETKİLERİN ALGILANMASI VE İSTANBUL PARK
İZLEYİCİ MEMNUNİYETİ**

MESUT EVREN ÖZBAY

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

DANIŞMAN

Yrd. Doç. Dr. Zahit SERARSLAN

İSTANBUL -2008

TEZ ONAYI

Kurum : Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Programın seviyesi : Yüksek Lisans (X) Doktora ()

Anabilim Dalı : Beden Eğitimi ve Spor

Tez Sahibi : Mesut Evren ÖZBAY

Tez Başlığı : Formula 1'in Türkiye'de Düzenlenme Süreci, Ekonomik Etkileri, Bu Etkilerin Algılanması ve İstanbul Park İzleyici Memnuniyeti

Sınav Yeri : Anadoluhisarı Kampüsü

Sınav Tarihi : 14.07.2008

Tez tarafımızdan okunmuş, kapsam ve kalite yönünden **Yüksek Lisans** /Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman (Unvan, Adı, Soyadı)

Kurumu

İmza

Sınav Jüri Üyeleri (Unvan, Adı, Soyadı)

Yard.Doç.Dr. Zahit SERARSLAN

M.Ü. Beden Eğitimi ve Spor YO.

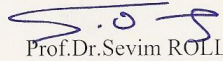
Prof.Dr. Müslim BAKIR

M.Ü. Beden Eğitimi ve Spor YO.

Yard.Doç.Dr. Semih YILMAZ

M.Ü. Beden Eğitimi ve Spor YO.

Yukarıdaki jüri kararı Enstitü yönetim Kurulu'nun 31.07.2008 tarih ve 7 sayılı kararı ile onaylanmıştır.



Prof.Dr.Sevim ROLLAS

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığı beyan ederim.

Tarih

"Ad Soyadı" (İmza)

14/07/2008

Mesut Evren ÖZBAY

i) TEŞEKKÜR

Tıpkı lisans ve yüksek lisans öğrenciliği yıllarımda olduğu gibi bu çalışmamda da bana her türlü yardımı sağlayan, öğrencisi olduğum dönemlerde kendisinden çok şeyler öğrendiğim ve de öğreneceğim saygı değer bilim adamı danışmanım Yrd.Doç.Dr. M. Zahit SERARSLAN’a sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunmayı bir borç bilirim.

Çalışmamın uygulama bölümündeki değerlendirmelerde, teze en az benim kadar sahip çıkan ve bana daha çok bir ağabey gibi davranıp bu sürecin çok keyifli geçmesini sağlayan sevgili hocam Araştırma Görevlisi Erdoğan TOZOĞLU’na sonsuz teşekkür ve saygılar sunarım.

Yine çalışmam boyunca elinden gelen her türlü yarımı benden esirgemeyen Serhan ACAR’a teşekkürlerimi sunarım.

Yapmış olduğu yönlendirmelerle en doğru bilgiyi en kısa zamanda almamı sağlayan ağabeyim Kaan ARK’a teşekkürlerimi sunarım.

Anketlerin gerçekleşme sürecinde beni yönlendiren ve yarımalarını esirgemeyen sevgili Erhan AKKOÇ’a teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ve hayatımın her döneminde yanımda olan, tez sürecindeki sıkıntıları atlatmamda beni hep olumlu düşünmeye iten ve haklarımı asla ödeyemeyeceğim sevgili aileme sonsuz teşekkürlerimi iletirim.

ii) İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

i) TEŞEKKÜR	i
ii) İÇİNDEKİLER	ii
iii) KISALTMALAR	v
iv) TABLOLAR LİSTESİ	vi
v) RESİM LİSTESİ	x
1. ÖZET	1
2. SUMMARY	2
3. GİRİŞ VE AMAÇ	3
4. GENEL BİLGİLER	4
4.1. Formula 1	4
4.1.1. Formula 1'in Tanımı	4
4.1.2. Formula 1'in Tarihi	5
4.2. Formula 1'in Türkiye'de Gerçekleşme Süreci	7
4.2.1. Motor Sporları ve Türkiye	7
4.2.2. Gerçekleşme Aşamaları	9
4.2.2.1. Formula 1'in İlgili Bakanlar ve Üst Düzey Yöneticilere Tanıtımı	10
4.2.2.2. Projeye 57. Hükümet Onayı	11
4.2.2.3. Projenin İmzalanması ve Son Aşama	11
4.2.2.4. Akfırat	12
4.2.2.5. Temelin Atılması ve Sonraki Hazırlıklar	13
4.2.3. Projeye Katkı Sağlayan Kurumların Profilleri	17
4.2.3.1. Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu	17
4.2.3.2. Motor Sporları ve Organizasyonları A.Ş.	17

4.2.3.3. Formula İstanbul Yatırım A.Ş.	18
4.2.3.4. Formula Derneği	18
4.2.3.5. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği.....	19
4.2.3.6. İstanbul Ticaret Odası	19
4.2.3.7. Uluslararası Otomobil Federasyonu.....	20
4.2.3.8. Bernie Ecclestone	20
4.3. İstanbul Park'ın Özellikleri.....	21
4.3.1. Pistin Teknik Özellikleri.....	22
4.3.2. Yarışlar Sırasında Piste Ulaşım	23
4.3.3. Tribün.....	23
4.3.4. Tanıtım.....	24
4.3.5. İstanbul Park'ın Maliyeti	25
4.3.6. İstanbul Park'ın Gelir Kalemleri.....	26
4.3.6.1. Bilet Gelirleri	26
4.3.6.2. Konaklama Gelirleri.....	27
4.3.6.3. Ulaşım Harcamaları	28
4.3.6.4. Yiyecek-İçecek Harcamaları.....	28
4.3.6.5. Takım Harcamaları	29
4.3.6.6. Sponsorluk ve Yayın Hakları	29
4.3.6.7. Diğer Harcamalar	30
4.3.7. İstanbul Park'ın Türkiye'nin Tanıtımın ve İmajına Etkisi	31
4.3.8. İstanbul Park'ta Yapılan İlk İki Yarışın İzleyici Sayıları	35
5. GEREÇ VE YÖNTEM	37
5.1. Araştırma Yöntemi	37
5.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	37
5.1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları	37
5.1.3. Araştırmanın Metodolojisi.....	37
5.1.3.1. Veri Toplama Gereci.....	38
5.1.3.2. Araştırma Modeli	38
5.1.3.3. Araştırmanın Hipotezleri.....	38
5.1.3.4. Kullanılan İstatistiksel Yöntemler	39
5.1.3.5. Araştırmanın Evreni (Ana kütle).....	40

5.1.3.6. Anket Uygulaması	40
6. BULGULAR	41
6.1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri	41
6.2. Cevaplayıcıların Seyir Yeri ve Bilet Durumu	45
6.3. Cevaplayıcıların Ulaşım Durumu.....	47
6.4. Hizmetlerin Durumu	55
6.5. Aktivitelerin Durumu	62
6.6. Bilgilendirme.....	64
6.7. Tanıtım	66
7. SONUÇ VE ÖNERİLER	93
8. EKLER	100
9. KAYNAKLAR	108
10. ÖZGEÇMİŞ	110

iii) KISALTMALAR

DTM.....Deutsche Tourenwagen Meisterschaft

FIA Federation Internationale de l'Automobile

FİYAŞ.....Formula İstanbul Yatırım Anonim Şirketi

F1.....Formula 1

GP.....Grand Prix

İTO.....İstanbul Ticaret Odası

MSO.....Motor Sporları Organizasyon Anonim Şirketi

TOMSFED.....Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu

TOBB.....Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

iv) TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1. 2006 Yılı İstanbul Park tribün gelirleri	27
Tablo 2. İzleyici Konaklama Giderleri.....	28
Tablo 3. 2006 yılı İstanbul Park izleyicilerinin harcama kalem ve miktarları.....	31
Tablo 4. 2006 yılı İstanbul Park'a gelen izleyici oranları.....	36
Tablo 5. Cevaplayıcıların cinsiyetlerine göre dağılımları	41
Tablo 6. Cevaplayıcıların yaş gruplarına göre dağılımları	41
Tablo 7. Cevaplayıcıların eğitim durumlarına göre dağılımları	42
Tablo 8. Cevaplayıcıların gelir durumlarına göre dağılımları	42
Tablo 9. Cevaplayıcıların tribün tercihlerine göre dağılımları	43
Tablo 10. Cevaplayıcıların yarışları nereden izlemeye geldiklerine göre dağılımları....	43
Tablo 11. Cevaplayıcıların yarışlara geldikleri ülkelere göre dağılımları.....	44
Tablo 12. Cevaplayıcıların biletlerini temin ettikleri yerlere göre dağılımları....	45
Tablo 13. Bilet temini sırasında sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.	45
Tablo 14. Bilet fiyatlarının uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.	46
Tablo 15. Bilet noktalarında sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	47
Tablo 16. Cevaplayıcıların İstanbul Park'a gelirken vasıta tercihlerine göre dağılımları.	47
Tablo 17. Cevaplayıcıların trafikte sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları	48
Tablo 18. Cevaplayıcıların güvenlik önlemlerinde sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	48
Tablo 19. Cevaplayıcıların bağlantı yollarında sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları	49
Tablo 20. Cevaplayıcıların yönlendirme işaretleri ve görevlilerine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	50
Tablo 21. Cevaplayıcıların otopark sıkıntısına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	50

Tablo 22. Cevaplayıcıların otobüs sefer sayısına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	51
Tablo 23. Cevaplayıcıların otobüslerin kalkış nokta sayısına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	52
Tablo 24. Cevaplayıcıların otobüs kalkış saatlerine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	52
Tablo 25. Cevaplayıcıların otobüslerin kalabalık olduğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	53
Tablo 26. Cevaplayıcıların otobüslerin temizlik açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	54
Tablo 27. Cevaplayıcıların otobüslerin havalandırma açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	54
Tablo 28. Cevaplayıcıların seyir noktaları arasında ulaşımın yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	55
Tablo 29. Cevaplayıcıların tribünlerin konumlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	56
Tablo 30. Cevaplayıcıların alan içerisindeki güvenliğin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	56
Tablo 31. Cevaplayıcıların görevli personel sayısının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	57
Tablo 32. Cevaplayıcıların görevli personelin seyirciye davranışlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	57
Tablo 33. Cevaplayıcıların yiyecek-içecek alanlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	58
Tablo 34. Cevaplayıcıların yiyecek-içecek hizmetlerinin kalitesine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	58
Tablo 35. Yiyecek - içecek hizmetlerindeki servis hızına ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	59
Tablo 36. Cevaplayıcıların yiyecek-içecek fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	59
Tablo 37. Cevaplayıcıların tribünlerin temizlik açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	60

Tablo 38. Cevaplayıcıların tuvalet temizliğinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	60
Tablo 39. Cevaplayıcıların İstanbul Park alanı içerisinde sabit telefon ile görüşme imkanının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	61
Tablo 40. Cevaplayıcıların cep telefonu servis hizmetlerinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	61
Tablo 41. Cevaplayıcıların simülasyon aktivitelerinin altyapı açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	62
Tablo 42. Cevaplayıcıların takım ürün standlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	62
Tablo 43. Cevaplayıcıların takım standlarındaki ürün fiyatlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	63
Tablo 44. Cevaplayıcıların verilen hediyelerin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	63
Tablo 45. Cevaplayıcıların anons yolu ile verilen bilgilerin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	64
Tablo 46. Cevaplayıcıların ses düzeyi kalitesinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	64
Tablo 47. Cevaplayıcıların sinevizyon sayısının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	65
Tablo 48. Cevaplayıcıların sinevizyon konumlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	65
Tablo 49. Cevaplayıcıların yarış hakkında yapılan tanıtımların yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	66
Tablo 50. Cevaplayıcıların İstanbul Park için hazırlanan internet sayfasının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	66
Tablo 51. Cevaplayıcıların İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	67
Tablo 52. Cevaplayıcıların İstanbul Park'ın ülke tanıtımına katkıda bulunduğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	67
Tablo 53. Cevaplayıcıların İstanbul Park'ın ülke ekonomisine katkıda bulunduğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları.....	68

Tablo 54. Cevaplayıcıların cinsiyetleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	69
Tablo 55. Cevaplayıcıların yaşları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	70
Tablo 56. Cevaplayıcıların eğitim durumları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	71
Tablo 57. Cevaplayıcıların gelir düzeyleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	72
Tablo 58. Cevaplayıcıların bilet temini sıkıntıları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	74
Tablo 59. Cevaplayıcıların bilet fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	75
Tablo 60. Cevaplayıcıların yiyecek-ıçecek fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	76
Tablo 61. Cevaplayıcıların takımlara ait ürün fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	77
Tablo 62. Cevaplayıcıların yarış sırasında verilen bilgilerin yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	78
Tablo 63. Cevaplayıcıların yapılan tanıtımların yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	79
Tablo 64. Cevaplayıcıların yarışlara katılımın yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	81
Tablo 65. Cevaplayıcıların yarışı izlemeye gelen yabancı turist sayısının yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	82
Tablo 66. Cevaplayıcıların İstanbul Park'ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğu ait görüşler ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	83
Tablo 67. Cevaplayıcıların yarışların ülke ekonomisine katkısı ile geldikleri yerler arasındaki ilişki.....	84
Tablo 68. Cevaplayıcıların genel katılımın yeterliliği ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki.....	85
Tablo 69. Cevaplayıcıların yarışa gelen yabancı turist sayısı yeterliliği ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki.....	87
Tablo 70. Cevaplayıcıların yarışların ülke tanıtımına katkısı ile geldikleri ülke arasındaki ilişki.....	89
Tablo 71. Cevaplayıcıların yarışların ülke ekonomisine katkısı ile geldikleri ülke arasındaki ilişki.....	91

v) RESİM LİSTESİ

Sayfa No.

Resim 1. İstanbul Park Tribün Konumu.....24

1. ÖZET

Bu çalışmada her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de yoğun bir hayran kitlesine sahip Formula 1 sporunun Türkiye’deki durumunun tespiti aynı zamanda İstanbul Park katılımcılarının organizasyon ve İstanbul Park hakkındaki düşünceleri ve memnuniyetlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmamız Kuramsal (Teorik) ve Uygulama (Anket) bölümü olmak üzere 2 ayrı sınıflamadan oluşmaktadır. Kuramsal bölüm Genel Bilgiler ana başlığı altında 3 alt başlıktan oluşmaktadır. Birinci bölüm olan Genel Bilgiler başlığı altında, Formula 1’in tanımı ve tarihi, Formula 1’in Türkiye’de gerçekleşme süreci, projeye katkıda bulunanlar ve İstanbul Park’ın teknik özellikleri incelenmiştir. Uygulama bölümü ise 49 soruluk bir anket değerlendirmesinden oluşmaktadır. Uygulama bölümünde Formula 1’i İstanbul Park’ta canlı izlemiş kişilere organizasyon ve İstanbul Park ile ilgili görüşleri sorulmuştur. Bilgi ve verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistikler ve ki-kare analizi kullanılmıştır. Formula 1 gerçekleştirildiği bütün ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de, ülkenin imajı ve tanıtımı açısından önemli katkı sağlamıştır. Ancak ekonomik açıdan diğer ülkelerin kazanımlarına ulaşamamıştır. Bu durumun öz güven eksikliğinden kaynaklandığı söylenebilir. Araştırmaya, %55.9’u bay ve %44.1’i bayan olmak üzere toplam 263 örnek birey dahil edilmiştir. Genel olarak İstanbul Park’a gelen bireylerin %57.8’i yurtiçinden ve %42.2’si ise 12 değişik ülkeden gelen bireylerden oluşmaktadır.

Anahtar kelimeler: Formula 1 – Türkiye – Ekonomi – Tanıtım – Memnuniyet

2. SUMMARY

The Organize of Formula 1 Turkish Grand Prix, Its Economic Effects, to Perceive of This Effects and the Spectator's Satisfaction about Istanbul Park.

The Turkish adventure of Formula 1 which has lots of fans in Turkey like other countries is considered in this study. At the same time, wanted to evaluated Turkish Grand Prix organization and İstanbul Park from the İstanbul Park spectators. This study comprises 2 classifications; the first one is theoretical and the other one is application (questionnaire). Theoretical part includes 3 sub-headings under the mail heading called General Information. The general concepts related to Formula 1's definitions and history, Formula 1's Turkish adventure, the persons who contribute to Project's profiles and İstanbul Park's technical properties. Application part includes the evaluation of a questionnaire which has got 49 questions. In this part, asked the people who follow the Grand Prix live in İstanbul Park, about the idea of the organization and İstanbul Park. Descriptive statics and chi-square analysis has been used to estimate the information and data. Formula 1 has provided great contribution for Turkey's image and presentation as well as it has been actualized in other countries. However or economics it could not provide the profit like it did in others. This could be the result of lack of self confidence. Research included 263 sample individuals, which 55.9 percent of those are male and 44.1 percent are female. Normally the 57.8 percent of those individuals are domestic and 42.2 percent are from 12 various countries.

Key words: Formula 1 – Turkey – Economy – Presentation – Satisfaction

3. GİRİŞ VE AMAÇ

Dünyada 3 milyar kişiyi ekran başına toplayan, milyon dolarlık harcamaların döndüğü ve dört bir tarafından para akıtan dev bir sektördür Formula 1. Düzenlendiği ülkelere katkısı 100 milyon dolardan fazladır. Öyle ki izleyici sayısına bakıldığında, ülke tanıtımı rakamlarla ölçülemez boyuttadır. Diğer ekonomik getirileri ise; 3 milyarlık izlenme oranı ve 5 milyar doların üzerinde TV geliri, her yıl 15 milyon dolara ulaşması tahmin edilen toplam vergi geliri artışı, düzenlendiği ülkeye her yıl ilave 3 milyon turist, yarışlar boyunca yeni istihdamlar, fanatik Formula 1 turistlerinden kişi başına günlük ortalama 300 dolar harcama, yaklaşık 30 milyon dolar TV ve reklam gelirleri (11). Bu bilgilere göre Formula 1, ev sahipliği yapan devletler için çok büyük bir şans ve kazanç kapısıdır. Bunun farkına varan devletler, bu organizasyona dahil olabilmek için yoğun çabalar sarf etmektedirler.

Türkiye, bu dev organizasyona 2005 yılında büyük çabalar sonucunda dahil olmayı başarmış 17 ülkeden biridir. Günümüze kadar 4 yarış düzenlenmiş olmasına rağmen organizasyonun ülkeye olumlu ya da olumsuz yönde etki yaptığı halen tartışılmaktadır. Ev sahipliği yapan diğer ülkelerin raporlarına bakıldığında genel olarak Formula 1'in ülkeye birçok getirisi olduğu açıkça görülmektedir.

Bu araştırmanın ikinci bölümü olan kavramsal çerçeve bölümünde ilk olarak Formula 1 tarihi ve Formula 1 hakkında kısa bilgiler yer almaktadır. İkinci olarak ise Formula 1'in Türkiye'de gerçekleşme süreci anlatılmaktadır. Bu kısımda organizasyonun ülkemize taşınma fikrinin ortaya çıkışından, Türkiye'de ilk kez yarışın yapıldığı güne kadar olan süreç işlenmiştir. Üçüncü kısım, İstanbul Park hakkında bilgileri ve ekonomik hareketlerini içermektedir. Burada, İstanbul Park'ın özellikleri, maliyeti, gelir kalemleri ve düzenlenen ilk iki yarışın bilet ve izleyici verileri yer almaktadır.

Üçüncü bölüm ise, İstanbul Park'ta bulunmuş izleyicilerin buradaki memnuniyetlerini araştıran bir anketin analizini kapsamaktadır. Dördüncü ve son bölüm elde edilen veriler doğrultusunda yapılan yorumların bulunduğu sonuç bölümüdür.

4. GENEL BİLGİLER

4.1. Formula 1

4.1.1. Formula 1'in Tanımı

Formula 1, dünya çapında tanınmış bir marka olmanın yanı sıra, 1904 yılında kurulmuş, 5 kıta ve 125 ülkeden 213 üye motor sporları derneğini bünyesinde bulunduran Federation Internationale de l'Automobile (FIA) tarafından her yıl açıklanan tek sürücülü otomobiller için bir dizi teknik kurallar bütünüdür. Bu kurallarda azami ve asgari boyutlar, motor kapasitesi, teknik olarak izin verilen ve verilmeyen hususlar ve pilotu korumak açısından araçta bulunması gereken güvenlik önlemleri yer almaktadır. Bu düzenlemelere uygun olarak imal edilen otomobiller de Formula 1 otomobili adını alır. Formula 3 ve Grand Prix 2'de FIA'ya ait Formula serileridir. Ancak bu otomobillerin performansları Formula 1 otomobillerine göre düşüktür (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008). İlk Formula 1 Dünya Şampiyonası 1950'de ortaya çıkmış olup, FIA Şampiyonalarının en eskisidir. FIA Formula 1 Dünya Şampiyonası olarak kabul edilen ilk Formula 1 yarışı 13 Mayıs 1950'de Silverstone'da yapılan İngiltere Grand Prix'idir (6).

Şu anki Formula 1 kuralları, şasi tasarımını ilgilendiren pek çok düzenlemeye sahip olmanın yanı sıra, mevcut motorun silindir hacmini 3 litreyle sınırlamakta, supercharger turbo motorları yasaklamakta ve sürücü ile onun yarış ekipmanları da dahil olmak üzere toplam araç ağırlığını minimum 600 kilo ile sınırlandırmaktadır (6).

Formula 1'de iki çeşit ödül vardır; pilot ve üretici ödülü. Bu kategorilerde Dünya Şampiyonluğu unvanı verilebilmesi için asgari sekiz yarışın yapılması gerekmektedir (6).

FIA motor sporlarının dünya çapındaki yönetim organıdır ve diğer uluslararası motor spor etkinliklerini organize ettiği gibi, Formula 1 Dünya Şampiyonası'nın organizasyonundan da sorumludur. Formula 1, FIA şampiyonalarının en eskisi ve en çok medya desteğine sahip olanıdır. 2004

sezonunun 18 Grand Prix'inin 200 ülkede 4 milyarın üzerinde televizyon izleyicisini ekran başına topladığı tahmin edilmektedir. Buna ek olarak, yazılı basın şampiyonada önemli yer tutmuş, 54 ülkeden ortalama 600 gazeteci ve fotoğrafçı şampiyonanın 18 ayağını da takip edebilmek için dünyanın dört bir tarafına seyahat etmiştir (www.fia.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

Grand Prix adı altında ilk yarış 1906'da Le Mans'da organize edildi. Bu yarışa sadece "büyük otomobiller" katılabiliyordu. O andan itibaren Grand Prix terimi, otomobiller için yapılan önemli pist yarışları ile birlikte anılır oldu. Günümüz Grand Prix yarışlarıyla eş değer olan büyük organizasyonlar, "Grandes Epreuves" şeklinde adlandırılmaktadır. Ancak FIA, "Grand Prix" adının genel kullanımına karşı çıktı ve bu ismi sadece Formula 1 Dünya Şampiyonası'na dahil olan yarışmalarda kullanılmasını kararlaştırdı. Dolayısıyla Formula 1 (F1) Dünya Şampiyonası'na puan vermeyen bir yarış için Grand Prix adının kullanılması yasaktır. İstisnai olarak, sadece tarihi bağlarından dolayı Pau ve Macao'da düzenlenen Formula 3 yarışmalarına da Grand Prix denebilmektedir (6).

4.1.2. Formula 1 Tarihi

İlk otomobil yarışı 1887 yılında Fransız Le Velocipede gazetesi tarafından düzenlendi fakat sadece bir katılımcı olduğu için yarış gerçekleştirilemedi. Bu hayal kırıklığından sonra sadece deneme amaçlı ikinci bir yarış düzenlendi. 22 Temmuz 1894 yılındaki yarışa 21 araç katıldı ve böylece 126 kilometrelik ilk otomobil yarışı gerçekleşmiş oldu. Bu tarihten sonra 1950 yılına kadar yarışlar gerçek bir sistemden uzak şekilde devam etti.

1950 yılına gelindiğinde, FIA puan sistemini değiştirdi ve 7 yarış sonrası Dünya Şampiyonun belirleneceğini açıkladı. Şampiyonu; İngiltere, İsviçre, Belçika, Fransa, Monaco, İtalya ve Indianapolis yarışları belirleyecek ve bu serinin adı FORMULA 1 DÜNYA ŞAMPİYONASI olacaktı. Bu tarihlerde de Ferrari tam anlamıyla ilk gerçek Formula 1 otomobili olan kompresörlü V12 motoruyla 125 modelini tanıttı. İlk Formula 1 yarışında Giuseppe Farina birinci, Luigi Fagioli ikinci ve Reg Parnell üçüncü oldu. 7 yarış sonunda ise İtalyan Giuseppe Farina en çok puan toplayan isim oldu ve ilk Formula 1 Dünya Şampiyonu olarak tarihe geçti (6).

1968 yılına gelindiğinde Formula 1, dev bir endüstri olma yolunda ilk adımını attı. Ekonomik zorlukları yenmek için reklam yasağı kaldırıldı ve otomobillerin üzerlerine reklam alınması serbest hale getirildi. İlk olarak Lotus, tütün üreticilerinden Gold Leaf Tobacco ile anlaştı. Bu olay ileride çok tartışmalara yol açacak olan sigara firmaları ile yapılan sponsorluk anlaşmalarının başlangıcıydı. Pilotlar açısından bakıldığında ise, İngiliz Dünya Şampiyonu Jackie Stewart değişik tarzı ile sponsor firmaların dikkatini çekmiş ve yarışlar sayesinde reklam geliri sağlayan ilk pilot olmuştu. 1970 yılına gelindiğinde, modern çağın otomobillerinin atası sayılan Lotus 72, otomobil dünyasına merhaba dedi ve geçen 40 senede otomobiller şu anki muhteşem hallerini aldılar. Şu anda 11 takım, 22 araç ve 33 pilot dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenen 18 pistte şampiyonluk için yarışmaktadır. Şampiyonanın düzenlendiği 17 ülke şunlardır:

- Avustralya
- Brezilya
- İtalya
- Bahreyn
- İspanya
- Monako
- Fransa
- Belçika
- Japonya
- Kanada
- Türkiye
- Macaristan
- Singapur
- Almanya
- Malezya
- Çin
- İngiltere

4.2. Formula 1'in Türkiye'de Gerçekleşme Süreci

Ülkemizin Formula 1 ile geçmişi çok uzun yıllara dayanmamaktadır. Yaklaşık 15 yıl önce az sayıdaki F1 tutkunu, internet vasıtasıyla çeşitli bilgilere ulaşabiliyordu. Daha sonra Cine5, Formula 1 yayın haklarını aldı ve canlı yayınlara başladı. Beklenmedik bir durumdu fakat motor sporları tutkunlarını oldukça memnun etti. Sonrasında yayınlarda NTV dönemi başladı. Bu dönemde farklı olarak detaylı olmamakla birlikte, yarış esnasında araçların teknik verileri, aerodinamik yapıları ve takımların ekonomik durumları gibi konularda fazladan bilgiler verildi. Artık ekran başında daha fazla izleyici bulmak mümkün oldu. Bu da motor sporları tutkunlarının daha da fazlaşması demektir.

Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu (TOMSFED) başkanı Mümtaz Tahincioğlu, 1 Nisan 1999 tarihinde bir basın toplantısında yaptığı açıklamada Formula 1 yarışını Türkiye'ye taşımak istediğini açıkladı. Federasyon olarak birçok büyük organizasyona imza atmalarına rağmen bu fikir herkes tarafından büyük bir hayal olarak nitelendirildi. Mümtaz Tahincioğlu kişisel çabalarıyla konuyu Bakanlar Kurulu'na kadar taşımayı başardı. Önce maliyetinde dolayı soğuk karşılsa da, getirileri göz önünde bulundurularak konuya daha ciddi bakılmaya başlandı (2).

4.2.1. Motor Sporları ve Türkiye

Ülkemizde 19. yüzyılda temelleri amatörce atılan bu spor, profesyonelleşme sürecine ancak yüzyılın sonlarında ulaşmıştır. 2005 yılında ise Dünyada motor sporlarının zirvesi olarak kabul edilen Formula 1'in ülkemizde düzenlenmesi bu işin son adımı anlamına gelindi.

Formula 1'in Türkiye'ye getirilme fikri ilk olarak 1996 yılında, motor sporlarını geliştirmenin yollarını arayan bir grup girişimci arasında yapılan sohbet sırasında ortaya çıkmıştır. Bu girişimciler; Mümtaz Tahincioğlu, Mehmet Karabeyoğlu, Cem Hakko, Yiğit Şardan, Alinur Velidedeoğlu, Nuri Çolakoğlu,

Muhtar Kent, İskender Atakan; Jan Nahum ve Özcan Tahincioğlu'ndan oluşmaktadır (2).

Tahincioğlu ve ekibi TOMSFED olarak belirledikleri hedeflere hızlı ve emin bir şekilde ulaşmak için çok yoğun bir çalışma temposuna girdiler. İlk önemli adım, Avrupa Şampiyonası'nın yıllarca 5 katsayısından öteye gitmeyen başarısının aynı sene içinde en yüksek katsayıya çıkartılarak, en iyi üç yarış içerisinde yer alması ile atıldı. Ardından Dünya Ralli Şampiyonası kulvarı hedeflenerek ağır ama bilinçli adımlarla o tarihte 14 ülkenin yer aldığı takvime doğru ilerlenmeye başlandı.

Yer İzmir, tarih 26-28 Mayıs 2000. "Anatolian Rally" adıyla ilk Dünya Şampiyonası'na aday yarış büyük bir başarıyla gerçekleştirilmiş ve gözlemciler tarafından tam not almıştı. Bu esnada TOMSFED bünyesinde alt yapı çalışmaları devam ediyor, eğitim, mevcut yarışların geliştirilmesi, kulüp ve sporcu sayısının artırılmasına yönelik faaliyetlerde bu çalışmalara paralel olarak yürüyordu. WRC takvimine girebilmek için düzenlenen aday yarış 2001 yılında Antalya'da toprak parkura taşındı.

Bu esnada TOMSFED Başkanı Mümtaz Tahincioğlu tüm dünyada motor sporları ile ilgili kararların onaylandığı ve sadece 24 üyesi bulunan FIA Motor Sporları Konseyi üyeliğine seçilerek, bir ilke daha imza attı. Türkiye hem sportif başarısını hızla yükseltiyor hem de uluslararası platformda söz hakkını sağlamlaştırmıştı.

Son kez 5-8 Eylül 2002 tarihinde gerçekleştirilen aday yarış, artık fabrika takımlarının araçlarını test etmek adına yarışmacılarını, mühendislerini ya da takım menajerlerini gönderdikleri bir prova yarış haline döndü.

Bu esnada, Türkiye için geri sayım başladı ve gözler Ekim ayında Paris'te düzenlenen FIA toplantısına çevrildi. Tahincioğlu ve ekibinin yıllardır verdiği mücadelenin, tarihi bir kararla karşılığını bulması bekleniyordu. Ve beklenen oldu, uzun yıllardır şampiyona takviminde bulunan Kenya-Safari Rallisi yerine "Anatolian Rally" takvime dahil edildi. Türkiye gündeminde büyük bir coşkuyla yer alan ve

motor sporları severleri sevince boğan haberle birlikte 28 Şubat-2 Mart 2003 tarihleri arasında takvime koyulan “Türkiye Rallisi” için çoktan geri sayım başlamıştı (2).

İlk kez düzenlenecek Türkiye Rallisi için belirlenen tarihin 4 ay gibi çok kısa bir süreyi içermesi aynı devredeki olumsuz iklim koşulları ve Irak Savaşı’nın gölgesi, hazırlıkları olağanüstü boyuta taşıdıysa da inanılmaz bir performansla üstesinden gelinerek, gözlemcilerden tam puan aldı. 2000’in üzerinde görevlinin yer aldığı, 25.000 seyircinin, 380 yerli-yabancı basın mensubunun birebir izlediği, 186 ülkenin ekranında bir hafta boyunca konuk olmayı başaran bu dev organizasyon sportif başarısının çok ötesinde Türkiye adını Dünya Şampiyonası’nda duyurmaya başladı.

Türkiye bu referansıyla bugün sadece 17 ülkenin yer aldığı birçoğunun sırada beklemeyi göze aldığı, Formula 1’in kapılarını da açan önemli bir anahtarın sahibi olmuştu.

4.2.2. Gerçekleşme Aşamaları

Formula 1 projesinin Türkiye’de gerçekleştirilmesi yönünde federasyon çatısı altında 1997 yılından itibaren sürdürülen temas ve çalışmaların ardından, FIA Başkanı Bernie Ecclestone’ın resmi nitelikteki niyet mektubu Türkiye hakkındaki olumlu görüşlerinin de açık bir göstergesi olarak 9 Ocak 2002 tarihinde TOMSFED’e ulaştırdı ve pistin tamamlanması halinde 2005 sezonunda ülkemizin Formula 1 takviminde yer alacağını sözünü verdi.

28 Mart 2002 tarihinde Formula 1’in patronu Bernie Ecclestone ülkemizi ziyaret etmiş ve Sabiha Gökçen Havaalanı’nda yaptığı basın toplantısında Türkiye için Formula 1’e açıkça yeşil ışık yakmıştı (2).

Ecclestone, “Türkiye bu organizasyonu gerçekleştirebilecek kriterlere sahiptir. Şampiyona da yarışan bütün takımlar ülkenize gelmek istiyor. Türkiye adeta bugüne kadar kendini saklamış. Doğal koşulları ve iklimi ile insanı büyüleyen bir ülkeniz var. Takvimdeki tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de Formula 1 ile birlikte, turizm patlaması yaşanacaktır. Böylece saklı kalan Türkiye ortaya çıkabilir. Ancak, öncelikle pistin yapılması gerekiyor. Mevcut diğer adaylar içinde (Rusya,

Çin, Mısır, Bahreyn) Türkiye'nin öne çıkabilmesi için pistin tamamlanması önemli.” dedi (2).

Artık sıra Türkiye’de idi ve artık gözler Ankara gündeminde çevrildi.

4.2.2.1. Formula 1’in İlgili Bakanlar ve Üst Düzey Yöneticilere Tanıtımı

29 Nisan 2002 tarihinde, Ankara’da bakanlar düzeyinde “Türkiye Hız Kazanıyor” konseptiyle bir konferans gerçekleştirildi. Kamuoyunun tüm sorularına bir açıklık getirmesi hedeflenen ve Türkiye’nin Formula 1 konusundaki, son kararını FIA’ya bildirmesi için sadece 60 günlük sürenin kaldığı mesajını vermeyi hedefleyen konferans, Ankara Sheraton Otel’de düzenlenmişti.

Formula 1 Derneği üyesi Nuri Çolakoğlu’nun sunumu ile gerçekleştirilen toplantıda Formula 1’e ilişkin detaylar, potansiyel fırsatlar ve projenin gerçekleştirilmesi için yapılması gerekenler üzerinde duruldu.

Mümtaz Tahincioğlu çok büyük tanıtım ve ekonomik katkı sağlayacak bu imkanın Türkiye’nin ayağına kadar geldiğini belirterek, “Bu projeyi gerçekleştirmek için gereken tüm ön çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Geriye bir tek Türkiye’nin bu projeye sahip çıkması, halkı, devleti, yatırımcısı ve medyasıyla destek vermesi kalmıştır.” dedi. Sigara karşıtlarına da artık Formula 1’de sigaranın umursanmadığını, teknolojinin gündemde olduğunu söyleyerek, tıpkı FIA gibi kendilerinin de sigara reklamlarına ve motor sporlarındaki sigara sponsorluklarına tamamen karşı olduklarını belirtti. Bu, sigara sponsorlukları tartışmasına son noktayı koymuş oldu (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

Toplantıya katılan Kültür Bakanı İstemihan Talay, Sanayi ve Ticaret Bakanı Ahmet Kenan Tanrıkulu, projenin Türkiye için kaçırılmaması gereken bir organizasyon olduğunu belirterek, yapılması gerekenler hususunda sonuna kadar TOMSFED’e destek olacaklarını belirtirken, Devlet Bakanı Tuncay Toskay da bu büyük projenin artık kaçırılmaması gereken bir noktada olduğunu ifade ederek kamu, federasyon ve özel sektörün el ele vermesi gerektiğine dikkat çekti (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

Türkiye Odalar Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rıfat Hisarcıklıoğlu ise, Formula 1'in üst seviyede desteklenmesinin spor sanayinin de desteklenmesi olduğunu belirterek, "Bu projenin ülkemize çok yönlü büyük katkılar getireceği açıktır. İstatistiksel veriler bunun kanıtıdır. Ayağımıza kadar gelen bu fırsatı ülkemize nasıl kazandıracağımızı netleştirmek durumundayız. TOBB Başkanı olarak F1'in Türkiye'ye getirilmesi için elimizden gelen desteği vermeye hazırız." dedi (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.2.2.2. Projeye 57. Hükümet Onayı

24 Temmuz 2002 tarihinde Ankara'da toplanan Bakanlar Kurulu'nda Spordan Sorumlu Devlet Bakanı Fikret Ünlü'nün başvurusu ile gündeme konulan Formula 1 Türkiye projesi, Formula Derneği üyeleri tarafından Bakanlar Kurulu'na sunuldu ve FIA'nın Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nden beklediği garantörlük mektubu talep edildi.

57. Hükümetin daveti üzerine Formula Derneği, Bakanlar Kurulu'na yaptığı prezantasyon sonrasında Ankara'ya davet edildi ve hükümetin projeye destek verme kararını açıklamasıyla, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin Formula 1 organizasyonuna ev sahipliği yapmak için kararlı olduğunu içeren bir yazı da FIA Başkanı Bernie Ecclestone'a sunuldu (2).

4.2.2.3. Projenin İmzalanması ve Son Aşama

O tarihte sürdürülen yoğun ve zorlu müzakereler sonucunda FIA ile nihai anlaşmalar 29 Ağustos 2003 tarihinde İngiltere'de imzalandı. Yapılan anlaşma gereği ev sahipliği yapmaya hak kazanan Türkiye, en az 7 sene üst üste organizasyonu topraklarında düzenleme hakkını eline geçirdi. Bu hiç kuşkusuz Türkiye için iyi bir haberdi, yedi sene boyunca kazanılacak maddi gelirlerin yanı sıra paha biçilemeyecek bir Türkiye tanıtımı yapılması söz konusudur (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

Bundan sonraki adım ise teknik kriterlere uygun aday şehirler arasında yapılacak seçim sonrasında pistin tamamlanması idi.

Bu nedenle F1'in gerçekleştirileceği olası şehirler, FIA kriterleri çerçevesinde değerlendirilerek toplam üç şehir (İstanbul, İzmir, Antalya) finale kaldı.

Ecclestone, projenin gerçekleştirileceği kenti belirlemek için Ağustos ayında yaptığı ziyaretlerle incelemelerini tamamladı ve Kasım ayında kararını açıklayacağını belirterek Türkiye'den ayrıldı. Beklenen açıklama 18 Kasım 2002 tarihi itibarıyla Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu'na ulaştı. Ecclestone proje için İstanbul'da karar kılmıştı.

FIA Başkanı İstanbul'un Dünyaca bilinen kentlerden biri olması, konaklama ve lojistik gibi proje için büyük önem taşıyan kriterlere daha uygun olduğu inancı ile bu kararı aldığını açıklarken şu cümlelere yer verdi: "Çok dikkatli bir değerlendirme sonucunda, Antalya'nın tanıtımı, otellerin imkanları ve İzmir'in mükemmel turistik çekiciliği beni etkilemiş olsa da ben İstanbul'da karar kıldım. Bu kararımnda sadece İstanbul'un dünya çapında bir şehir olması değil, aynı zamanda takımların lojistik ihtiyaçları da etken olmuştur. Lojistik açıdan bakıldığında, Antalya ve İzmir'e göre İstanbul, turlar için uygun bir ulaşım mesafesinde bulunmaktadır. Umuyorum ki, İzmir ve Antalya'daki dostlarımız bu kararımı anlayışla karşılayacaklardır." (2).

Kent seçiminin tamamlanmasının ardından dünyaca ünlü F1 pistlerinin mimarlığını üstlenen Hermann Tikle, Akfırat beldesinde İTO tarafından tahsis edilen araziye inceleyerek, projenin çizimini 2003 Temmuz ayında tamamladı. Bu tarihten sonra temel atma töreninin yapılarak inşaata başlanması hususunda yasal prosedürlerin tamamlanması sürecine girildi. Temel atma için belirlenen tarih Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın programı çerçevesinde 10 Eylül 2003 olarak belirlendi (2).

4.2.2.4. Akfırat

Formula 1 pisti, Tuzla'ya bağlı Akfırat beldesi sınırları içerisinde olup, pistin inşaat ruhsatı her türlü yasal ve kanuni prosedür tamamlanarak 29 Kasım 2009 tarihinde Akfırat Belediyesi tarafından verilmiştir. Daha düne kadar hiç kimsenin nerede olduğunu bile bilmediği Akfırat, Formula 1'in inşasından sonra artık İstanbul'un yeni cazibe merkezi haline gelmiştir. Arazisi Tepeören köylülerinden

satın alınarak 1978 yılında kooperatif niteliğinde kurulan belde uzun bir süre Kartal ve Pendik ilçelerine bağlı mahalle olarak kaldı. Daha sonra da köy tüzel kişiliği kazanarak Tuzla'ya bağlandı. 1998 yılında belediye olma hakkını elde eden belde halkı, 1999 yılında yapılan mahalli seçimlerde ilk kez kendi belediye başkanını seçmek için sandık başına gitti. Coğrafi konum olarak İstanbul'un İzmit sınırında yer alan Akfırat, Tuzla ilçesinin 19 km kuzeyinde 5280 hektar arazi üzerine kurulu bir beldedir. Doğusunda Kocaeli, güneybatısında Tuzla ilçesi ve Orhanlı Beldesi, kuzeyinde ve batısında Pendik bulunmaktadır. Güneyinden TEM otoyolu ve İstanbul-İzmit eski devlet yolu geçmektedir. Bölge, engebeli bir arazi yapısına sahip olup, 1800 hektarlık kısmı makilik ve yer yer ormanlık alanlardan oluşmaktadır. Yerleşik ve gelişme alanları 3547 hektar olan bölgenin deniz seviyesinden ortalama 250 metredir. Tepeören ve Fırat olmak üzere 2 mahalleden oluşan beldenin nüfusu yaklaşık 13.000 kişidir. Beldenin en büyük özelliği ise hazine ve vakıf arazilerinin işgal edilmediği entel yerleşim alanlarından biri olmasıdır. Akfırat hazine ve vakıf arazilerini korumasını bilmiş ve kentleşme yolunda büyük adımlar atmıştır. (3)

Akfırat, Formula 1 gibi uluslar arası bir şansa sahip olduktan sonra çevrede yüzlerce villa ve konutlar yapılmıştır. Altyapı çalışmalarının da tamamlanmasından sonra dünyanın gözü bu yöreye çevrilmiş ve belki de İstanbul Park'tan en kazançlı çıkan Akfırat ve Akfırat nüfusu olmuştur (3).

4.2.2.5. Temelin Atılması ve Sonraki Hazırlıklar

Formula 1 İstanbul Grand Prix'i için hazırlanacak pistin temeli 10 Eylül 2003 tarihinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan tarafından Akfırat'ta atıldı. FIA Başkanı Bernie Ecclestone, dönemin İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve Formula İstanbul Yatırım A.Ş. Başkanı Mehmet Yıldırım, TOMSFED ve Formula Derneği Başkanı Mümtaz Tahincioğlu, çok sayıda bakan ile üst düzey bürokratın yer aldığı törende, yüzlerce meraklı da bu tarihi ana tanıklık etti ve birçoğu gerçekten inanılmaz görünen bu hayalin gerçekleşmesi karşısında gurur, şaşkınlık ve sevinçle töreni izlediler.

Dünya standartlarına uygun formatta yapılacak bu pist ile artık uluslararası kriterlerde mücadele edebilecek sporcu yetiştirilmesi, çeşitli eğitim çalışmalarının

gerçekleştirilmesi ve uluslararası diğer organizasyonların Türkiye’de yapılabilmesi yolunda çok önemli bir avantajın da kapıları açılmış olundu. Formula 1 fikrini ortaya çıkartan başta belirtilen 10 isim ise bu projede İTO’ya sportif danışmanlık rolünü üstlendiler. 25 Haziran 2003 tarihinde Formula İstanbul Yatırım Anonim Şirketi (FİYAŞ) ve Formula Derneğinin ortak yatırımları ile kurularak, 18 Ocak 2005 tarihinde TOBB’un da ortak olduğu Motor Sporları ve Organizasyon A.Ş. (MSO) İstanbul Tepeören’de inşaatı tamamlanmak üzere olan, dünyanın en modern Formula 1 pistlerinden birinin işletmesini üstlenmiş oldu. Böylece MSO teşvik edici firma olarak FIA ile tüm kontratları imzalamıştı. Formula 1 yarışı dışında daha bir çok organizasyona ev sahipliği yapabilmek adına anlaşmalar yapan şirket, pistin tüm reklam hakları, bilet satışları, halkla ilişkiler kampanyaları ve benzeri ticaret faaliyetleri yatırımcı şirket ile birlikte yürüttü (2).

Pistin inşaatı devam ederken, organizasyonun en önemli alt yapılardan biri olan sportif görevli ve gönüllülerin yetiştirilmesi, mevcutların yeniliklere adaptasyonunun sağlanması süreci başlamıştı. Formula 1 prosedürlerine ve yönetmeliklerine uygun olarak start alan bu operasyonun ilk adımı 2003 yılında atıldı. TOMSFED’in geleneksel eğitim programı içinde ayrı bir bölüm açılarak, pistin yarışlarının formatının 2005 itibariyle Formula 1 prosedürüne uygun hale getirilmesi kararı alındı. Müteahhit raporlarına bayrak ve zamanlamalar gibi pek çok kriter ilave edilerek, F1 sportif kültürünün yayılması ve tekniğinin yerleştirilmesi sürecine geçildi. 2004 sezonunda ise gözcü-gözetmenlerin ihtisaslaşması çalışmaları başlatıldı. 2005’e, hazırlanabilmek için tüm Türkiye genelinde aynı görevlilerin kullanılmasına özen gösterildi. 2004’te ise TOMSFED Eğitim Kurulu gözcü-gözetmen kadrosu sayısı arttırılmaya başladı. Oluşan yeni kadro Avrupa ve Dünya Ralli Şampiyonası organizasyonlarında dönüşümlü olarak görevlendirildi. Pist yarışlarında sürekli görevlendirilerek pratiklerinin artması sağlandı. 11 Aralık 2004 federasyon başkanlığı seçimlerinin ardından TOMSFED Başkanı Mümtaz Tahincioğlu MSO ve FİYAŞ’ın Macarlarla yaptıkları danışmanlık anlaşması çerçevesinde eğitim programının başlatılması gerektiğini söyledi. Bu paralelde, ilk olarak Eğitim Kurulu, Genel Koordinatör Banu Başeren, Spor Komitesi Başkanı Metin Çeker’in katılım ile Mazhar Demiralp’in başkanlığında yeniden düzenlendi. 22 Ocak 2005 tarihinden itibaren Türkiye’de genel olarak yürütülen eğitim

programının türü değiştirilerek, o güne kadar çok eğitim tarzında yürütülen çalışmalar, pist ağırlıklı olarak işlenmeye başlandı ve ulaşılan kitlenin niteliği artırıldı. 24 Şubat 2005 tarihinden itibaren ise yoğunlaştırılmış eğitim programı başladı. İlk eğitim seminerleri Türkiye Spor Yazarları Derneği'nde gerçekleştirildi. İstanbul, Kocaeli, İzmir, Bursa, Ankara, K.K.T.C ve Antalya'dan katılan 450 lisanslı görevli bir hafta boyunca İstanbul Grand Prix'ine hazırlandı. Eğitim sonrasında yapılan sınavlarla ise yeterlikleri tespit edilenler bir sonraki aşamaya geçerek kademeli olarak ilerlemeler sağlandı. Bu esnada TOMSFED Eğitim Kurulu programı çerçevesinde İzmir, İstanbul, Ankara, illerinde ikişer tur üzerinden eğitimler tamamlanarak toplam 2000 kişiye ulaşıldı. Organizasyonda pist içi sportif görevlerde 600 kişinin görev alması planlanırken, 2006 yılından itibaren de gözcü-gözetmenlerin sistem içinde tamamen ihtisaslaşması da hedef olarak koyuldu (1).

İkinci etap eğitimlerde yine aynı işbirliği çerçevesinden gelen yetkililer ile teorik ve uygulamalı derslere devam edilirken, çalışmalar sırasında yaşanan güzel gelişmelerde moralleri yükseltmeye devam etmişti.

Eğitimlerin üçüncü etabında ise bu kez Nisan ayının sonunda Türkiye'den bir ekip Macaristan'a gitti. 25 gözcü-gözetmen ve 5 üst düzey görevliden oluşan heyet Hungarion Pisti'nde ulusal şampiyona yarışında meslektaşlarıyla bayrak sallayarak, zaman turladılar. Bu çalışma üç tam gün sürdü. Bu sürece erişene kadar Türkiye içinde de çeşitli kuruluşlar Formula 1 ile ilgili aktiviteler gerçekleştirerek, organizasyonun tabana yayılmasında, kamuoyunun bilinçlendirilmesinde etkili çalışmalara imza attılar. Bunlardan biri de Mayıs ayında Sultanahmet Meydanı'nda gerçekleştirilen Renault takımı pilotu Fernando Alonso'nun "Renault Road Show"u idi. WRC öncesinde ilk kez F1 takımları ile işbirliğinin gerçekleştirildiği Türkiye'de ilk kez düzenlenen organizasyon büyük başarıyla tamamlandı ve takım üst düzey yetkililerinden son derece güzel övgüler aldı (1).

Yurtdışındaki çeşitli Grand Prix'lere giden yarış ofis görevlileri bu yarışlarda yapılan farklı uygulamaları değerlendirerek İstanbul'a döndüklerinde Formula 1 İstanbul Park Pisti'nin inşaatında artık son detaylar hazırlandı. Bu paralelde 23-24 Temmuz tarihlerinde bir test senaryosu planlanarak pistin üzerinde ilk denemenin gerçekleştirilmesine karar verildi. TOMSFED Eğitim Kurulu

koordinasyonunda organize edilen ve “F1 İstanbul Grand Prix”in de birebir görev alacak tüm gözcü-gözetmen, itfaiye, sivil savunma, teknik kontrol, kurtarma, güvenlik ve medikal grubun yanı sıra Anadolu Sağlık Hastanesi’nin de faaliyette olduğu operasyondaki en ilginç nokta ise pist üzerinde gerçekleştirilecek senaryonun kimse tarafından bilinmemesiydi. Bir askeri tatbikat disiplini ve hassasiyetinde hazırlanan bu çalışmada Doğu Motor Sporlarının katılımı ile mümkün olduğunca gerçeğe yakın bir çalışma gerçekleştirildi. Eksikler ve özen gösterilmesi gereken hususların altı çizilirken, son derece başarılı geçen organizasyonun ardından bu kez 36 kişilik bir ekip bir hafta sonra bir kez daha Hungaroring Pisti’ne gitti. Formula 1 yarışının koşulacağı ve ilk kez gerçek bir F1 yarışında meslektaşlarıyla görev yapacak ekip, hakem, güvenlik, araç hızlı tamir bölgesi, padok, güvenlik ve kurtarma, lojistik, yarış ofisi ve üst düzey görevlilerden oluşuyordu. Kendi branşlarında teorik ve pratik eğitimi aldıkları F1’de gerçek görevlerini gerçek bir F1 yarışında test etmek üzere Macaristan GP’de idiler. Türkiye’deki organizasyonda görevlerini en iyi şekilde yapmak üzere tüm dikkatleri ile organizasyona motive olan ekip ciddi bir deneyimle Türkiye’ye döndüğünde artık yarışa sadece üç hafta kalmıştı(11).

TOMSFED kadrosu rallilerden gelen deneyimlerini pist yarışlarındaki gözlemleri ile birleştirerek oluşturdukları organizasyon şeması ile artık yarışa hazırды.

TOMSFED’in ulusal otorite olmanın yanı sıra organizatör olarak bu yarıştaki sorumluluğu çok önemliydi. Çünkü uluslararası tanıtım gücü açısından ve otomobil sporlarının en prestijli bu organizasyonundan da başarı ile çıkmayı hedeflediler.

İşte iki kıtanın ortasındaki Türkiye’nin Formula 1’i alma süreci böyle gerçekleşti. Tüm bu çabaların ardından çok az aksamayla sonuçlanan 2005 ve neredeyse hatasız geçilen 2006 yılı İstanbul Grand Prix (GP) organizasyonları başarıyla tamamlandı. Ekibin hedefi, acemilik dönemlerini geçirdikleri bu iki sezon sonrası başarılı bir organizasyona imza atmaktır (2).

Pistin ve tesisin inşaatı ve tüm yatırımları Formula 1 İstanbul Yatırım A.Ş.(FİYAŞ) tarafından yapıldı. Pistteki bütün yarış ve organizasyonları ise MSO yürütmektedir. MSO dünyadaki en heyecan verici pistlerden biri olan İstanbul park pisti ve kompleksini dünya çapında düzenlenecek yarış ve diğer dev organizasyonlar için yüksek standartlarda bir merkez haline getirmeyi amaçlıyor ve bu vesileyle Türkiye'nin tanıtımına hem sportif hem ekonomik anlamda katkıda bulunmak, dünyada sporcular ve motor sporları organizasyonu konusunda bir örnek teşkil edip, yepyeni projeler için en büyük referans adresi olmayı hedefliyor. Yarışların dışında düzenlenecek olan diğer aktiviteler arasında uluslararası standartlarda organize edilmiş fuarlar, ileri sürüş okulları, güvenli sürüş teknikleri okulu, yarış okulları, karting kursları, karting yarışları, festivaller, kurumsal organizasyonlar, team-building organizasyonları, lansmanlar, iş toplantıları, konferanslar, koşu yarışları, konserler ve benzeri birçok proje planlanmaktadır (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.2.3. Projeye Katkı Sağlayan Kurumların Profilleri

Formula 1 Türkiye Grand Prix'in gerçekleşmesinde birçok kurum birlikte çalışmıştır. Etki alanları, yetkileri ve fonksiyonları farklı olmakla birlikte organizasyonun temellerini oluşturan bu kurumların kısaca profilleri şöyledir;

4.2.3.1. Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu (TOMSFED)

Gençlik Spor Bakanlığı'na bağlı olarak 1991 yılında kurulan Türkiye Otomobil ve Motor Sporları Federasyonu ülkemizde bu sporun organize biçimde yapılması yolunda atılmış en ciddi adımdır. İlk iki dönem başkanlığını Oyman Ataman'ın üstlendiği bu kurumun 1997 yılından itibaren başkanlığını Mümtaz Tahincioğlu yürütmektedir. 2004 yılında Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'ne başvurarak özerklik hakkını almıştır.

Mümtaz Tahincioğlu 2000 yılındaki federasyon başkanlığı seçimlerinde ikinci kez başkanlığa seçilmiş, 11 Aralık 2004 tarihinde gerçekleştirilen üçüncü dönem başkanlık seçimlerinde de aynı başarıyı tekrarlayarak, başkanlık görevini devam ettirmektedir. Formula 1'in Türkiye ayağını FIA adına düzenleme yetkisi

Türkiye Otomobil ve Motor sporları Federasyonu'na aittir (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

4.2.3.2. Motor Sporları ve Organizasyonları A.Ş. (MSO)

25 Haziran 2003 tarihinde FİYAŞ (Formula İstanbul Yatırım A.Ş.) ve Formula Derneği'nin ortak yatırımları ile kurularak, 18 Ocak 2005 tarihinde TOBB'un da ortak olduğu MSO İstanbul Tepeören'de inşaatı tamamlanmak üzere olan, dünyanın en modern ve hızlı pistlerinden olan, 5.3 km'lik Formula 1 pistini de içeren tüm kompleksin işletmesini üstlenmiştir. İstanbul Park pistinde gerçekleştirilecek tüm organizasyonları yürütmekle görevli MSO; Formula 1 dışındaki diğer ulusal ve uluslararası yarışa da İstanbul'da ev sahipliği yapmayı planlamaktadır. Dünya çapında diğer Formula 1 pistlerinde de gerçekleştirilen bu yarışlar arasında Deutsche Tourenwagen Meisterschaft (DTM), MotoGrand Prix (MotoGP), LMES gibi ulusal pist ve karting yarışları da yer almaktadır. Yarışların dışında düzenlenecek olan diğer aktiviteler arasında uluslararası standartlarda organize edilmiş fuarlar, ileri sürüş teknikleri okulu, güvenli sürüş teknikleri okulu, yarış okulları, karting okulları ve yarışları, festivaller, kurumsal organizasyonlar, team building organizasyonları, lansmanlar, iş toplantıları, konferanslar, koşu yarışları, konserler ve geliştirilebilecek birçok proje planlanmaktadır (www.fia.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.2.3.3. Formula İstanbul Yatırım A.Ş. (FİYAŞ)

FİYAŞ, 20 Şubat 2003 tarihinde İTO ve İTO Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından, her türlü motorlu araçlarla ilgili yarış organizasyonları düzenlemek için gerekli olan, pist ve benzeri tesislerin inşaatını yapmak, yapılan bu tesisleri satmak, kiralamak ve işletmek amacıyla kuruluyordu. Daha sonra 18 Ocak 2005 tarihinde TOBB'un da katılımıyla sivil toplum kuruluşunun ilk ve en büyük yatırımcı şirketi haline geliyordu. TOBB'un %50 ortaklığı ile finansal desteğin yanı sıra MSO Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini de Rıfat Hisarcıklıoğlu üstleniyordu. Hemen ardından ise Türkiye'deki İTO seçimleri sonrasındaki değişikliklerle Mehmet Yıldırım'ın yerine Murat Yalçıntaş göreve geliyor ve MSO yeni yönetim kurulu ile faaliyetlerine devam ediyordu (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.2.3.4. Formula Derneği

Formula Derneği, motor sporlarının içinden gelen ve bu sporun Türkiye'nin tanıtımı için yararlı bir şekilde kullanılabileceğine inanan üyelerden oluşmaktadı. Derneğin amacı, Formula 1'in Türkiye'de başarıyla gerçekleştirilebilmesi, pistin etkili biçimde işletilmesi ve elde edilecek gelirin ülkemizde motor sporlarının daha da geliştirilmesi için kullanılmasıdır (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.2.3.5. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

Odalar, Borsalar ve Birlik hakkındaki 5590 sayılı kanun 8 Mart 1950 tarihinde hazırlanmış, 15 Mart 1950 tarihinde 7457 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. 5590 sayılı kanun, yerin 1 Haziran 2004 tarihinde yürürlüğe giren 5174 sayılı kanuna bırakmıştır. TOBB, zel sektörün Türkiye'de mesleki st kuruluşu ve yasal temsilcisidir. TOBB'un halen yerel düzeyde, ticaret ve sanayi, deniz ticaret odaları ve borsalar şeklinde oluşmuş 364 yesi bulunmaktadır. Tüm lke çapında yayılmış olan oda ve borsalara, çeşitli büyüklüklerde ve bütün sektörlerden 1 milyon 200 binin üzerinde kayıtlı firma bulunmaktadır (www.msoistanbul.com, Erişim tarihi: 22.12.2007).

4.2.3.6. İstanbul Ticaret Odası (İTO)

1925 yılında yayımlanan Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunu'nun ardından, Yönetmeliklerin ıkması, Türkiye'deki birçok Oda'ya olduğu gibi İstanbul Ticaret Odası'na da hukuksal altyapı sağlayarak, tüzel kişilik haline getirdi. Bugün 98 Meslek Komitesi ve 300 bini aşan üyesiyle dünyanın en büyük Ticaret Odalarından biri olan İTO, ülkenin kalkınması ve yeniden bir dünya devleti haline gelmesi hedefine katkıda bulunmak üzere, 1927 yılında Milletlerarası Ticaret Odası'na ye olmuş, 1963 yılında bugün AB ilişkilerimizde nc olan İktisadi Kalkınma Vakfı'nı kurmuş ve 1993 yılında ise Akdeniz Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği (ASCAME)'ne ye olmuştur. UNIDO ile işbirliği çerçevesinde Yan Sanayi Borsası alışmaları ise 80'li yıllarda başlamıştır. Yine aynı yıllarda Oda'nın önderliğinde İstanbul Dünya Ticaret Merkezi kurulmuştur. 12 Nisan 1999 tarihinde çalışmalarını tamamlayarak,

dünyada ve ülkemizde ISO 9001 Kalite Belgeli ilk meslek kuruluşu olma unvanını elde etmiştir.

İTO'nun kalite konusundaki serüveni bununla da kalmamış, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nce, Türk Oda Geliştirme Programı çerçevesinde, Avrupa Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği (Eurochambres) ve İngiltere Odalar Birliği ile "Türk Odaları İçin Kalite Stratejisi" isimli bir çalışma başlatmış, söz konusu proje çalışmaları sonucunda İTO, Avrupa Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği Akreditasyon Kurulu tarafından yapılan denetim sonucunda aldığı yüksek puanla, "Avrupa'nın En İyi Odası" seçilmiştir.

2002 yılında Formula 1 İstanbul projesi başlatılmış ve 2004 yılında İstanbul, Formula 1 yarış takvimine alınmıştı (www.ito.org.tr, Erişim tarihi: 12.01.2008).

4.2.3.7. Uluslararası Otomobil Federasyonu (FIA)

1904'deki kuruluşundan bu yana FIA, dünyanın her yerinden motor ve otomobil etkinliklerinin ve kullanıcılarının çıkarlarını temsil etmeye kendini adanmıştır. FIA aynı zamanda motor sporlarının dünya çapındaki yönetim organıdır.

Yol ve pistin kombinasyonu, FIA'yı geniş bir yelpazeye yayılmış otomotiv, motorculuk, hareket özgürlüğü gibi pek çok konudan sorumlu bağımsız ve dünya çapında bir organ haline getirmiştir.

FIA kar amacı gütmeyen, 5 kıtadan, 122 ülkeden 207 ulusal motor sporları federasyonunu bir araya toplayan bir kuruluştur.

Federasyonun kulüpleri 100 milyonun üzerinde motor sporu tutkunu ve onların ailelerini temsil etmektedir. Bu, FIA'nın savunmaktan onur duyduğu bir davadır. Güvenlik, hareket özgürlüğü, çevre ve tüketici yasaları gibi konularda FIA aktif şekilde Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası organlara mensup motor sporları tutkunlarının çıkarlarını gözetmektedir (www.fia.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.2.3.8. Bernie Ecclestone

Formula 1'i bu denli ticari bir sektör haline getiren isimlerin başında ise dünyanın en önemli satış dehalarından biri olarak görülen İngiliz Bernie Ecclestone geliyor. 1971'de F1 İmalatçılar Birliği Genel Sekreteri, 1978'de Genel Başkanı oldu. 1987'de FIA'nın 2. başkanlığına getirilmesi F1 üzerindeki egemenliğini iyice arttırdı. F1'in yüzyıl boyunca tüm ticari haklarını üzerine geçirdi. F1 organizasyonunun tüm pazarlama haklarını elinde tutan Uluslararası Formula 1 Organizasyonu (Formula One Association-FIA) Başkanı olan Bernie Ecclestone hemen herkes tarafından F1'in sahibi olarak görülüyor. F1'in tüm dünyada ilgiyle izlenen bir spor etkinliği olmasında payı çok büyüktür. Ecclestone hakkında, 'Formula 1'i bugünkü haline getiren adam' düşüncesi hakimdir (19).

MSO yaptığı açıklamada, iki yıldır işletme görevini üstlendikleri İstanbul Park'tan büyük zarar ettiklerini ve burayı işletemediklerini açıkça dile getirdiler. Dolayısıyla zararın daha da büyümesini engellemek adına pisti, 2007 yılından 2021 yılına kadar Bernie Ecclestone'a kiraladıklarını ve yapılan anlaşma gereği pist kirasından yıllık 3 milyon euro ve kardan %10 pay alacaklarını ayrıca pistin bakım ve onarım maliyetinin de kiralayan kişiye ait olduğunu belirttiler. Bu sözleşmeden sonra İstanbul Park'ın yeni patronu Bernie Ecclestone olmuştu.

4.3. İstanbul Park'ın Özellikleri

İstanbul Ticaret Odası'na bağlı FİYAS'ın işverenliğinde, Evren Mühendislik ve İnşaat Ltd. tarafından inşa edilen Formula 1 İstanbul Yarış Pisti ve Tesisleri Projesi, Tuzla Tepeören mevkiinde bulunmakta ve toplam 2.215.000 metrekarelik bir alanı kaplamaktadır. Projede, çalışan mühendis sayısı 27, işçi sayısı toplam 2000, iş makinesi adedi 60 ve kamyon adedi ise 80'dir. Pisti Alman mimar Hermann Tielke tarafından çizilmiştir.

Maksimum 320.58 km/saat hıza ulaşılması öngörülen pist, 16 adet düşey kurp ile beraber iniş çıkışlı bir yapıya sahiptir.

F1 İstanbul tesisi içerisinde, 1.056'şar metrekare alana oturan toplam 7.392'şer metrekare, 2 adet 7 katlı, 37 metre yüksekliğinde VIP kuleleri ve 11.888

metrekare oturma ve 32.616 metrekare kullanım alanına sahip 2 katlı padok binaları bulunmaktadır. Basın mensupları için pistte 700 kişilik özel monitörlü bası odası ve fotoğraf çekimi için pistin çeşitli yerlerinde 100 adet kule bulunmaktadır.

12.700 metrekarelik alana oturan ana tribün, 30.000 kişi kapasiteye sahiptir. 60.000 kişilik geçici tribünler, 60.000 kişilik doğal tribünler ve 5.000 kişilik VIP locaları toplamda 155.000 kişinin yarışları aynı anda canlı seyretmesine olanak vermektedir. Ayrıca pistte 15 bin kapasiteli otopark alanı mevcuttur.

Proje kapsamında, çevre yolu ile iç yolları bağlayan 2 adet alt geçit, yaya ulaşımı için 3 adet üst geçit ile 2 adet alt geçit bulunmaktadır. Toplam toprak işleri olarak 2.600.000 metreküp kazı, 2.900.000 metreküp dolgu yapılmıştır. Evren Mühendislik ve İnşaat Ltd., F1 İstanbul Kompleksi inşaatında, uzatılmış vardiya düzeniyle günün 21 saati çalışmıştır.

Buradaki ilk yarış 21 Ağustos 2005 tarihinde yapıldı ve Mercedes takımından Fin pilot Kimi Raikonen bu yarışın galibi oldu. Sonraki 3 yarışta, 2006-2007-2008 yıllarında ise Ferrari takımından Brezilya'lı pilot Felipe Massa bitiş çizgisini en önde geçti ve 4 yarıştan üçünü kazanarak İstanbul Park'ı en çok kazanan pilot oldu (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

İstanbul park pistinde gerçekleştirilecek tüm organizasyonları yürütmekle görevli Motor Sporları ve Organizasyonları A.Ş. (MSO), 2007 yılına kadar İstanbul'da Formula 1 dışında diğer ulusal ve uluslararası yarışa da ev sahipliği yapmıştır. Bunlardan bazıları: LG Super Racing Weekend, DTM, MotoGP, Le Mans, karting yarışlarıdır (www.msoistanbul.com, Erişim tarihi: 22.12.2007). Pist Bernie Ecclestone tarafından kiralandıktan sonra ise bu organizasyonlar pist takviminden çıkarılmıştır.

4.3.1. Pistin Teknik Özellikleri

İstanbul Park dünyanın en modern üç pistinden biri olarak gösterilmektedir. Hız yapmaya ve araçların birbirini geçmesine oldukça müsait olduğu için her yarış oldukça heyecanlı geçmektedir. Saat yönünün tersine tur atılan iki pistten biridir. İstanbul Park'ı diğer pistlerden ayıran bir diğer özellik ise ulaşımı deniz yoluyla

yapılan tek pist olmasıdır. Takımların tırları Trieste'den (İtalya) feribota binerek İstanbul limanına ulaşmakta ve buradan da İstanbul Park'a gelmektedirler. İstanbul Park tur rekoru ise 2005 yılında attığı 1.24.770'lik tur zamanıyla BMW takımından Juan Pablo Montoya'nın elinde bulunmaktadır (www.formula1.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

- **Pist uzunluğu:** 5 bin 333 metre
- **Pist genişliği:** 14-21.5 metre
- **Çevreyolu uzunluğu:** 5 bin 482 metre
- **İç yolların toplam uzunluğu:** 2 bin 286 metre
- **Toplam viraj sayısı:** 14 (6 sağ-8 sol)
- **Toplam düzlük sayısı:** 4
- **En keskin viraj yarı çapı:** 15 metre
- **En uzun düzlük:** 720 metre
- **Başlangıç-bitiş düzlüğü uzunluğu:** 655.5 metre
- **Pist düşey kurp sayısı:** 16
- **En fazla hız:** 320.58 kilometre
- **Alt geçit sayısı:** 2
- **Üst geçit sayısı:** 3
- **Lastik bariyer sayısı:** 124 bin

4.3.2. Yarışlar Sırasında Piste Ulaşım

Pist, konum itibari ile oldukça rahat ulaşılan bir mevki de bulunmaktadır. Otobandan, çevre yollarından ve Şile yolundan sağlanan bağlantı yolları ile piste ulaşım kolaylaştırılmış ayrıca alınan biletlerle göre kullanılacak yollar organizasyon günlerinde çeşitlendirilmiştir. Piste gelen araç sayısını azamiye indirmek için 4 bilet alana 1 otopark bileti verildi ve bu sayede insanların toplanarak tek bir araçla gelmeleri sağlandı. Organizasyon günü yönlendirme tabela sayısı arttırılırken, ilgili yönlerde polis, jandarma ve özel güvenlik ekipleriyle izleyicilerin sorunsuz bir gün geçirmeleri için önlemler alındı.

Toplu taşıma araçları ile gelmek isteyenler için ise Mecidiyeköy, Atatürk Havaalanı, Pendik, Kadıköy, Taksim, Bostancı merkezlerinden piste ekspres otobüs

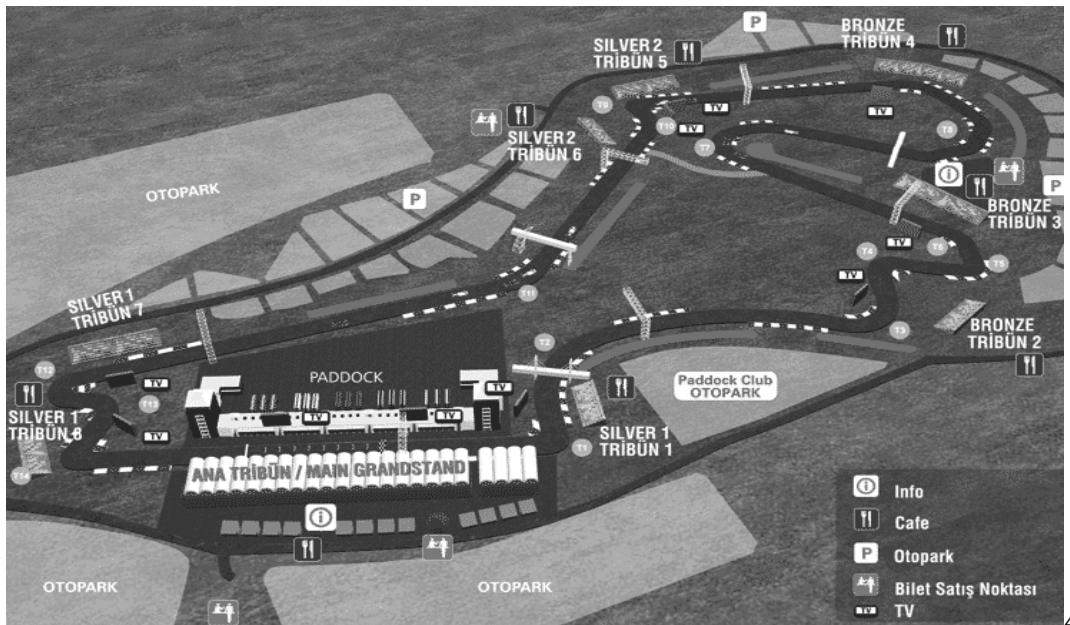
seferleri sunulmuştur. Ayrıca deniz otobüsleri ile de Bakırköy, Karaköy, Eminönü ve Kabataş iskelelerinden Pendik iskelesine sefer düzenlenmiş, buradan otobüslerle yarış severler piste ulaştırılmıştır. Pist etrafında sağlanan sürekli ring servislerle de seyir noktaları arasında ulaşım sağlanmıştır (www.fia.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

4.3.3. Tribün

İstanbul Park'ta genel olarak bakıldığında 30.000 kişilik ana tribün, 60.000 kişilik geçici tribünler, 60.000 kişilik doğal tribünler ve 5.000 kişilik VIP locaları olmak üzere aynı anda toplam 155.000 kişilik yarış izleme imkanı mevcuttur. Bu tribünler potansiyellerine ve izleme açılarına göre ise şu isimlerle sıralanmışlardır (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

- Paddock
- Ana Tribün
- Golden
- Silver
- Bronze
- Açık Alan

Resim 1. İstanbul Park Tribün Krokisi (www.fia.com, Erişim tarihi: 13.02.2008)



4.3.4. Tanıtım

Organizasyon için ilk tanıtım faaliyeti Sultanahmet meydanında Renault'un İspanyol pilotu Fernando Alonso'nun test sürüşüyle yapıldı. Bu aktivite Türk insanı için bir ilk olmuştu. Sonrasında Red Bull takımı pilotu David Coulthard yeni F1 aracı ile Boğaziçi köprüsünü kullanarak Avrupa kıtasından Asya kıtasına geçti. Bu olay dünyada Türkiye için oldukça büyük bir reklam olmuştu.

Organizasyon zamanı yaklaştıkça reklam ve tanıtım çalışmaları hız kazanıyordu. Otobüs süslemeleri, durak ve reklam panosu çalışmaları gibi çeşitli dış mekan çalışmalarının yanı sıra, hazırlanan dergi ve internet sayfalarıyla organizasyon hakkında izleyicilere çeşitli bilgiler ulaştırıldı. İstanbul bu organizasyon sayesinde farklı bir çehreye bürünmüştü.

Yarış sırasında da izleyicilere görsel ve işitsel olarak İstanbul tanıtımı ve yarış hakkında bilgiler verildi (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

4.3.5. İstanbul Park'ın Maliyeti

Proje başladığında İstanbul Park tesisi için harcanacak bütçe 155 milyon dolar olarak hesaplandı. Ancak proje tamamlandığında hesaplanmayan harcamalar, bağlantı yollarının inşası ve pistin altyapısına ayrılan bütçeler ile proje toplam 221 milyon dolara mal oldu. Bu rakamlar çoğu Formula 1 pistinden daha uygun rakamlardır. Örneğin Çin'de bulunan Şangay pisti 320 milyon dolara mal olmuştur.

Pist bakımı ve onarımı için yıllık ortalama 3.1 milyon euro harcanmaktadır. Ayrıca Formula 1 organizasyonunun düzenlenmesi için FIA'ya her yıl 13.5 milyon dolar katılım ücreti ve arazi için Vakıflar Arazi Müdürlüğüne yıllık 360 bin dolar ödenmektedir. Maliyet olarak sayabileceğimiz bazı anlaşma maddeleri vardır. Bunlar;

- Her yıl bilet gelirlerinin %45'i FIA'ya verilecektir.
- Her yıl ana sponsorluk anlaşmasının %75'i FIA'nın alacaktır.

- Yiyecek ve içecek standları ve organizasyon alanında kurulacak her türlü standın gelirinin tümü FIA'nın olacaktır.
- Her yıl yapılan yayın hakları gelirinden 4 milyon dolarlık bir pay FIA'ya verilecektir.

Görüldüğü gibi aslında birçok gelir elde edebileceğimiz bir organizasyonu ülkemize katmak adına yaptığımız anlaşma oldukça ağır şartlar içermektedir. İTO tarafından pistin Bernie Ecclestone'a devri sırasında yapılan "Çift haneli milyon dolarlık zararımız var." açıklamasının ise tek nedeni heyecanla hazırlanan bu anlaşmadır (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

4.3.6. İstanbul Park Gelir Kalemleri

Dünyada milyarlarca kişi tarafından ilgi ile izlenen ve beklenen Formula 1'in, düzenlendiği ülkelere de katkısı 50 milyon euro civarındadır. Amerikan Ekonomik Araştırma Firması Incontext tarafından FIA için 1996-1999 yılları arasında yapılan bir araştırmaya göre 11 yarış biletli toplam 2 milyon 100 bin kişi tribünlerden seyretmiştir. Aynı araştırmaya göre seyircilerin yüzde 77'sini, yarışın yapıldığı yere başka ülkelerden gelenler oluşturmaktadır. Bir seyircinin harcadığı ortalama günlük tutar 229 dolar iken, konaklama ve ülkelerarası ulaşım da eklendiğinde bu rakam 325 dolara ulaşmaktadır (18). Bunun yanı sıra rakamlarla ölçülemeyecek boyutta olan ülke tanıtım ve reklamları mevcuttur. Bu gelir kalemleri şu ana başlıklar altında toplanabilmektedir (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

4.3.6.1. Bilet Gelirleri

155.000 kapasiteli İstanbul Park'ta biletler açık alan biletleri hariç, 3 günlük kombine biletleri halinde satılmıştır. Tek günlük biletler ise sadece açık alan biletleri olmakta ve de sadece yurt içinden gelen izleyicilere ayrılmıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi 2006 yılında İstanbul park'ta düzenlenen Formula 1 yarışını izleyen toplam 138.000 kişi bilet geliri olarak 13.3 milyon euro gelir bırakmışlardır. 2005 yılında bu rakam 182.000 kişi ve 14.5 milyon euro idi (10). Bu yıl düzenlenen yarışa bakıldığında Gold tribün biletleri 300 €'dan satılmıştır. Diğer ülkelerin bu yılki bilet

fiyatlarına bakıldığında Gold tribün biletleri 300 € - 410 € arasında değişiklik göstermektedir (www.fia.com, Erişim tarihi: 13.02.2008).

Tablo 1. 2006 Yılı İstanbul Park tribün gelirleri (21)

	Tribün Kapasitesi	Kombine (YTL)	Yabancı yüzdesi	TOPLAM (YTL)	Yabancı toplamı (YTL)
Super Gold	6200	580	50%	3.596.000	1.798.000
Super Gold Junior	620	290	30%	179.800	53.940
Gold 1	7200	530	50%	3.816.000	1.908.000
Gold 1 Junior	720	265	30%	190.800	57.240
Gold 2	4780	460	50%	2.198.800	1.099.400
Gold 2 Junior	480	230	30%	110.400	33.120
Silver 1	7500	360	40%	2.700.000	1.080.000
Silver 1 Junior	750	180	20%	135.000	27.000
Silver 2	5000	300	40%	1.500.000	600.000
Silver 2 Junior	500	150	20%	75.000	15.000
Silver 3	16500	250	40%	4.125.000	1.650.000
Silver 3 Junior	1650	125	20%	206.250	41.250
Bronze	21000	170	45%	3.570.000	1.606.500
Bronze Junior	2100	85	30%	178.500	53.550
Açık Alan Cuma	1000	20		20.000	0
Açık Alan Cumartesi	1000	30		30.000	0
Açık Alan Pazar	10000	75		750.000	0
Açık Alan Kombine	35000	90	34%	3.150.000	1.071.000
Açık Alan Kombine Junior	5000	45	24%	225.000	54.000
TOPLAM (YTL)				26.750.550	11.148.000
TOPLAM (EURO)				13.344.380	5.561.125

4.3.6.2. Konaklama Gelirleri

Formula 1'in bir diğer önemli gelir kalemi ise konaklama gelirleridir. Yarışların düzenlendiği 3 gün boyunca İstanbul Park çevresindeki otellerin doluluk oranı %100'e ulaşmıştır. Hatta bu alanda gösterilen büyük talebe karşılık verilemediğinden İstanbul Park civarında bulunan ilçelerden Pendik, Kartal ve Tuzla gibi yerlere yeni oteller yapılmaktadır.

Formula 1 izleyici profili 3 tipten oluşmaktadır. Yurt dışından ve şehir dışından gelenler grubu konaklama için harcama yaparken, şehir içi izleyici tipi bu hesaplamanın dışında tutulmaktadır. Bu hesaplama göre Tablo 2' de 2006 yılındaki yarışta bu iki gruba artı olarak VIP tribününde yarışı izleyen grup konaklama harcamaları hesaplanmıştır. Buna göre 2006 yılında yarış boyunca toplam 19.4 milyon euro konaklama harcaması yapılmıştır. Bunlara ek olarak takımların da

konaklama giderleri vardır. Bu takım giderleri takımdan takıma değişiklik göstermektedir. Örneğin Ferrari takımı ekibinin her elemanını 4 ya da 5 yıldızlı otelde konaklatırken, Williams BMW takımı daha mütevazı otelleri tercih etmektedir. Ortalama olarak bir takım bir sezonda 7 milyon euro konaklama harcaması yapmaktadır (10).

Tablo 2. İzleyici konaklama giderleri (21)

OTEL FİYATLARI			
KATEGORİ	KAPASİTE (Kişi)	FİYAT (3 GÜN)	TOPLAM TUTAR
1 YILDIZ	3500	€ 100	€ 350.000
2 YILDIZ	11000	€ 150	€ 1.650.000
3 YILDIZ	13000	€ 200	€ 2.600.000
4 YILDIZ	12000	€ 300	€ 3.600.000
5 YILDIZ	16000	€ 700	€ 11.200.000
	GENEL TOPLAM		€ 19.400.000

4.3.6.3. Ulaşım Harcamaları

Bu harcama kaleminde İstanbul ve Türkiye dışından gelen seyircilerin ulaşım harcamalarının yanında, takımların ulaşım masrafları (araç kiralama ve helikopter ulaşımı) ve misafirlerin kiraladıkları araba giderleri de bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda bu grupta 2006 yılında yapılan yarışta 1.5 milyon euro'luk bir gelir elde edilmiştir. Bu veri Tablo 3'de diğer harcamalar ile birlikte gösterilmektedir (10).

4.3.6.4. Yiyecek-İçecek Harcamaları

Bu gruba giren harcamalar İstanbul Park içerisinde ve dışarısında yapılan yiyecek-içecek harcamalarıdır. İstanbul Park içerisinde yiyecek ve içecek satışları için Coca-Cola firması ve Formula 1'in resmi sponsoru Fosters içecekleri ile anlaşılmıştır. Coca-Cola bu 3 günlük anlaşma için 750.000 euro'luk bir harcama yapmıştır. 2007 yılında yapılan yarış günleri satılan bazı ürünlerin fiyatları ise şöyledir (10);

Kola – 5 YTL

Hamburger – 8 YTL

Su – 3 YTL

Çay – 4 YTL

Dondurma – 5 YTL

Bu gelir başta da değinildiği gibi bütünüyle FIA'ya aktarılmaktadır. İstanbul Park dışında yapılan yiyecek-içecek harcamaları hakkında ise kesin bir araştırma yapılmamakla birlikte 4.3 milyon euro civarı olduğu söylenmektedir (10).

4.3.6.5. Takım Harcamaları

Formula 1 Petrol Ofisi Türkiye Grand Prix'e yarışmacı olarak 11 takım katılmaktadır. Bu takımların yarış alanı içi ve dışındaki harcamaları takımlara göre değişkenlik göstermekle birlikte takım başına ortalama 650.000 Euro civarındadır. Yani 11 takımın harcaması toplam 7 milyon Euro etmektedir. Bu harcamaların büyük kısmı konaklama ve piste helikopter transferleri oluşturur. Bunlar dışındaki harcamalar ise araba kiralama, güvenlik, bazı ekipman, yeme içme gibi masraflardır (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

4.3.6.6. Sponsorlar ve Yayın Hakları

İstanbul Park pisti için Petrol Ofisi firması 3 yıllık isim anlaşması için 4 milyon euro vermiştir. Ayrıca pist içindeki çeşitli firmalardan sponsorluk karşılığında hizmet alma sözleşmesi yapılmıştır. Örneğin Siemens firması ile yapılan anlaşmaya göre pistin bakım ve alt yapı harcamalarına karşılık reklam yapabilme imkanı verilmiştir. Intercity araba kiralama firması ise 25 kiralık aracına karşılık pistte reklamını yapabilmektedir.

Bir diğ er gelir kalemi ise yayın haklarıdır. Yarışların  lkemizde yayınlandığı 2005 yılında CNN Türk ile yapılan anlaşma gereğı 4 yıl yarışları CNN Türk kanalı yayınlayacak ve karşılığında 14 milyon dolar verecektir. Bu rakam yarışlar İstanbul'a gelmeden önce NTV tarafından ödenen yıllık 750 bin dolardı (10).

Formula 1'i canlı yayınlayan kanal ve izleyici sayılarının 2008 yılı dünya örneklerine bakıldığında Almanya başı çekmektedir. Şifresiz yayın yapan RTL kanalı ile şifreli yayın yapan Premiere kanalı toplam 780 saatlik Formula 1 yayınları ile Almanya'yı bu alanda 1.  lke yapmışlardır. Almanya'da televizyon izleyici sayısı toplam 72.8 milyon iken, bunların %46.8'i yani 34.1 milyonu Formula 1 izleyicisidir. İtalya'da ise 2 kanal yayın yapmakta ve televizyon izleyicilerinin %68.8'i Formula 1'i takip etmektedirler. Bu oranlar Polonya'da %65.2, İspanya'da %76.4, İngiltere'de %48.1, Brezilya'da %68.9, Çin'de %8.6, Japonya'da %30.8, Rusya'da %14.5, Fransa'da %53.3 ve ABD'de %3.5'dir (18).

4.3.6.7. Diğ er Harcamalar

Bu gruptaki harcamalar İstanbul Park içerisinde yapılan t-shirt, şapka, dergi gibi alışverişler, emlak hareketleri ve ülke tanıtımı gibi etkenlerdir.

İstanbul Park'taki alışverişlerde yapılan harcama 500 bin euro civarındadır. Bu gelir, firma lisanslı ürünler satışı ve dergi satışı gibi etkenlerden elde edilmektedir.

Tüm bu olanlar aslında en çok yarışların yapılacağı Akfırat Beldesini kalkındırmıştır. F1 pistinin bölgede inşa edileceğı duyulunca, dönümü 5 bin-10 bin YTL arasında değı en arsa fiyatları 20 bin-100 bin YTL'ye çıkmış, bir yılda 7 bin 800 adet tapu el değı tirmiş ve böylece ortalama 3 bin hektar arazi satılmıştır. Bölge halkının kazançlarından başka tapu değışimi sırasında vergi ve işlem gelirleri de Türkiye açısından iyi bir maddi kaynak olmuştur (10).

Maddi gelirlerden başka, 45.000 turistin Türkiye'ye getirilmesine ve ülkemizin yüz milyonlarca insana tanıtılmasına da vesile olan bu organizasyonun gerçek getirisi bunun çok ötesindedir. Kaldı ki, böylesi önemli bir organizasyona her

yıl sorunsuz bir şekilde ev sahipliği yapması Türkiye'nin Olimpiyatlara ya da Dünya Kupası'na ev sahipliği yapma ihtimalini de güçlendirecektir.

2006 yılında yapılan yarışa gelen izleyicilerin yaptıkları harcamalar Tablo 3'de açıklanmıştır. Buna göre toplam 43 milyon euro hesaplanan bir gelir elde edilmiştir (www.deloitte.com, Erişim tarihi: 29.09.2007).

Tablo 3. 2006 yılı İstanbul Park izleyicilerinin harcama kalem ve miktarları (21)

Yabancı Seyirci	
Harcama Türü	Harcanan Miktar
Bilet	5.561.125 €
Otel	15.730.000 €
Yeme İçme	4.320.000 €
Ulaşım	562.500 €
Diğer	562.500 €
TOPLAM	26.736.125 €
İstanbul Dışından Gelen Yerli Seyirci	
Harcama Türü	Harcama Miktarı
Bilet	2.373.000 €
Otel	2.622.000 €
Yeme İçme	2.025.000 €
Ulaşım	900.000 €
Diğer	312.500 €
TOPLAM	8.232.500 €
İstanbul Seyircisi	
Harcama Türü	Harcanan Miktar
Bilet	5.410.310 €
Yeme İçme	1.980.000 €
Diğer	687.500 €
TOPLAM	8.077.810 €

4.3.7. İstanbul Park'ın Türkiye'nin Tanıtım ve İmajına Etkisi

İmaj, herhangi bir objeye veya fikre yönelik bireylerin zihninde oluşan bir resim olarak nitelendirebiliriz. Bu resim, o objeye yönelik düşünceleri ve değer yargılarını içermektedir (6). Dolayısıyla imajın bireyin bir objeye veya fikre yönelik olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini, duygularını ve hislerini tanımlayan

tutumlarla (19) büyük ölçüde örtüştüğü söylenebilir. Tutumların davranışlara dönüşme özelliği de genel olarak bilinmektedir.

Bu çerçevede, ülkeler de birer obje olarak değerlendirilebileceğine göre bireylerin ülkeler hakkındaki imajları o ülkeye özgü değerlendirmelerini, duygularını ve hislerini tanımlayacaktır. Bu değerlendirmeleri birey o ülkeye özgü herhangi bir kararında kullanabilecektir. Böylece, örneğin bireyin o ülkenin ürünlerinin kalitesiz olduğuna dair bir imajı varsa o ülkenin ürünlerini tercih etmeyecektir. Benzer şekilde ülkenin kültürel özelliklerinin diğer ülkelerden farklı olduğunu düşünüyorsa, o kültürel özelliklerini görmek için ülkeyi ziyaret etmeyi düşünebilecektir.

Yukarıda belirtilenler kapsamında ülkeye ait doğru, olumlu ve kuvvetli bir imaj oluşturma sürecinde ülkenin tanıtımı gerekmektedir. Ülke tanıtımında Halkla İlişkiler kapsamında yer alan tanıtım faaliyetlerinin sistematik kullanılması başarılı sonuçlar verebilir. Tanıtım mal ve hizmetlerin, markaların, kişilerin, yerlerin, fikirlerin, etkinliklerin, örgütlerin ve hatta ulusların belirlenmiş bir hedef kitleye sunumudur (7).

Tanıtım bir ülke için yapıldığında, o ülkenin diğer ülkelerdeki imajı etkilenebilir istenmektedir. Ülke hakkında olumlu bir imaj oluşturmak, düşünceleri değiştirmek, varsa yanlış düşünce ve önyargıları ortadan kaldırmak istenildiğinde karşımıza bir araç olarak dış tanıtım çıkmaktadır (20). Dış tanıtım, bir ülkenin tanıtım, bir ülkenin dünyadaki diğer ülkeler arasında bir yer edinmesi ve olumlu imaj sağlayarak iyi bir görünüm kazanması için yapılan, dış ülkelere dönük, siyasal, ekonomik, kültürel ve turistik faaliyetlerin tümüdür (5; 8). Fuarlar, sergiler, yarışmalar, festivaller, şenliklerin yanı sıra Olimpiyatlar, FIFA Dünya Kupası gibi uluslararası organizasyonların da özel olarak ülkelerin dış tanıtımı açısından önemli olduğu belirlenmektedir (12; 13).

Bu faaliyetleri tanıtım açısından, esas olarak, iki boyutu vardır. Birincisi, bu etkinlikler aracılığıyla insanların ilgisini çekmek ve insanları bu etkinlikten haberdar etmek için tanıtım kullanılabilir (19). İkinci boyutta ise, etkinliğe katılanların basında yer alarak ve kulaktan kulağa bu etkinlik ve etkinliği düzenleyenlerden bahsetmesi ile tanıtım sağlanabilir (22; 4; 8).

Tanıtım özel olarak ülkemiz için değerlendirildiğinde; bugün Türkiye'nin dışarıdan nasıl tanındığı konusunda büyük bir imaj sorunu olduğu ortadadır (19). Türkiye, esas olarak çoğu ülkenin sahip olmadığı kültür ve turizm zenginliklerini elinde bulunduran, konumu ile de benzersiz özelliklere sahip bir ülkedir. Ancak önemli olan sadece bunlara sahip olma değil, bunların varlığının diğer ülkeler tarafından bilinip, bu avantajları ülke yararına değerlendirebilmektir.

Öyleyse, bu imajın birçok açıdan olumlu bir şekilde değiştirilebilmesi için sistematik tanıtım çalışmalarına ihtiyaç vardır. İşte bu kapsamda olmak üzere, Formula 1 gibi uluslararası büyük organizasyonların Türkiye'nin imajını olumlu yönde etkilemesi beklenebilir.

Ülke imajı, bir kimsenin belirli bir ülke hakkındaki tanımlayıcı, çıkarımsal ve bilgisel inançlarının ve düşüncelerinin toplamıdır (19). Ülke imajı kavramı, literatürde genelde ürünle ilişkilendirilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülke imajı, alıcıların ürünleri değerlendirmesinde menşei ülkenin etkisini yansıtan bir kavram olarak değerlendirilmektedir (8). Ancak bu çalışmada kullanılan ülke imajı kavramı sadece ürünle ilişkilendirilmiş dar bir kavram değil, ülkenin birçok açıdan insanlar tarafından nasıl algılandığını yansıtıcı nitelikteki, insanların düşünceleri ve inançları olarak ele alınmaktadır. Söz konusu bu inanç ve düşünceler o ülkeye yönelik olarak siyasal, ekonomik, kültürel ve turistik boyutlarda oluşacaktır. Öyleyse, ülke imajının siyasal, ekonomik, kültürel ve turistik olmak üzere dört bileşenden oluştuğu söylenebilir.

Siyasal imaj, ülkenin algılanan politik amaçları, uluslararası hedefleri ve yönetim şekli olarak tanımlanabilir. Ülkede demokrasi ya da diktatörlüğün hakim olması, sivil ya da askeri hükümetin olması, ülkenin siyasal imajını etkileyen faktörlerdendir. Siyasal imajın oluşturulmasında, güçlendirilmesi ya da değiştirilmesinde dış siyasal tanıtım kullanılabilir (19). Dış siyasal tanıtıma, uluslararası alanda veya hedef ülkede kişi, grup, örgüt ve kurumları etkilemek yoluyla, kişi, grup, örgüt ve ülke aleyhindeki olumsuz durumları, olumlu hale getirerek dış politikaya destek sağlama faaliyetlerinden oluşmaktadır. Türkiye olarak 2006 yılındaki Formula 1 yarışından sonra siyasi imajımızı sarsacak çok büyük bir hata yapmış bulunmaktayız. Yarışı kazanan Massa'ya kupasını K.K.T.C

Cumhurbaşkanı Mehmet Ali Talat'ın vermesi Türkiye'de spora siyasetin karıştığını dünya kamuoyunun gözleri önüne sermiştir. Bu olaydan sonra FIA belki de yarışları ülkemizden çekeceğini belirtmiştir. Yapılan görüşmeler sonrasında Türkiye 5 milyon dolarlık para cezası ödemek zorunda kalmıştır.

Ekonomik imaj, ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durum ve göstergelerin yorumlanmasıyla insanları zihninde oluşan o ülkeye ait resim olarak tanımlanabilir. Ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi, seri ya da el ile üretime ağırlık vermesi, sanayileşmişlik seviyesi, istihdam maliyetleri, ekonomik çevrenin istikrarı, tarım ürünlerini ithal ya da ihraç etmesi, emek ya da teknoloji ağırlıklı üretim şekli, üretim kalitesi, yaşam standartları gibi unsurların değerlendirilmesi sonucu ülkenin ekonomik imajı şekillenmektedir (19). İnsanların zihninde ekonomik alanda iyi bir resim çizmek, güçlü ve olumlu bir imaj yaratmak için, ülkenin ekonomik kalkınmasına yardımcı olacak, dış ticaretini geliştirecek, siyasal ve ekonomik politikalara uygun olarak, devlet birimleri ve devlet dışı örgütler tarafından dış ülkelerde ekonomik tanıtma faaliyetleri yürütülebilir. Dış ekonomik tanıtım, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke için yabancı sermaye çekilmesi açısından yarar sağlayabilir.

Kültürel imaj, bir ülkenin manevi değerlerinin, tarihinin, çağdaş hedeflerinin, sanat ve spor faaliyetlerine verdiği değerin insanlar tarafından ne şekilde bilinip, tanıdığı ve algılandığı olarak tanımlanabilir (19). Öyleyse, bir ülkenin tarihini, sanatını, manevi değerlerini, spora verdiği önemi, çağdaş eserlerini kısaca kendi yaşam biçimini tanıtmayı ise, bütünüyle ülkenin imajını ve dış kültürel imajını güçlendirmek amacıyla yapılan, dış kültürel tanıtımdır. Günümüzde kültürel tanıtım amacıyla spor, sanat aktiviteleri ve festivaller yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu gibi aktiviteler ülkenin dış dünyadaki tanıtımı ve iyi bir imaj oluşturmaları için önemli olabilir (8). Formula 1 İstanbul Grand Prix'i ülkemizde son yıllarda yapılan dış kültürel tanıtım aktivitelerine örnek olarak verilebilir. Kültürel imajı güçlendirmek için yapılan tanıtım uygulamaları seyirci, dinleyici, izleyici, okuyucu için çekici olmalıdır, sürekli yapılmalı ve bu etkinliklerin diğer etkinliklerle çakışmamasına ve ölü mevsimlerde yapılmamasında özen gösterilmelidir.

Turistik imaj, ülkenin sahip olduğu doğal güzelliklerine, tarihi eserlerine, sosyal ve kültürel hayatına, iklimine, hijyenine, güvenliğine, konaklama olanaklarına, ülke mutfağına, hizmet kalitesine, misafirperverliğine, ulaşım imkanlarına, ürün fiyatlarına yönelik imajdır ve rekabetçi avantaj yaratmada stratejik bir silah olarak değerlendirilmelidir (19). Tanıtımdan anlaşılacağı üzere, sosyal ve kültürel hayatın da turistik imajın bir bileşeni olması sebebiyle, turistik imajın, yukarıda ele alınan kültürel imajı da içine aldığı ve dolayısıyla daha önemli hale geldiği söylenebilir.

Uluslararası spor organizasyonları ile ülkenin turistik imajının ve dolayısıyla, genel olarak ülke imajının olumlu yönde farklılaştırılabileceği ifade edilebilir. Bir uluslararası spor organizasyonu olan Formula 1 önemli bir tanıtım faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Ancak, Formula 1' in yapıldığı ülkelerin imajına olan etkisi yazarın bilgisi dahilinde şu ana kadar araştırılmamıştır.

Formula 1, yazılı basında da büyük yer kaplayan, kamuoyu yaratan bir organizasyondur. Yarıшта Almanya, İtalya, İngiltere, İsviçre de Fransa gibi çeşitli ülkelerden 2007 sezonuna kadar 11 takım; bu sene itibari ile 12 takım yarışmaktadır. Her takımın 2 aracı bulunmakta böylece geçen yıllarda 22, bu seneden başlayarak 24 araç farklı becerilere sahip pilotlar tarafından sürülmektedir. Bütün bu verilere bakıldığında Formula 1 dünyanın gözünü ülkemize çevirmesi için bir fırsattır. İstenilen turistik amaçlara ulaşılması için ise bir araçtır.

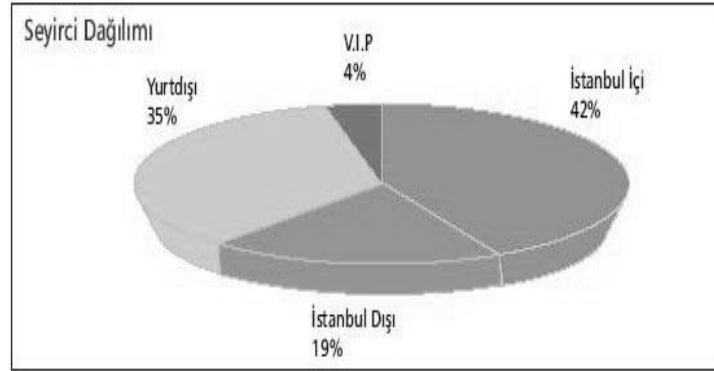
2008 yılında Conde Nast Traveler isimli bir seyahat dergisinin yaptığı araştırmaya göre, katılımcı oyları sonucu İstanbul Park dünyanın en güzel 3. Formula pisti olarak seçilmiştir. Sıralamada İspanya ilk sırayı alırken, Macaristan en iyi 2. pist olarak seçilmiştir (9).

4.3.8. İstanbul Park'ta Yapılan İlk İki Yarışın İzleyici Sayıları

Her Formula 1 Grand Prix'ini dünyada ortalama 2 milyar kişi izlemektedir. Ülkemizde 2005 yılındaki yarış düzenlenmeden yapılan araştırmalarda, İstanbul Park'ı 3 günlük organizasyon boyunca 240.000 kişinin ziyaret edeceği öngörülmüştür. Yarış günü ise 45.000'i yabancı olmak üzere 130.000 kişinin

tribünleri dolduracağı tahmin edilmekteydi (21). Ama organizasyon sonunda ortaya çıkan rakamlar planların tutmadığını gösterdi. 2005 yılında yapılan ilk yarışta 3 günde toplam 182.500 kişi İstanbul park'ı ziyaret etti. Yarış günü ise 81.000 kişi tribündeki yerlerini almıştı. 2006 yılına gelindiğinde ise toplam ziyaretçi sayısı 138.000 kişiye düşmüş fakat yarış günü 83.000 kişi ile izleyici sayısında bir artış yaşanmıştır. Toplamda iki yarış boyunca takım elemanları hariç 320.500 kişi İstanbul Park'ı ziyaret etmiştir. 2006 yılının izleyici dağılımı incelendiğinde ise %35'lik bir oranın yurtdışından gelen yarış severler olduğu görülmektedir. İstanbul dışından gelen izleyicilerin oranı %19, İstanbul içinden gelen izleyici oranı ise %42'dir (21).

Tablo 4. 2006 yılı İstanbul Park'a gelen izleyici oranları (21)



5. GEREÇ VE YÖNTEM

5.1. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, analitik yöntem ve anket yöntemi birlikte kullanılmıştır. Anket yöntemi ile toplanan bilgi ve veriler tanımlayıcı istatistikler ve ki-kare istatistik testi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, basit ve çapraz tablolar kullanılmak sureti ile yorumlanmış ve bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

5.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma Formula 1'in Türkiye'de düzenlenme sürecini, yarışların Türkiye'ye ekonomik etkilerini ve İstanbul Park'tan izleyicilerin memnuniyet derecelerini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Araştırma İstanbul Park'ta organizasyon sırasında gerçekleşen aksaklıkların tespit edilmesi ve giderilmesi açısından önemlidir. Sonraki yıllarda bu aksaklıkların giderilmesi asıl hedef olan ülke imajını oluşturmada Türkiye'ye artı puan kazandıracaktır.

5.1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırma 2006, 2007 ve 2008 yıllarında yarışları canlı izlemiş yerli ve yabancı kişileri kapsamaktadır. Söz konusu kişilerin İstanbul Park hakkındaki genel düşüncüyü yansıttığı varsayılmıştır. Araştırma uygulanan kişilere yönelik önceden bilgi toplanmasına gerek duyulmamıştır.

Bu araştırma, belirli bir zaman birimindeki durumu gösteren kesitsel bir araştırmadır. Bu zaman birimi, uygulamanın yapıldığı 2006 ve 2007 yıllarının Ağustos ayları ve 2008 yılının Mayıs ayıdır.

5.1.3. Araştırma Metodolojisi

Araştırma bu çalışmanın önceki bölümlerinde işlenen bilgiler ışığı altında uygulanan anket ve anketlerin istatistiksel değerlendirmesi yöntemi ile yapılmıştır.

5.1.3.1. Veri Toplama Gereci

Araştırmada veri toplama amacıyla anket uygulamasından faydalanılmıştır. Bu amaçla geliştirilen anket formu, demografik özellikler, seyir yeri, bilet durumu, ulaşım olanakları, hizmetler, aktiviteler ve tanıtım olmak üzere 7 ana başlıkta 49 sorudan oluşmaktadır. Anketin Türkçe örneği Ek 1’de, İngilizce örneği ise Ek 2’de verilmektedir.

Ankette izleyicilere, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir düzeyi gibi demografik özellikleri, tribün tercihleri, bilet temin şekli ve şikayetleri, ulaşım şekilleri ve bu süre zarfındaki şikayetleri, aldıkları hizmetler hakkındaki yorumları, organizasyon sırasında düzenlenen aktiviteler hakkındaki yorumları, organizasyon tanıtımı hakkındaki yorumları sorulmuştur.

Anket formunda yer alan sorular üç seçenekli (Evet / Kısmen / Hayır) ve çoklu seçenekli soru tiplerinden oluşmaktadır. Anket formu araştırmacı tarafından özgün olarak hazırlandıktan sonra soru ve seçenekler içerik ve kapsam bakımından uzmanlar tarafından gözden geçirilmiştir.

5.1.3.2. Araştırma Modeli

Araştırma tanımlayıcı araştırma modeli ile gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı araştırma modeli, araştırma konusu itibariyle mevcut durumun analiz edilmesini ve araştırmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlamaktadır. Buna göre araştırmada izleyicilerin İstanbul Park memnuniyetleri hakkında bilgi toplanmaya çalışılmıştır.

5.1.3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

Cevaplayıcıların;

- Cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, gelir düzeyleri gibi demografik özellikleri,
- Bilet temini sırasında yaşanan sıkıntılara ilişkin görüşleri,

- Bilet fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşleri,
- Yiyecek-içecek fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşleri,
- Takımlara ait ürün fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşleri,
- Yarış sırasında verilen bilgilerin yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yapılan tanıtımların yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışlara katılımın yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışları izlemeye gelen yabancı turistlerin sayısının yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğuna ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğuna ilişkin görüşleri,

ile cevaplayıcıların yurtiçi ve yurtdışı itibari ile geldikleri yerler arasında bir ilişki vardır.

Ayrıca;

Cevaplayıcıların;

- Genel katılımın yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışa gelen yabancı turist sayısının yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz tanıtımına katkısına ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz ekonomisine katkısına ilişkin görüşleri,

ile geldikleri ülkeler arasında bir ilişki vardır.

5.1.3.4. Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Araştırmada elde edilen sonuçlar ilk önce frekans dağılımları aracılığıyla sunulmuş ve incelenmiştir.

Veriler Ek 1’de örneği verilen bir anket formu ile toplanmış, verilerin çözümlenmesinde SPSS 14.0 (Statistical Package for Social Sciences) istatistik paket programı kullanılmıştır.

Cevaplandırılmış 270 anketten 263 si değerlendirilmeye alınmıştır. Yanlışlıkla çift cevap işaretlenen ve işaretlenmeyen ve de anketin mantığı gereği cevaplandırılması istenmeyen sorular cevapsız işlemine tabi tutulmuş ve değerlendirmeye alınmamıştır.

Verilerin çözümlenmesinde istatistiksel işlemlerden frekans ve yüzde yöntemleri ve ki-kare istatistik analizi kullanılmıştır.

5.1.3.5. Araştırmanın Evreni (Ana kütle)

Araştırmanın ana kütesini, 2006 ve 2007 yıllarında Formula 1'i İstanbul Park'ta canlı izlemiş yerli ve yabancı kişiler oluşturmaktadır. Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yöntemi ana kütle hakkındaki mevcut bilgileri kullanarak ana kütleyle daha iyi temsil edecek, tesadüfi örnekler oluşturmaya yarayan bir örneklem türüdür.

Yöntemi kullanabilmek olabildiğince farklı sosyal statüdeki ve farklı gelir gruplarında yer alan tüketicilere ulaşmaya çalışılmıştır. Olabildiğince heterojen bir örneklem oluşturabilmek için pistin bütün tribünlerinden kişiler ile görüşmeler yapılarak örneklem oluşturulmaya çalışılmıştır.

5.1.3.6. Anket Uygulaması

Araştırmanın gerçekleştirilmesi için hazırlanmış olan 270 adet anket formunun 263 ü Formula 1'i İstanbul Park'ta canlı izlemiş bir örnekleme uygulanmıştır. Örneklem grubundaki 7 kişinin anketi değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca daha sonra yarışları canlı izlemiş 7 kişi ile yüz yüze yapılan görüşmede anket uygulanmış ve böylece toplam uygulanan anket sayısı 263 olmuştur.

Anket formlarının cevaplanması sırasında gerekli tüm açıklamalar yapılmış ve anketi doldurmaları için her türlü destekte bulunulmuştur. Kişilerin testlere samimi ve doğru cevaplar vermelerini sağlamak için kimlik bilgileri istenmemiştir.

6. BULGULAR

6.1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Tablo 5: Cevaplayıcıların cinsiyetlerine göre dağılımları

Cinsiyet	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Bay	147	55.9
Bayan	116	44.1
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan bireylerin %55.9'u bay ve %44.1'i bayanlardan oluşmaktadır. Buna göre bayların, yarışlara bayanlara göre daha fazla ilgi gösterdikleri düşünülmektedir.

Tablo 6: Cevaplayıcıların yaş gruplarına göre dağılımları

Yaş Grupları	Gözlem Sayısı	Yüzde %
20 ve altı	38	14.4
21-30 arası	74	28.1
31-40 arası	84	31.9
41-50 arası	46	17.5
51 ve üzeri	21	8.0
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan bireylerin ağırlıklı olarak %31.9'u 31-40 yaş grubu arasında oldukları, diğer bireylerin %28.1'i 21-30 yaş grubu arasında, %17.5'i 41-50 yaş grubu arasında, %14.4'ü 20 yaş ve altında ve %8'i 51 ve üstü yaş grubunda oldukları gözlenmektedir.

Tablo 7: Cevaplayıcıların eğitim durumlarına göre dağılımları

Eğitim Durumu	Gözlem Sayısı	Yüzde %
İlköğretim	23	8.7
Lise	109	41.4
Üniversite / Yüksekokul	131	49.8
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan bireylerin %49.8'i üniversite veya yüksekokul mezunu, %41.4'ü lise mezunu, %8.7'si ilköğretim mezunudur. Cevaplayıcıların yarıya yakını üniversite veya yüksekokul mezunudur. Buna göre üniversite ve yüksekokul mezunlarının, Formula 1 sporuna daha fazla ilgi gösterdikleri gözlenmektedir.

Tablo 8: Cevaplayıcıların gelir durumlarına göre dağılımları

Gelir Düzeyi	Gözlem Sayısı	Yüzde %
500 YTL ve altı	58	22.1
501-1000 YTL arası	41	15.6
1001-1500 YTL arası	50	19.0
1501-2000 YTL arası	33	12.5
2001 YTL ve üzeri	81	30.8
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan bireylerin %30.8'i 2.001 YTL ve üzeri, %22.1'i 500 YTL ve altı, %19'u 1.001-1.500 YTL arası, %15.6'sı 501-1.000 YTL arası ve %12.5'i 1.501-2.000 YTL arası gelir düzeyine sahiptir. Buradan gelir düzeyi yüksek olanların organizasyona daha çok ilgi gösterdikleri bunun da nedeninin yüksek bilet ücretleri olduğu tahmin edilmektedir.

Tablo 9: Cevaplayıcıların tribün tercihlerine göre dağılımları

Tribün	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Paddock	37	14.1
Ana tribün	40	15.2
Golden	52	19.8
Silver	46	17.5
Bronze	43	16.3
Açık alan	45	17.1
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan bireylerin %19.8'i Golden, %17.5'i Silver, %17.1'i Açık alan, %16.3'ü Bronze, %15.2'si Ana tribün ve %14.1'i Paddock tribünlerinden yarışı takip etmişlerdir. Buna göre çoğu katılımcının tribün tercihinin, Golden tribünlerden yana olduğu gözlemlenmektedir. Bunun sebebinin, yarışlar için önemli bir an olan yarış başlangıç yerine görüş açısından en hakim iki tribününden birinin Golden tribünler olması ve Golden tribünleri biletlerinin, başlangıç alanına diğer hakim tribün olan Paddock tribününe göre daha uygun fiyattan temin edilebildiği olarak düşünülmektedir.

Tablo 10: Cevaplayıcıların yarışları nereden izlemeye geldiklerine göre dağılımları

Nereden izlemeye geldiniz	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Yurtiçi	152	57.8
Yurtdışı	111	42.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, %57.8'i İstanbul Park'a yurtiçinden, %42.2'si yurtdışından gelmişlerdir. Buna göre cevaplayıcıların yarsından fazlası yarışları izlemeye yurtiçinden gelmişlerdir. Buna rağmen yarışları izlemeye yurtdışından gelen cevaplayıcıların oranı da yüksektir.

Tablo 11: Cevaplayıcıların yarışlara geldikleri ülkelere göre dağılımları

Ülkeler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Almanya	18	6.8
Amerika	9	3.4
Bulgaristan	12	4.6
Finlandiya	9	3.4
İngiltere	10	3.8
İrlanda	10	3.8
İspanya	6	2.3
Macaristan	6	2.3
Polonya	10	3.8
Rusya	10	3.8
Türkiye	152	57.8
Ukrayna	6	2.3
Yunanistan	5	1.9
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, %57.8'i Türkiye'den, %6.8'i Almanya'dan, %4.6'si Bulgaristan'dan, %3.8'i İngiltere'den, %3.8'i İrlanda'dan, %3.8'i Polonya'dan, %3.8'i Rusya'dan, %3.4'ü Amerika'dan, %3.4'ü Finlandiya'dan, %2.3'ü İspanya'dan, %2.3'ü Macaristan'dan, %2.3'ü Ukrayna'dan ve %1.9'u Yunanistan'dan İstanbul Park'a gelmişlerdir. Buna göre Türk izleyicilerden sonra en fazla izleyicinin Almanya'dan İstanbul Park'a geldiği

düşünülmektedir. Diğer yandan, İstanbul Park’a en az katılımın Yunanistan’dan olduğu gözlenmiştir.

6.2. Cevaplayıcıların Seyir Yeri ve Bilet Durumu

Tablo 12: Cevaplayıcıların biletlerini temin ettikleri yerlere göre dağılımları

Biletlerini Temin Ettikleri Yer	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Biletix	165	62.7
Gişeden	16	6.1
Sponsor Firmalar	71	27.0
İTO	9	3.4
TOSFED	2	.8
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan bireylerin %62.7’si biletlerini Biletix’ten, %27’si biletlerini sponsor firmalardan, %6.1’i biletlerini Gişelerden, %3.4’ü biletlerini İTO’dan ve %0.8’i biletlerini TOSFED’den temin etmişlerdir. Cevaplayıcıların çoğunlukla bilet temin yeri tercihlerini Biletix firmasından yana kullandıkları gözlemlenmektedir. Bunun sebebinin, Biletix’e kolay ulaşım olması ve biletleri rahatlıkla temin edebilme imkanının olduğu düşünülmektedir.

Tablo 13: Bilet temini sırasında sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Bilet temini sırasında yaşanan sıkıntıya ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	31	11.8
Kısmen	24	9.1
Hayır	208	79.1
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Bilet temini sırasında herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı?” sorusuna yüksek oranda %79.1’i hayır cevabını verdikleri gözlenmektedir. Buna karşın diğer bireylerin %11.8’i evet ve %9.1’i kısmen cevaplarını vermiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı bilet temini sırasında herhangi bir sıkıntı yaşamamışlardır. Buradan başarılı bir bilet organizasyonu yapıldığı düşünülmektedir.

Tablo 14: Bilet fiyatlarının uygun olup olmadığına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Bilet fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	78	29.7
Kısmen	103	39.2
Hayır	82	31.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Bilet fiyatları uygun muydu?” sorusuna %39.2’si kısmen cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %31.2’si hayır ve %29.7’si evet cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcılar genel olarak bilet fiyatlarının uygun olduğunu düşünmektedirler. Ancak verilen cevaplara göre biletlerin pahalı olup olmadığı konusunda genel bir yargıya varmak mümkün gözükmemektedir.

Tablo 15: Bilet noktalarında sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	43	16.3
Kısmen	59	22.4
Hayır	161	61.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Bilet noktalarından içeriye girerken herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı?” sorusuna %61.2’si hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %22.4’ü kısmen ve %16.3’ü evet cevaplarını vermiştir. Bilet noktalarından içeriye girerken büyük çoğunluk herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını belirtmiştir. İçeri giriş ve çıkışlarda başarılı bir organizasyon yapısının olduğu buradan gözlemlenmektedir.

6.3. Cevaplayıcıların Ulaşım Durumu

Tablo 16: Cevaplayıcıların İstanbul Park’a gelirken vasıta tercihlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Özel araçla	166	63.1
Toplu taşımacılık	97	36.9
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, %63.1’i İstanbul Park’a özel araçlarıyla, %36.9’u toplu taşıma araçlarıyla gelmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu özel araçlarıyla İstanbul Park’a gelmişlerdir. Bu tercihlerin, yarışlar esnasında İstanbul Park’ta trafik ile ilgili sorunları da beraberinde getirdiği düşünülmektedir.

Tablo 17: Cevaplayıcıların trafikte sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	85	32.3	51.2
Kısmen	55	20.9	33.1
Hayır	26	9.9	15.7
Toplam	166	63.1	100.0
Toplu taşıma araçlarıyla gelenler	97	36.9	
Toplam	263	100.0	

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “İstanbul Park'a giderken ve dönerken trafik yoğunluğundan kaynaklanan bir sıkıntı yaşadınız mı?” sorusuna özel araçla gelen bireylerin %51.2 oranında evet, %33.1 oranında kısmen ve %15.7 oranında da hayır cevabını vermişlerdir. Verilen cevaplara göre cevaplayıcıların yarısından fazlasının trafikte sıkıntı yaşadıkları düşünülmektedir. Buna göre bu konu üzerinde iyileştirme çalışmalarına ihtiyaç vardır.

Tablo 18: Cevaplayıcıların güvenlik önlemlerinde sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	30	11.4	18.1
Kısmen	34	12.9	20.5
Hayır	102	38.8	61.4
Toplam	166	63.1	100.0
Toplu taşıma araçlarıyla gelenler	97	36.9	
Toplam	263	100.0	

Özel araçla gelen bireyler, “Güzergah üzerinde güvenlik önlemlerinden kaynaklanan bir sıkıntı yaşadınız mı?” sorusuna %61.4 oranında hayır, %20.5 oranında kısmen ve %18.1 oranında da evet cevabını vermişlerdir. Buna göre cevaplayıcıların büyük bir çoğunluğunun, güzergah üzerinde güvenlik açısından herhangi bir sorunla karşılaşmadıkları düşünülmektedir.

Tablo 19: Cevaplayıcıların bağlantı yollarında sıkıntı yaşanmasına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	35	13.3	21.1
Kısmen	47	17.9	28.3
Hayır	84	31.9	50.6
Toplam	166	63.1	100.0
Toplu taşıma araçlarıyla gelenler	97	36.9	
Toplam	263	100.0	

Özel araçla gelen bireyler, “Bağlantı yollarından kaynaklanan bir sıkıntı yaşadınız mı?” sorusuna %50.6 oranında hayır, %28.3 oranında kısmen ve %21.1 oranında da evet cevabını vermişlerdir. Cevaplayıcıların yarısının, bağlantı yollarından kaynaklanan bir sıkıntı yaşamadıkları gözlemlenmektedir.

Tablo 20: Cevaplayıcıların yönlendirme işaretleri ve görevlilerine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	91	34.6	54.8
Kısmen	48	18.3	28.9
Hayır	27	10.3	16.3
Toplam	166	63.1	100.0
Toplu taşıma araçlarıyla gelenler	97	36.9	
Toplam	263	100.0	

Özel araçla gelen bireyler, “Yönlendirme işaretleri ve görevlileri yeterli miydi?” sorusuna %54.8 oranında evet, %28.9 oranında kısmen ve %16.3 oranında da hayır cevabını vermişlerdir. Cevaplayıcıların yarısından fazlasının, yönlendirme işaretlerini ve görevlilerini yeterli buldukları gözlemlenmektedir.

Tablo 21: Cevaplayıcıların otopark sıkıntısına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	73	27.8	44.0
Kısmen	38	14.4	22.9
Hayır	55	20.9	33.1
Toplam	166	63.1	100.0
Toplu taşıma araçlarıyla gelenler	97	36.9	
Toplam	263	100.0	

Özel araçla gelen bireyler, “Otopark sorunu yaşadınız mı?” sorusuna %44 oranında evet, %33.1 oranında hayır ve %22.9 oranında da kısmen cevabını vermişlerdir. Buna göre, otopark konusunda cevaplayıcıların çoğunun sıkıntı yaşadıkları düşünülmektedir. Bu konuda gerekli düzenlemeler ve çalışmalar yapılmalıdır.

Tablo 22: Cevaplayıcıların otobüs sefer sayısına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	41	15.6	42.3
Kısmen	24	9.1	24.7
Hayır	32	12.2	33.0
Toplam	97	36.9	100.0
Özel araçlarıyla gelenler	166	63.1	
Toplam	263	100.0	

Toplu taşıma araçları ile gelen bireyler, “Otobüs sefer sayısı yeterli miydi?” sorusuna %42.3 oranında evet, %33 oranında hayır ve %24.7 oranında da kısmen cevabını vermişlerdir. Cevaplayıcıların çoğunluğunun, otobüs sefer sayısını yeterli buldukları görülmektedir.

Tablo 23: Cevaplayıcıların otobüslerin kalkış nokta sayısına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	33	12.5	34.0
Kısmen	30	11.4	30.9
Hayır	34	12.9	35.1
Toplam	97	36.9	100.0
Özel araçlarıyla gelenler	166	63.1	
Toplam	263	100.0	

Toplu taşıma araçları ile gelen bireyler, “Otobüslerin kalkış nokta sayısı yeterli miydi?” sorusuna %35.1 oranında hayır, %34 oranında evet ve %30.9 oranında da kısmen cevabını vermişlerdir. Buna göre, cevaplayıcıların çoğunun otobüs sefer nokta sayısında eksiklikler gördükleri düşünülmektedir.

Tablo 24: Cevaplayıcıların otobüs kalkış saatlerine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	59	22.4	60.8
Kısmen	28	10.6	28.9
Hayır	10	3.8	10.3
Toplam	97	36.9	100.0
Özel araçlarıyla gelenler	166	63.1	
Toplam	263	100.0	

Toplu taşıma araçları ile gelen bireyler, “Otobüsler planlanan saatte hareket etti mi?” sorusuna %60.8 oranında evet, %28.9 oranında kısmen ve %10.3 oranında da hayır cevabını vermişlerdir. Buna göre cevaplayıcıların çoğu, otobüslerin kalkış saatlerinde herhangi bir problem yaşamamışlardır.

Tablo 25: Cevaplayıcıların otobüslerin kalabalık olduğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	71	27.0	73.2
Kısmen	17	6.5	17.5
Hayır	9	3.4	9.3
Toplam	97	36.9	100.0
Özel araçlarıyla gelenler	166	63.1	
Toplam	263	100.0	

Toplu taşıma araçları ile gelen bireyler, “Otobüsler kalabalık mıydı?” sorusuna %73.2 oranında evet, %17.5 oranında kısmen ve %9.3 oranında da hayır cevabını vermişlerdir. Buna göre cevaplayıcıların büyük bir kısmı otobüslerin kalabalıklığından dolayı rahatsız olmuşlardır. Bu yönde otobüs sefer saatlerinin arttırılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

Tablo 26: Cevaplayıcıların otobüslerin temizlik açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	39	14.8	40.2
Kısmen	48	18.3	49.5
Hayır	10	3.8	10.3
Toplam	97	36.9	100.0
Özel araçlarıyla gelenler	166	63.1	
Toplam	263	100.0	

Toplu taşıma araçları ile gelen bireyler, “Otobüsler temizlik açısından yeterli mi?” sorusuna %49.5 oranında kısmen, %40.2 oranında evet ve %10.3 oranında da hayır cevabını vermişlerdir. Cevaplayıcılar otobüslerin temizlik açısından değerlendirilmesinde çoğunlukla “kısmen” cevabını vermişlerdir. Bu konuda gerekli çalışmaların yapılıp bu şikayetlerin azamiye indirilmesi gerekmektedir.

Tablo 27: Cevaplayıcıların otobüslerin havalandırma açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

	Gözlem Sayısı	Yüzde %	Geçerli Yüzde %
Evet	6	2.3	6.2
Kısmen	35	13.3	36.1
Hayır	56	21.3	57.7
Toplam	97	36.9	100.0
Özel araçlarıyla gelenler	166	63.1	
Toplam	263	100.0	

Toplu taşıma araçları ile gelen bireyler, “Otobüsler havalandırma açısından yeterli mi?” sorusuna %57.7 oranında hayır, %36.1 oranında kısmen ve %6.2 oranında da evet cevabını vermişlerdir. Cevaplayıcıların çoğunluğunun, otobüsleri havalandırma açısından yetersiz buldukları gözlemlenmiştir.

6.4. Hizmetlerin Durumu

Tablo 28: Cevaplayıcıların seyir noktaları arasında ulaşımın yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	123	46.8
Kısmen	77	29.3
Hayır	63	24.0
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Seyir noktaları arası ulaşım yeterli miydi?” sorusuna %46.8’i evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %29.3’ü kısmen ve %24’ü hayır cevaplarını vermiştir. Buna göre seyir noktaları arasındaki ulaşım konusunda, genel olarak cevaplayıcılar memnun kaldıkları gözlemlenmektedir. Sorun yaşayanların oranı az olsa da bu konuda çalışmalara devam etmek gerekmektedir.

Tablo 29: Cevaplayıcıların tribünlerin konumlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	129	49.0
Kısmen	81	30.8
Hayır	53	20.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Tribün konumu yeterli miydi?” sorusuna %49’u evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %30.8’i kısmen ve %20.2’si hayır cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların yarıya yakınının tribünlerin konumlarını yeterli buldukları gözlemlenmektedir.

Tablo 30: Cevaplayıcıların alan içerisindeki güvenliğin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	171	65.0
Kısmen	55	20.9
Hayır	37	14.1
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Alan içerisinde güvenlik yeterli miydi?” sorusuna %65’i evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %20.9’u kısmen ve %14.1’i hayır cevaplarını vermiştir. Buna göre cevaplayıcıların büyük bir kısmının güvenlik konusunda organizasyonu başarılı buldukları düşünülmekte ve bu konuda herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirttikleri görülmektedir.

Tablo 31: Cevaplayıcıların görevli personel sayısının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	146	55.5
Kısmen	79	30.0
Hayır	38	14.4
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Görevli personel sayısı yeterli miydi?” sorusuna %55.5’i evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %30’u kısmen ve %14.4’ü hayır cevaplarını vermiştir. Personel sayısının yeterliliğini, cevaplayıcıların büyük bir kısmının uygun buldukları gözlemlenmektedir.

Tablo 32: Cevaplayıcıların görevli personelin seyirciye davranışlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	177	67.3
Kısmen	73	27.8
Hayır	13	4.9
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Görevli personelin seyirciye davranışları uygun muydu?” sorusuna %67.3’ü evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %27.8’i kısmen ve %4.9’u hayır cevaplarını vermiştir. Buna göre görevlilerin izleyiciye uygun davranmadığı konusunda çok az bir cevaplayıcı oranı görülmektedir ve organizasyon komitesinin bu konuda başarılı bir hazırlık dönemi geçirdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 33: Cevaplayıcıların yiyecek-içecek alanlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	108	41.1
Kısmen	95	36.1
Hayır	60	22.8
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Yiyecek-içecek alanları yeterli miydi?” sorusuna %41.1’i evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %36.1’i kısmen ve %22.8’i hayır cevaplarını vermiştir. Bu konuda cevaplayıcıların çoğu memnun kalsa da, diğer oranlara bakıldığında bu konuda bazı düzenlemelere gidilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 34: Cevaplayıcıların yiyecek-içecek hizmetlerinin kalitesine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	101	38.4
Kısmen	115	43.7
Hayır	47	17.9
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Yiyecek-içecek hizmetleri kaliteli miydi?” sorusuna %43.7’si kısmen cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %38.4’ evet ve %17.9’u hayır cevaplarını vermiştir. Buna göre yiyecek-içecek hizmetleri konusunda bazı düzeltmelere gidilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 35: Yiyecek - içecek hizmetlerindeki servis hızına ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	68	25.9
Kısmen	87	33.1
Hayır	108	41.1
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Yiyecek-içecek hizmetleri yeteri kadar hızlı mıydı?” sorusuna %41.1’i hayır cevabını verdikleri, buna karşın diğer bireylerin %33.1’i kısmen ve %25.9’u evet cevaplarını verdikleri gözlenmektedir. Burada, cevaplayıcıların hizmet yeterliliği konusunda önemli sorun yaşadıkları ve bunun nedeni olarak yiyecek-içecek noktaları yeterli olsa da, burada çalışan sayısının veya çalışanların tecrübesinin yeterli düzeyde olmadığı düşüncesini ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 36: Cevaplayıcıların yiyecek-içecek fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	53	20.2
Kısmen	84	31.9
Hayır	126	47.9
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Yiyecek-içecek fiyatları uygun muydu?” sorusuna %47.9’u hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %31.9’u kısmen ve %20.2’si evet cevaplarını vermiştir. Yiyecek içecek fiyatlarının pahalı olduğunu düşünenlerin oranı yarıya yakındır.

Tablo 37: Cevaplayıcıların tribünlerin temizlik açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	154	58.6
Kısmen	92	35.0
Hayır	17	6.5
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Tribün temizliği yeterli miydi?” sorusuna %58.6’sı evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %35’i kısmen ve %6.5’i hayır cevaplarını vermiştir. Verilen cevaplardan, temizlik konusunda tribünlerde herhangi bir problem yaşanmadığı düşünülmektedir.

Tablo 38: Cevaplayıcıların tuvalet temizliğinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	112	42.6
Kısmen	100	38.0
Hayır	51	19.4
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Tuvaletlerin temizliği yeterli miydi?” sorusuna %42.6’sı evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %38’i kısmen ve %19.4’ü hayır cevaplarını vermiştir. Buna göre tuvalet temizliğinde büyük çoğunluk sorun yaşanmadığı düşünülmektedir fakat yinede yüksek oranda sorun yaşayan cevaplayıcılar mevcuttur. Bu konuda bazı düzeltmelere ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Tablo 39: Cevaplayıcıların İstanbul Park alanı içerisinde sabit telefon ile görüşme imkanının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
<i>Evet</i>	132	50.2
Kısmen	12	4.6
Hayır	119	45.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “İstanbul Park alanı içerisinde sabit telefon ile görüşme imkanı mevcut muydu?” sorusuna %50.2’si evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %45.2’si hayır ve %4.6’sı kısmen cevaplarını vermiştir. Buna göre cevaplayıcıların yarısının sabit telefonla görüşmede sıkıntı yaşadıkları görülmektedir. Bunun nedeni olarak sabit telefonların tribünlere eşit olarak dağıtılmaması olduğu düşünülmektedir.

Tablo 40: Cevaplayıcıların cep telefonu servis hizmetlerinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	17	6.5
Kısmen	60	22.8
Hayır	186	70.7
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Cep telefonu servis hizmetleri ile ilgili sıkıntı yaşadınız mı?” sorusuna %70.7’si hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %22.8’i kısmen ve %6.5’i evet cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların yaklaşık dörtte üçü telefonla iletişim sorunu yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bölgeye yapılan altyapı yatırımının, bu tip sorunların yaşanmasını engellediği düşünülmektedir.

6.5. Aktivitelerin Durumu

Tablo 41: Cevaplayıcıların simülasyon aktivitelerinin altyapı açısından yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	143	54.4
Kısmen	45	17.1
Hayır	75	28.5
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Simülasyon aktiviteleri için gerekli altyapı ve alanı yeterli mi?” sorusuna %54.4’ü evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %28.5’i hayır ve %17.1’i kısmen cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların çoğunun bu konuda organizasyonu yeterli buldukları düşünülmektedir.

Tablo 42: Cevaplayıcıların takım ürün standlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	107	40.7
Kısmen	115	43.7
Hayır	41	15.6
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Takımlara ait ürün standları yeterli miydi?” sorusuna %43.7’si kısmen cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %40.7’si evet ve %15.6’sı hayır cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların, takım standlarının yeterliliği konusunda genel olarak çekimser cevaplar verdikleri gözlenmektedir.

Tablo 43: Cevaplayıcıların takım standlarındaki ürün fiyatlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
<i>Evet</i>	57	21.7
Kısmen	64	24.3
Hayır	142	54.0
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Takımlara ait ürün fiyatları uygun muydu?” sorusuna %54’ü hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %24.3’ü kısmen ve %21.7’si evet cevaplarını vermiştir. Takımlara ait ürün fiyatlarının katılımcıların yarısından fazlası tarafından pahalı bulunduğu görülmüştür. Bu durum da düşündürücüdür. Tüketicinin satın alma gücünü aşan bir fiyatla satılan ürünün karlılık açısından dezavantaja sahip olduğu bilinmektedir.

Tablo 44: Cevaplayıcıların verilen hediyelerin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	76	28.9
Kısmen	71	27.0
Hayır	116	44.1
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Verilen hediyeler yeterli miydi?” sorusuna %44.1’i hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %28.9’u evet ve %27’si kısmen cevaplarını vermiştir. Buna göre cevaplayıcıların çoğunun verilen hediyeleri yeterli bulmadıkları gözlenmiştir.

6.6. Bilgilendirme

Tablo 45: Cevaplayıcıların anons yolu ile verilen bilgilerin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	111	42.2
Kısmen	90	34.2
Hayır	62	23.6
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Yarış sırasında anons yoluyla yapılan bilgilendirme yeterli miydi?” sorusuna %42.2’si evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %34.2’si kısmen ve %23.6’sı hayır cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların çoğunun, anons yoluyla verilen bilgileri yeterli bulduğu düşünülmektedir.

Tablo 46: Cevaplayıcıların ses düzeyi kalitesinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Ses düzeyinin kalitesi yeterliliğine ilişkin Görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	70	26.6
Kısmen	81	30.8
Hayır	112	42.6
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Ses düzeyinin kalitesi yeterli miydi?” sorusuna %42.6’sı hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %30.8’i kısmen ve %26.6’sı evet cevaplarını vermiştir. Bu konuda da ciddi bir iyileştirme çalışması yapmaya ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Tablo 47: Cevaplayıcıların sinevizyon sayısının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Sinevizyon sayısının yeterliliğine ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	82	31.2
Kısmen	118	44.9
Hayır	63	24.0
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Sinevizyon sayısı yeterli miydi?” sorusuna %44.9’u kısmen cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %31.2’si evet ve %24’ü hayır cevaplarını vermiştir. Sinevizyon sayısının yeterliliği konusunda ciddi çalışmalara gerek duyulduğu görülmektedir.

Tablo 48: Cevaplayıcıların sinevizyon konumlarının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Sinevizyon konumlarının yeterliliğine ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	99	37.6
Kısmen	82	31.2
Hayır	82	31.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Sinevizyonların konumu uygun muydu?” sorusuna %37.6’sı evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %31.2’si kısmen ve %31.2’si hayır cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların çoğunluğu bu

konuda olumlu görüş bildirse de, ortada azımsanmayacak bir memnuniyetsizlik oranı mevcuttur. Bu konuda iyileştirme çalışmaları yapılması gerektiği görülmektedir.

6.7. Tanıtım

Tablo 49: Cevaplayıcıların yarış hakkında yapılan tanıtımların yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Tanıtımların yeterliliğine ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	132	50.2
Kısmen	85	32.3
Hayır	46	17.5
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “Yarış öncesinde organizasyon komitesince yapılan tanıtımlar yeterli miydi?” sorusuna %50.2’si evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %32.3’ü kısmen ve %17.5’i hayır cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların yarısı, yarışlar hakkında yapılan tanıtımların yeterli olduğunu söylemişlerdir.

Tablo 50: Cevaplayıcıların İstanbul Park için hazırlanan internet sayfasının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Hazırlanan internet sayfasının yeterliliğine ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	74	28.1
Kısmen	128	48.7
Hayır	61	23.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “İstanbul Park için hazırlanan internet sayfası yeterli miydi?” sorusuna %48.7’si kısmen cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %28.1’i evet ve %23.2’si hayır cevaplarını vermiştir. Bu konuda ciddi çalışmalar gerçekleştirmek gerektiği görülmektedir.

Tablo 51: Cevaplayıcıların İstanbul Park’a gelen yabancı turist sayısının yeterliliğine ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Yabancı turist sayısının yeterliliğine ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	67	25.5
Kısmen	69	26.2
Hayır	127	48.3
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “İstanbul Park’a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?” sorusuna %48.3’ü hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %26.2’si kısmen ve %25.5’i evet cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların, genel olarak yabancı katılımcı sayısını yeterli bulmadıkları görülmüş ve de katılımı arttırmak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Tablo 52: Cevaplayıcıların İstanbul Park’ın ülke tanıtımına katkıda bulunduğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Ülke tanıtımına katkıda bulunduğuna ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	135	51.3
Kısmen	75	28.5
Hayır	53	20.2
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna %51.3’ü evet cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %28.5’i kısmen ve %20.2’si hayır cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların yarısından fazlasının, İstanbul Park’ın ülke tanıtımına olumlu katkı sağladığı fikrini benimsediği düşünülmektedir.

Tablo 53: Cevaplayıcıların İstanbul Park’ın ülke ekonomisine katkıda bulunduğuna ilişkin görüşlerine göre dağılımları

Ülke ekonomisine katkıda bulunduğuna ilişkin görüşler	Gözlem Sayısı	Yüzde %
Evet	77	29.3
Kısmen	72	27.4
Hayır	114	43.3
Toplam	263	100

Araştırmaya katılan örnek bireylerin, “İstanbul Park’ın ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna %43.3’ü hayır cevabını vermiştir. Diğer bireylerin %29.3’ü evet ve %27.4’ü kısmen cevaplarını vermiştir. Cevaplayıcıların çoğunluğunun, İstanbul Park’ın ülke ekonomisine katkıda bulunmadığı fikrini benimsedikleri düşünülmektedir.

Tablo 54: Cevaplayıcıların cinsiyetleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelen yerler		Cinsiyet		Toplam
		Bay	Bayan	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	83	69	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	54.6%	45.4%	100%
	% Cinsiyetiniz?	56.5%	59.5%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	64	47	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	57.7%	42.3%	100%
	% Cinsiyetiniz?	43.5%	40.5%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	147	116	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	55.9%	44.1%	100%
	% Cinsiyetiniz?	100%	100%	100%

Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin %54.6'sı bay ve %45.5'i bayan bireylerden, yurtdışında gelen bireylerin %57.7'si bay ve %42.3'ü bayan bireylerden oluşmaktadır. Genel olarak incelediğimizde %55.9 bay ve %44.1 bayan birey izleyici olarak yarışmalara gelmişlerdir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, cinsiyet ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Formula 1'in seyir keyfinin yüksek olması içinde hız ve teknolojinin olması seyircilerin bay ya da bayan farkı göz ardı etmeden aynı ilgiyle takip ettiğini ayrıca bu özellikleri ile yurt içi yada yurt dışında yaşayan Formula 1 tutkunlarının aynı derece ilgi duyması aralarındaki ilişkinin anlamsız çıkması ile orantılı olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 55: Cevaplayıcıların yaşları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelinen yerler		Yaş Grupları					Toplam
		20 ve altı	21-30 arası	31-40 arası	41-50 arası	51 ve üzeri	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	20	44	47	29	12	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	13.2%	28.9%	30.9%	19.1%	7.9%	100%
	% Yaşınız?	52.6%	59.5%	56.0%	63.0%	57.1%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	18	30	37	17	9	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	16.2%	27.0%	33.3%	15.3%	8.1%	100%
	% Yaşınız?	47.4%	40.5%	44.0%	37.0%	42.9%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	38	74	84	46	21	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	14.4%	28.1%	31.9%	17.5%	8.0%	100%
	% Yaşınız?	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Araştırmaya katılan bireylerin yaş grupları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin çoğunlukta %28.9'u 21-30 arası yaş grubu ve %30.9'u 31-40 yaş arası bireylerden, yurtdışında gelen bireylerin %27'si 21-30 yaş grubu ve %33.3'ü 31-40 yaş grubu bireylerden oluşmaktadır. Genel olarak incelediğimizde yurtiçinden gelen bireylerin %59.8'i 21-40 yaş arasındaki bireylerden oluştuğu ve yurtdışından gelen bireylerin de %60.3'ü 21-40 yaş arasındaki bireylerden oluştuğu gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, yaş ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Formula 1, içerisinde yüksek adrenalin ve heyecan barındıran bir spordur. Aynı zamanda Formula 1'e izleyici olarak bile katılmak büyük zorluklara katlanmak demektir. Yarışlar sırasında hava sıcaklıkları, trafik gibi etkenler bir Formula 1 izleyicisi olmayı zor hale getirmektedir. Dolayısıyla Formula 1'e bu nedenlerden dolayı 20-40 yaşları arasında kişilerin ilgi göstermeleri mümkündür.

Tablo 56: Cevaplayıcıların eğitim durumları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelen yerler		Eğitim durumu			Toplam
		İlköğretim	Lise	Üniversite / Yüksekokul	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	13	60	79	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	8.6%	39.5%	52.0%	100%
	% Eğitim durumunuz?	56.5%	55.0%	60.3%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	10	49	52	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	9.0%	44.1%	46.8%	100%
	% Eğitim durumunuz?	43.5%	45.0%	39.7%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	23	109	131	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	8.7%	41.4%	49.8%	100%
	% Eğitim durumunuz?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların eğitim durumları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin ağırlıklı olarak toplam %91.5 lise ve üniversite mezunu bireylerden (%39.5'i lise ve %52'si üniversite) oluştuğu ve yurtdışında gelen bireylerin de ağırlıklı olarak toplam %90.9'u lise ve üniversite

mezunu bireylerden (%44.1'i lise ve %46.8'i üniversite) oluştuğu gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, eğitim durumları ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Formula 1'deki karmaşık ve belirli bir kültüre sahip olmayı gerektiren teknik bilgilerden dolayı Formula 1, elit kişilerin takip ettiği bir spor dalı haline gelmiştir. Bu nedenden dolayı, Formula 1'i lise ve üniversite mezunu kişilerin daha çok takip ettikleri düşünülmektedir.

Tablo 57: Cevaplayıcıların gelir düzeyleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelinen yerler		Gelir düzeyiniz?					
		500 YTL ve altı	501-100 YTL arası	1001-1500 YTL arası	1501-2000 YTL arası	2001 YTL ve üzeri	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	31	28	24	17	52	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	20.4%	18.4%	15.8%	11.2%	34.2%	100%
	% Gelir düzeyiniz?	53.4%	68.3%	48.0%	51.5%	64.2%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	27	13	26	16	29	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	24.3%	11.7%	23.4%	14.4%	26.1%	100%
	% Gelir düzeyiniz?	46.6%	31.7%	52.0%	48.5%	35.8%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	58	41	50	33	81	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	22.1%	15.6%	19.0%	12.5%	30.8%	100%
	% Gelir düzeyiniz?	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların gelir düzeyleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin çoğunluğu %34.2 2001 YTL ve üzeri bireylerden oluşmakta ve yurtdışında gelen bireylerin de çoğunluğu %26.1 2001 YTL ve üzeri bireylerden oluştuğu gözlenmektedir. Buna karşı gelir düzeyinin dağılımı incelendiğinde bütün gruplardaki dağılımın birbirlerine yakın oranda oldukları ortaya çıkmaktadır. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, gelir düzeyleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Açık alanlar haricindeki diğer tribün bilet ücretleri pahalı denebilecek düzeydedir. Yılda bir kere gerçekleşen bu organizasyonu, genel olarak yüksek gelirlere sahip kişilerin daha fazla oranda takip etmelerinin nedeni olarak bilet fiyatlarının pahalı olması düşünülmektedir. Oranlara bakıldığında 500 YTL altı kişilerin de yarışlara yüksek oranda ilgi gösterdikleri görülmektedir. Bunu nedeni olarak da, Açık Alan bilet fiyatlarının uygun olması ve en fazla tribün kapasitesine sahip olmasıdır.

Tablo 58: Cevaplayıcıların bilet temini sıkıntıları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelen yerler		Bilet temini sırasında sıkıntı yaşadınız mı?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	16	17	119	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	10.5%	11.2%	78.3%	100%
	% Bilet temini sırasında sıkıntı yaşadınız mı?	51.6%	70.8%	57.2%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	15	7	89	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	13.5%	6.3%	80.2%	100%
	% Bilet temini sırasında sıkıntı yaşadınız mı?	48.4%	29.2%	42.8%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	31	24	208	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	11.8%	9.1%	79.1%	100%
	% Bilet temini sırasında sıkıntı yaşadınız mı?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların bilet temini sıkıntıları ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin yüksek oranda %78.3'ü bilet temini sırasında sıkıntı yaşamadıklarını belirtmekte ve aynı şekilde yurtdışında gelen bireylerin de %80.2'sinin sıkıntı yaşamadıklarını ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, bilet temini sırasında sıkıntı çektikleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Biletix firmasının, bilet organizasyon işlerini bünyesine alarak, biletlere ulaşmayı çok kolay bir hale getirmesinin, bu konudaki şikayetlerin en az seviyede tutulmasında büyük etken olduğu düşünülmektedir.

Tablo 59: Cevaplayıcıların bilet fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelinen yerler		Bilet fiyatları uygun muydu?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
	Gözlem Sayısı	41	65	46	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	27.0%	42.8%	30.3%	100%
	% Bilet fiyatları uygun muydu?	52.6%	63.1%	56.1%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	37	38	36	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	33.3%	34.2%	32.4%	100%
	% Bilet fiyatları uygun muydu?	47.4%	36.9%	43.9%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	78	103	82	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	29.7%	39.2%	31.2%	100%
	% Bilet fiyatları uygun muydu?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların bilet fiyatları hakkındaki görüşleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden ve yurtdışından gelen izleyicilerin aynı görüşü paylaştıkları gözlenmektedir. Yurtiçinden gelen bireylerin %42.8'i bilet fiyatlarının kısmen uygun olduğu ve yurtdışından gelen bireylerin %34.2'si de kısmen uygun olduğu görüşünü paylaşmaktadır. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, bilet fiyatları görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Bilet fiyatları konusunda yurtdışından gelen izleyicilerin fiyatları daha uygun buldukları görülmektedir. Bunun nedeni ise yurtiçi ve yurtdışından gelenlerin gelir düzeyleri arasındaki fark olarak düşünülmektedir.

Tablo 60: Cevaplayıcıların yiyecek-içecek fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelen yerler		Yiyecek - içecek fiyatları uygun muydu?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
	Gözlem Sayısı	30	48	74	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	19.7%	31.6%	48.7%	100%
	% Yiyecek - içecek fiyatları uygun muydu?	56.6%	57.1%	58.7%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	23	36	52	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	20.7%	32.4%	46.8%	100%
	% Yiyecek - içecek fiyatları uygun muydu?	43.4%	42.9%	41.3%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	53	84	126	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	20.2%	31.9%	47.9%	100%
	% Yiyecek - içecek fiyatları uygun muydu?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların yiyecek-içecek fiyatları hakkındaki görüşleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin yüksek oranda %48.7'si yiyecek-içecek fiyatlarını uygun bulmadıklarını belirtmekte ve aynı şekilde yurtdışında gelen bireylerin %46.8'inin de yiyecek-içecek fiyatlarını uygun bulmadıklarını ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, yiyecek-içecek fiyatları hakkındaki görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

İzleyiciler genel olarak yiyecek-içecek fiyatlarını pahalı bulmuşlardır. Burada verilen hizmetlerin kalite ve servis hızı yönünden zayıf olarak

değerlendirilmesi ve fiyatların da pahalı bulunması, ileriki yıllarda bu konu hakkında çalışmalar yapılması gerektiğini düşündürmektedir.

Tablo 61: Cevaplayıcıların takımlara ait ürün fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelen yerler		Takımlara ait ürün fiyatları uygun muydu?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
	Gözlem Sayısı	31	39	82	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	20.4%	25.7%	53.9%	100%
	% Takımlara ait ürün fiyatları uygun muydu?	54.4%	60.9%	57.7%	57.8%
	Gözlem Sayısı	26	25	60	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	23.4%	22.5%	54.1%	100%
	% Takımlara ait ürün fiyatları uygun muydu?	45.6%	39.1%	42.3%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	57	64	142	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	21.7%	24.3%	54.0%	100%
	% Takımlara ait ürün fiyatları uygun muydu?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların takımlara ait ürün fiyatlarının uygunluğu ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden ve yurtdışından gelen izleyicilerin takımlara ait ürün fiyatlarını pahalı buldukları gözlenmektedir. Bireylerin bu

önermeye verdikleri cevap oranları incelendiğinde, yurtiçinden gelen bireylerin %53.9'unun ürün fiyatlarını uygun bulmadığı gözlenmekte ve yurtdışından gelen bireylerin de %54.1'inin ürün fiyatlarını uygun bulmadıklarını ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, takım ürün fiyatları hakkındaki görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir. Takım standlarında satılan ürünlerin fiyatları genel olarak pahalı bulunmuştur.

Tablo 62: Cevaplayıcıların yarış sırasında verilen bilgilerin yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak geline yerler		Yarış sırasında anons yoluyla yapılan bilgilendirme yeterli miydi?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	70	47	35	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	46.1%	30.9%	23.0%	100%
	% Yarış sırasında anons yoluyla yapılan bilgilendirme yeterli miydi?	63.1%	52.2%	56.5%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	41	43	27	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	36.9%	38.7%	24.3%	100%
	% Yarış sırasında anons yoluyla yapılan bilgilendirme yeterli miydi?	36.9%	47.8%	43.5%	42.2%
	Gözlem Sayısı	111	90	62	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	42.2%	34.2%	23.6%	100%
	% Yarış sırasında anons yoluyla yapılan bilgilendirme yeterli miydi?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların yarış sırasında verilen bilgilerin yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin düşük oranda %23'ü ve yurtdışından gelen bireylerin %24.3'ünün hayır cevabı verdikleri gözlenmekte buna karşı Formula 1'i izlemeye gelen her iki gruptaki bireylerin de ortalama aynı oranda yarış sırasında izleyicilere verilen bilgileri yeterli düzeyde olduğu görüşünü ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, yarış sırasında verilen bilgilerin yeterliliği hakkındaki görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Yarış esnasında verilen bilgilendirmelerin genel olarak yeterli bulunduğu gözlenmiştir. Yarış sırasında teknik bilgilerin verilmesinin, izleyiciler için yarışları daha güzel bir hale getirdikleri düşünülmektedir. Organizasyonlar içerisinde bu konuya gereken hassasiyetin gösterildiği ve bu konuda izleyicilerin genelinin memnun olduğu gözlenmektedir.

Tablo 63: Cevaplayıcıların yapılan tanıtımların yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak geline yerler		Yarış öncesinde organizasyon komitesince yapılan tanıtımlar yeterli miydi?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	79	55	18	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	52.0%	36.2%	11.8%	100%
	% Yarış öncesinde organizasyon komitesince yapılan tanıtımlar yeterli miydi?	59.8%	64.7%	39.1%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	53	30	28	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	47.7%	27.0%	25.2%	100%
	% Yarış öncesinde organizasyon komitesince yapılan tanıtımlar yeterli miydi?	40.2%	35.3%	60.9%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	132	85	46	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	50.2%	32.3%	17.5%	100%
	% Yarış öncesinde organizasyon komitesince yapılan tanıtımlar yeterli miydi?	100%	100%	100%	100%

Formula 1'e katılan seyircilerin tanıtımların yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde yurt içinden katılan 152 seyircinin 79'u (%52) yeterli bulurken, 55'i (%36.2) bu tanıtımları kısmen yeterli bulmuş ve sadece 18 kişi (%11.8) yetersiz bulmuştur. Yurt dışından katılan 111 seyirci arasında ise tanıtımlar hakkındaki düşüncelerinde 53 kişi (%47.7) evet derken 30 kişi (%27) kısmen yeterli bulmuş ve 28 kişi (%25.2) yetersiz bulduğunu ifade etmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda tüm katılımcılar arasında 132 kişi (%50.2) tanıtımları yeterli bulmuş sadece 46 kişi (%17.5) yetersiz bulduğunu bildirmiştir. Kısmen yeterli bulanların sayısında 85 (%32.3) kişidir.

Elde edilen sonuçların birbirleri olan ilişkisine bakıldığında istatistiksel ($p < 0.05$ anlamlılık düzeyine göre) olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun neticesi olarak katılımcıların bulundukları bölge göz ardı etmeksizin tanıtımları yeterli bulmaları ifade edenlerin sayısı fazladır. Yapılan tanıtımlar, hangi bölgeden katılırsa katılsın ilgisini çekmiş ve beğeni toplamıştır. Ülkemizde yapılan Formula 1 yarışlarının Türkiye motor sporları federasyonu (TOMSFED) her geçen yıl yarışlara katılımın artması için gerekli tanıtımın yapılması için bütçe arttırmakta ve yurtdışından gelen seyirciler için turizm acenteleri ile birlikte turlar düzenlemektedir. Yapılacak olan doğru ve beğenilir tanıtımlar sayesinde daha fazla seyircinin katılması sağlanacaktır.

Tablo 64: Cevaplayıcıların yarışlara katılımın yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak geline yerler		Genel olarak İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	50	53	49	152
	İzleyici olarak nereden geldiniz?	32.9%	34.9%	32.2%	100%
	Genel olarak İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	61.0%	61.6%	51.6%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	32	33	46	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	28.8%	29.7%	41.4%	100%
	% Genel olarak İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	39.0%	38.4%	48.4%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	82	86	95	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	31.2%	32.7%	36.1%	100%
	% Genel olarak İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların yarışlara katılımın yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin ağırlıklı olarak %67.8 oranında evet ve kısmen cevaplarını verdikleri, yurtdışından gelen bireylerin de %58.5'inin evet ve kısmen cevaplarını verdikleri gözlenmekte olup buna karşı yurtiçinden gelen bireylerin %32.2'sinin ve yurtdışından gelen bireylerin %41.4'ünün hayır cevabını verdikleri gözlenmektedir. Bu da Formula 1'i izlemeye gelen her iki gruptaki bireylerin de ortalama aynı oranda yarışlara katılımın yeterli olduklarını ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, yarışlara katılımın yeterliliği hakkındaki görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Yurtiçinden gelen izleyiciler, yarışlara katılımı yeterli bulurken yurtdışından gelen izleyicilerin yetersiz katılımın olduğunu düşündükleri gözlenmektedir. Bu durumun nedeni olarak yurtdışından gelen izleyicilerin İstanbul Park'taki

organizasyonu, diğer ülkelerdeki organizasyonlarla kıyaslama imkanı olarak düşünülmektedir.

Tablo 65: Cevaplayıcıların yarışı izlemeye gelen yabancı turist sayısının yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelinen yerler		İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	40	46	66	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	26.3%	30.3%	43.4%	100%
	% İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	59.7%	66.7%	52.0%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	27	23	61	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	24.3%	20.7%	55.0%	100%
	% İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	40.3%	33.3%	48.0%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	67	69	127	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	25.5%	26.2%	48.3%	100%
	% İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların yarışı izlemeye gelen yabancı turist sayısının yeterliliği ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin yüksek oranda %43.4'ünün yabancı turist sayısını yeterli bulmadıklarını belirtmekte ve aynı şekilde yurtdışında gelen bireylerin %55'inin de yabancı turist sayısını yeterli bulmadıklarını ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışı izlemek için gelen seyircilerin, yabancı turist sayısı yeterliliği hakkındaki görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Yarışlara katılan yabancı turist sayısının yeterli olduğu genel bir düşünce olarak gözlenmektedir.

Tablo 66: Cevaplayıcıların İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğuna ait görüşler ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak gelinen yerler		İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	77	48	27	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	50.7%	31.6%	17.8%	100%
	% İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?	57.0%	64.0%	50.9%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	58	27	26	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	52.3%	24.3%	23.4%	100%
	% İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?	43.0%	36.0%	49.1%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	135	75	53	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	51.3%	28.5%	20.2%	100%
	% İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların İstanbul Park’ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğuna ait görüşler ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtiçinden gelen izleyicilerin ağırlıklı olarak %82.3 oranında evet ve kısmen cevaplarını verdikleri, yurtdışından gelen bireylerin de %76.6’sının evet ve kısmen cevaplarını verdikleri gözlenmekte olup buna karşı yurtiçinden gelen bireylerin %17.8’inin ve yurtdışından gelen bireylerin %23.4’ünün hayır cevabını verdikleri gözlenmektedir. Bu da Formula 1’i izlemeye gelen her iki gruptaki bireylerin de ortalama aynı oranda İstanbul Park’ın ülke tanıtımına katkıda bulunduğunu ifade ettikleri gözlenmektedir. İstanbul’da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, yarışlara katılımın yeterliliği hakkındaki görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile

olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Yarışların, ev sahibi ülkeye tanıtım açısından büyük katkı sağladığı fikrinin izleyicilerin genelinde mevcut olduğu gözlenmektedir. Yarışların televizyonlar aracılığı ile dünyanın her bir noktasına ulaştırılması ve yarış haftası, ev sahibi ülkenin spor basınında öncelikli olması bu düşüncenin doğru bir düşünce olduğunu bize göstermektedir.

Tablo 67: Cevaplayıcıların yarışların ülke ekonomisine katkısı ile geldikleri yerler arasındaki ilişki

İzleyici olarak geline yerler		İstanbul Park'ın ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Yurtiçi	Gözlem Sayısı	47	45	60	152
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	30.9%	29.6%	39.5%	100%
	% İstanbul Park'ın ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?	61.0%	62.5%	52.6%	57.8%
Yurtdışı	Gözlem Sayısı	30	27	54	111
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	27.0%	24.3%	48.6%	100%
	% İstanbul Park'ın ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?	39.0%	37.5%	47.4%	42.2%
Toplam	Gözlem Sayısı	77	72	114	263
	% İzleyici olarak nereden geldiniz?	29.3%	27.4%	43.3%	100%
	% İstanbul Park'ın ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?	100%	100%	100%	100%

Cevaplayıcıların İstanbul Park'ın ülke ekonomisine katkıları hakkında görüşleri ile geldikleri yerler arasındaki ilişki incelendiğinde; yurtdışından gelen izleyicilerin diğer oranlara göre daha yüksek oranda %39.5'inin ve yurtdışından

gelen bireylerin %48.6'sının hayır cevabını verdikleri gözlenmektedir. Bu da Formula 1 yarışlarının Türkiye ekonomisine beklenen yüksek oranda bir gelir sağlamadığı düşüncesinin oluştuğunu göstermektedir. İstanbul'da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, İstanbul Park'ın ülke ekonomisine katkıları hakkında görüşleri ve geldikleri yerler açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Toplam olarak bakıldığında izleyicilerin çoğunluğu yarışların ülke ekonomisine katkıda bulunmadığını söyledikleri gözlenmiştir. Gelir gider dengesine bakıldığında bu yargı doğru olarak düşünülebilir. Ev sahibi ülkenin bu tip organizasyonlar sayesinde birçok ülkeye tanıtılması ise, uzun vadede ülke ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır.

Tablo 68: Cevaplayıcıların genel katılımın yeterliliği ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki

Yarışları izlemek için geline ülkeler		Genel olarak İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Almanya	Gözlem Sayısı	6	3	9	18
	% Yarışları izlemek için geline ülke	33.3%	16.7%	50.0%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	7.3%	3.5%	9.5%	6.8%
Amerika	Gözlem Sayısı	1	3	5	9
	% Yarışları izlemek için geline ülke	11.1%	33.3%	55.6%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	1.2%	3.5%	5.3%	3.4%
Bulgaristan	Gözlem Sayısı	2	5	5	12
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	41.7%	41.7%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	2.4%	5.8%	5.3%	4.6%
Finlandiya	Gözlem Sayısı	4	2	3	9
	% Yarışları izlemek için geline ülke	44.4%	22.2%	33.3%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	4.9%	2.3%	3.2%	3.4%
İngiltere	Gözlem Sayısı	2	4	4	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	20.0%	40.0%	40.0%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	2.4%	4.7%	4.2%	3.8%
İrlanda	Gözlem Sayısı	5	3	2	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	50.0%	30.0%	20.0%	100%

	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	6.1%	3.5%	2.1%	3.8%
İspanya	Gözlem Sayısı	1	3	2	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	50.0%	33.3%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	1.2%	3.5%	2.1%	2.3%
Macaristan	Gözlem Sayısı	1	3	2	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	50.0%	33.3%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	1.2%	3.5%	2.1%	2.3%
Polonya	Gözlem Sayısı	5	2	3	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	50.0%	20.0%	30.0%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	6.1%	2.3%	3.2%	3.8%
Rusya	Gözlem Sayısı	1	4	5	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	10.0%	40.0%	50.0%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	1.2%	4.7%	5.3%	3.8%
Türkiye	Gözlem Sayısı	50	53	49	152
	% Yarışları izlemek için geline ülke	32.9%	34.9%	32.2%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	61.0%	61.6%	51.6%	57.8%
Ukrayna	Gözlem Sayısı	1	0	5	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	.0%	83.3%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	1.2%	.0%	5.3%	2.3%
Yunanistan	Gözlem Sayısı	3	1	1	5
	% Yarışları izlemek için geline ülke	60.0%	20.0%	20.0%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	3.7%	1.2%	1.1%	1.9%
Toplam	Gözlem Sayısı	82	86	95	263
	% Yarışları izlemek için geline ülke	31.2%	32.7%	36.1%	100%
	% İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?	100%	100%	100%	100%

Tablo 68’de cevaplayıcıların genel katılımın yeterliliği ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki incelendiğinde, ülkeler arasında az da olsa görüş farklılıkları olmasına karşın, genel olarak gelen ülkelerdeki izleyiciler %63.9 evet ve kısmen (evet %31.2 ve kısmen %32.7) cevabını verdikleri gözlenmektedir. Ülkelerden gelen bireylerin genel olarak %36.1 oranında hayır cevabını verdikleri gözlenmektedir.

İstanbul’da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, İstanbul Park’a genel katılımın yeterliliği hakkında görüşleri ve geldikleri ülke açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Tablo 69: Cevaplayıcıların yarışa gelen yabancı turist sayısı yeterliliği ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki

Yarışları izlemek için geline ülkeler		İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Almanya	Gözlem Sayısı	4	3	11	18
	% Yarışları izlemek için geline ülke	22.2%	16.7%	61.1%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	6.0%	4.3%	8.7%	6.8%
Amerika	Gözlem Sayısı	0	1	8	9
	% Yarışları izlemek için geline ülke	.0%	11.1%	88.9%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	.0%	1.4%	6.3%	3.4%
Bulgaristan	Gözlem Sayısı	2	5	5	12
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	41.7%	41.7%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	3.0%	7.2%	3.9%	4.6%
Finlandiya	Gözlem Sayısı	3	1	5	9
	% Yarışları izlemek için geline ülke	33.3%	11.1%	55.6%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	4.5%	1.4%	3.9%	3.4%
İngiltere	Gözlem Sayısı	1	1	8	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	10.0%	10.0%	80.0%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	1.5%	1.4%	6.3%	3.8%
İrlanda	Gözlem Sayısı	5	3	2	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	50.0%	30.0%	20.0%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	7.5%	4.3%	1.6%	3.8%
İspanya	Gözlem Sayısı	1	0	5	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	.0%	83.3%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	1.5%	.0%	3.9%	2.3%
Macaristan	Gözlem Sayısı	2	1	3	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	33.3%	16.7%	50.0%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	3.0%	1.4%	2.4%	2.3%
Polonya	Gözlem Sayısı	4	3	3	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	40.0%	30.0%	30.0%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	6.0%	4.3%	2.4%	3.8%
Rusya	Gözlem Sayısı	1	4	5	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	10.0%	40.0%	50.0%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	1.5%	5.8%	3.9%	3.8%

Türkiye	Gözlem Sayısı	40	46	66	152
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	26.3%	30.3%	43.4%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	59.7%	66.7%	52.0%	57.8%
Ukrayna	Gözlem Sayısı	1	0	5	6
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	16.7%	.0%	83.3%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	1.5%	.0%	3.9%	2.3%
Yunanistan	Gözlem Sayısı	3	1	1	5
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	60.0%	20.0%	20.0%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	4.5%	1.4%	.8%	1.9%
Toplam	Gözlem Sayısı	67	69	127	263
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	25.5%	26.2%	48.3%	100%
	% Gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?	100%	100%	100%	100%

Tablo 69’de cevaplayıcıların yabancı turist sayısı yeterliliği ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki incelendiğinde, çoğunluk olarak ülkelerin turist sayısının yetersiz olduğu görüşünü ifade ettikleri gözlenmektedir. Genel toplam içerisinde de evet cevabını veren (%25.5) bireylerin turist sayısının yeterli olduğu görüşünü ifade etmesine karşın, farklı ülkelere gelen bireylerin yarısının (%48.3) gelen turist sayısının yetersiz olduğu görüşünü ifade ettikleri gözlenmektedir. 3 ülkenin bu soruya evet cevabı vererek toplam yüzde oranını yükseltmesi gelen turist sayısının yeterliliğini ifade etmemektedir. Çünkü geriye kalan 10 ülke bu soruya yüksek oranda hayır cevabını vererek gelen turist sayısını yetersiz olduğu görüşünü ifade etmektedir.

İstanbul’da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, yabancı turist sayısının yeterliliği hakkında görüşleri ve geldikleri ülke açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Tablo 70: Cevaplayıcıların yarışların ülke tanıtımına katkısı ile geldikleri ülke arasındaki ilişki

Yarışları izlemek için gelineen ülkeler		Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Almanya	Gözlem Sayısı	11	3	4	18
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	61.1%	16.7%	22.2%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	8.1%	4.0%	7.5%	6.8%
Amerika	Gözlem Sayısı	6	1	2	9
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	66.7%	11.1%	22.2%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	4.4%	1.3%	3.8%	3.4%
Bulgaristan	Gözlem Sayısı	6	3	3	12
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	50.0%	25.0%	25.0%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	4.4%	4.0%	5.7%	4.6%
Finlandiya	Gözlem Sayısı	4	3	2	9
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	44.4%	33.3%	22.2%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	3.0%	4.0%	3.8%	3.4%
İngiltere	Gözlem Sayısı	5	3	2	10
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	50.0%	30.0%	20.0%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	3.7%	4.0%	3.8%	3.8%
İrlanda	Gözlem Sayısı	5	3	2	10
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	50.0%	30.0%	20.0%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	3.7%	4.0%	3.8%	3.8%
İspanya	Gözlem Sayısı	2	2	2	6
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	33.3%	33.3%	33.3%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	1.5%	2.7%	3.8%	2.3%
Macaristan	Gözlem Sayısı	4	1	1	6
	% Yarışları izlemek için gelineen ülke	66.7%	16.7%	16.7%	100%

	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	3.0%	1.3%	1.9%	2.3%
Polonya	Gözlem Sayısı	3	5	2	10
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	30.0%	50.0%	20.0%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	2.2%	6.7%	3.8%	3.8%
Rusya	Gözlem Sayısı	5	2	3	10
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	50.0%	20.0%	30.0%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	3.7%	2.7%	5.7%	3.8%
Türkiye	Gözlem Sayısı	77	48	27	152
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	50.7%	31.6%	17.8%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	57.0%	64.0%	50.9%	57.8%
Ukrayna	Gözlem Sayısı	4	0	2	6
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	66.7%	.0%	33.3%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	3.0%	.0%	3.8%	2.3%
Yunanistan	Gözlem Sayısı	3	1	1	5
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	60.0%	20.0%	20.0%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	2.2%	1.3%	1.9%	1.9%
Toplam	Gözlem Sayısı	135	75	53	263
	% Yarışları izlemek için gelinen ülke	51.3%	28.5%	20.2%	100%
	% Ülkemiz tanıtımına katkıda bulunuyor mu?	100%	100%	100%	100%

Tablo 70’de cevaplayıcıların İstanbul Park’ın Türkiye’nin tanıtımına katkısı hakkındaki görüşleri ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki incelendiğinde, ülkeler arasında az da olsa görüş farklılıkları olmasına karşın, genel olarak gelen ülkelerdeki izleyiciler %79.8’i evet ve kısmen (evet %51.3 ve kısmen %28.5) cevabını verdikleri gözlenmektedir. Ülkelerden gelen bireylerin genel olarak %20.2 oranında hayır cevabını verdikleri gözlenmektedir. Bu da Türkiye’nin tanıtımında Formula 1 yarışlarının yüksek oranda olumlu bir katkı sağladığı görüşünü ortaya çıkarmaktadır. Bu yüzden Formula 1 yarışları gibi büyük organizasyonların, ülkeler için ne kadar önemli bir tanıtım aracı olduğunu göstermektedir.

İstanbul’da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, İstanbul Park’ın Türkiye’nin tanıtımına katkısı hakkında görüşleri ve geldikleri ülke açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

Tablo 71: Cevaplayıcıların yarışların ülke ekonomisine katkısı ile geldikleri ülke arasındaki ilişki

Yarışları izlemek için geline ülkeler		Ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?			Toplam
		Evet	Kısmen	Hayır	
Almanya	Gözlem Sayısı	6	3	9	18
	% Yarışları izlemek için geline ülke	33.3%	16.7%	50.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	7.8%	4.2%	7.9%	6.8%
Amerika	Gözlem Sayısı	6	0	3	9
	% Yarışları izlemek için geline ülke	66.7%	.0%	33.3%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	7.8%	.0%	2.6%	3.4%
Bulgaristan	Gözlem Sayısı	3	4	5	12
	% Yarışları izlemek için geline ülke	25.0%	33.3%	41.7%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	3.9%	5.6%	4.4%	4.6%
Finlandiya	Gözlem Sayısı	1	2	6	9
	% Yarışları izlemek için geline ülke	11.1%	22.2%	66.7%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	1.3%	2.8%	5.3%	3.4%
İngiltere	Gözlem Sayısı	4	3	3	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	40.0%	30.0%	30.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	5.2%	4.2%	2.6%	3.8%
İrlanda	Gözlem Sayısı	3	5	2	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	30.0%	50.0%	20.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	3.9%	6.9%	1.8%	3.8%
İspanya	Gözlem Sayısı	1	1	4	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	16.7%	16.7%	66.7%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	1.3%	1.4%	3.5%	2.3%
Macaristan	Gözlem Sayısı	2	1	3	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	33.3%	16.7%	50.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	2.6%	1.4%	2.6%	2.3%
Polonya	Gözlem Sayısı	0	4	6	10

	% Yarışları izlemek için geline ülke	.0%	40.0%	60.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	.0%	5.6%	5.3%	3.8%
Rusya	Gözlem Sayısı	1	2	7	10
	% Yarışları izlemek için geline ülke	10.0%	20.0%	70.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	1.3%	2.8%	6.1%	3.8%
Türkiye	Gözlem Sayısı	47	45	60	152
	% Yarışları izlemek için geline ülke	30.9%	29.6%	39.5%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	61.0%	62.5%	52.6%	57.8%
Ukrayna	Gözlem Sayısı	2	0	4	6
	% Yarışları izlemek için geline ülke	33.3%	.0%	66.7%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	2.6%	.0%	3.5%	2.3%
Yunanistan	Gözlem Sayısı	1	2	2	5
	% Yarışları izlemek için geline ülke	20.0%	40.0%	40.0%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	1.3%	2.8%	1.8%	1.9%
Toplam	Gözlem Sayısı	77	72	114	263
	% Yarışları izlemek için geline ülke	29.3%	27.4%	43.3%	100%
	% Ülke ekonomisine katkıda bulunuyor mu?	100%	100%	100%	100%

Tablo 71’de cevaplayıcıların İstanbul Park’ın ülke ekonomisine katkıda bulunmasına ilişkin görüşleri ile geldikleri ülkeler arasındaki ilişki incelendiğinde, çoğunluk olarak ülkelerin yarışların ekonomik katkısının yetersiz olduğu görüşünü ifade ettikleri gözlenmektedir. “Ülke ekonomisine katkı sağlıyor mu?” sorusuna genel toplam içerisinde de evet cevabını veren bireylerin oranı %29.3 iken, yeterli olduğu görüşüne hayır cevabını veren bireylerin genel toplam içerisindeki oranı ise %43.3 olduğu gözlenmektedir. Bu da Formula 1 yarışlarının ülke ekonomisine organizasyon sırasında yeterli düzeyde ekonomik katkı sağlamadığı görüşünü sunmaktadır. Tablo 70’de tanıtım açısından yeterli olması görüşü ülkelerin organizasyondan ziyade yarışma sonrasında gelecek olan turistlerin olumlu yönde etkileyeceği düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle organizasyon aşamasındaki ekonomik getiriden ziyade sonrasındaki ekonomik getirinin önemini göstermektedir.

İstanbul’da yapılan Formula 1 yarışını izlemek için gelen seyircilerin, ülke ekonomisine katkısı hakkında görüşleri ve geldikleri ülke açısından birbirleri ile olan ilişkisi incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Açıkça görülmektedir ki, Formula 1'in Türkiye'de yapılması ülkemizin ekonomisi, olumlu imaj oluşturmaları ve ülkemizin tanıtımının sağlanması açısından önemlidir. Formula 1 ve İstanbul Park dünyanın gözünün ülkemize çevrilmesi görevini başarıyla gerçekleştirmiştir.

Uzun vadeye bakıldığında, Formula 1 gibi büyük organizasyonların düzenlendikleri ülkelere büyük katkılar sağladıkları bilinmektedir. Yarışlar sırasında sağlanan istihdamlar, ticaretin canlanması, bütün dünya televizyonlarında ev sahibi ülkenin 3 gün boyunca yer alması gibi katkılar küçümsenemeyecek önemdedir. Buna ilave olarak hazırlanan anlaşmalara bakıldığında, yarışlar sırasında kar etmek de mümkündür. Formula 1 takviminde bulunan ülkelerin bazıları bunu kusursuz gerçekleştirirken, diğer kısmı da sadece ülke tanıtımına olumlu katkısıyla yetinmektedir.

FIA ile yapılan anlaşmaya bakıldığında klasik Türk misafirperverliğinin gösterilmiş olduğu görülmektedir. Tıpkı Üniversite Oyunlarını ülkemizde yapmak için verilen ödünler burada da verilmiştir. Yani “her ne pahasına olursa olsun bu organizasyonu alalım” mantığı ile hareket edilmiştir. Başta yapılan bu anlaşma organizasyonun ekonomik getirilerinin büyük bir kısmını FIA'ya aktarmıştır. Dolayısıyla bu büyük pastadan alınan pay oldukça düşmüştür. Zaten son olarak pistin Bernie Ecclestone'a yine çok düşük bedelle verilmesi daha büyük zarar endişesi taşımaktan kaynaklandığını düşündürmektedir. Bundan sonra yapılan aktiviteleri ve bu işin uzmanı Bernie Ecclestone'un atacağı adımlar ve elde edeceği büyük kazançlar hep birlikte izlenebilecektir.

Yıllardır ülkemizin gündeminde olan Kıbrıs meselesinin, bir spor organizasyonu olan Formula 1'e taşınması birçok devletin ve dolayısıyla FIA'nın büyük tepkisine neden olmuştur. Bu kadar emekle ve uğraşla kazandırılan İstanbul Park, Formula 1 yarışlarından yoksun bırakılma riski ile karşı karşıya kalmıştır. Bu olaydan sonra bir mesaj verme uğruna Türkiye'nin dış dünyadaki imajı “Sporu siyasete alet eden ülke.” olarak yansımaktadır. Bütün dünyanın gözleri ülkemizin

üzerindeyken yapılan bu eylemin bir para cezasıyla atlatılmış olması büyük bir şans olmuştur.

Ülke tanıtımına ve dış yatırımcıları ülkemize çekme açısından Formula 1'in katkısı olduğu bilinmektedir. Öyle ki her yıl organizasyon sırasında ülkemize 50.000 turist gelmekte ve bunların büyük bir kısmı Türkiye'nin farkına, bu organizasyon sayesinde varmaktadırlar. Dolayısıyla bütün güzelliği ile keşfedilen ülkemiz, bu yatırımcıların yeni hedefi haline gelebilmektedir.

Formula 1 Türkiye'nin dış dünyaya ve pazara rahatça açılabilceği yollardan biri olarak değerlendirilebilir.

İstanbul Park FIA tarafından dünyadaki ilk 3 pist arasında gösterilmektedir. Yapılan anketler buraya gelen izleyicilerin düzenlenen ilk üç organizasyondan genelde memnun olduklarını göstermektedir. En büyük olumsuzluğu bilet fiyatları, ürün fiyatları ve yiyecek-içecek fiyatları üzerinde olduğu görülmektedir. Bunlardan başka ulaşım, aktiviteler, hizmetler ve tanıtım gibi konularda organizasyon sahibi olarak Türkiye'nin başarılı olduğu söylenebilir.

Bu çalışma Formula 1'i İstanbul Park'ta canlı izlemiş 263 kişiye uygulanmıştır. Bu anket grubunun %55.9'luk pay ile büyük bir kısmını erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Aynı zamanda anket grubunun %42.2'lik dilimi yarışları izlemeye yurtdışından gelmişlerdir.

İzleyicilerin genel olarak organizasyonun işleyişinden memnun kaldıkları gözlenmiştir. Organizasyon bölümlerine bakıldığında bilet temini sırasında sıkıntı yaşamadığını belirten %79.1'lik bir oran vardır. Yine bilet noktalarından içeriye girerken %62.2'lik bir oran herhangi bir şikayette bulunmamıştır.

Deneklerin %63.1'i İstanbul Park'a özel araçları ile gelmişlerdir. Bu izleyici diliminin %51.2'si trafikte sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bağlantı yolları ve güvenlik önlemleri gibi konularda sorun yaşanmadığı gözlenmektedir. Bir diğer olumsuz durum, deneklerin %54.8'inin yönlendirme işaretlerinden kaynaklanan sıkıntı yaşadıklarını belirtmeleridir. Otopark sıkıntısını ise %44'lük bir denek oranı tarafından yaşanmıştır.

Toplu taşıma araçları ile gelenlerin ise %42.3'ü otobüs sefer sayılarını yeterli bulmuşlar ancak %%35.1'lik bir oran tarafından otobüs kalkış nokta sayısı yetersiz bulunmuştur. Deneklerin %60'ı otobüslerin planlanan saatlerde hareket ettiklerini belirtmişlerdir. Bu konuda yetersiz bulunan konular, %57.7'lik dilimle otobüslerin havalandırma açısından yetersiz oldukları ve %73.2'lik dilimle otobüslerin fazla kalabalık olduğudur.

Temizlik, güvenlik, hizmetler, teknik altyapı, bilgilendirme gibi konularda izleyicilerin çoğunluğunun olumlu fikir sundukları gözlenmiştir.

Bilet, yiyecek-içecek, takım ürünleri gibi rakamları FIA tarafından belirlenen ürünlerin ise oldukça olumsuz yargılar mevcuttur. Yinede bu organizasyonun sağlıklı bir şekilde işlediği gerçeğini değiştirmemektedir.

“Yarışlara yeterli yabancı turistin gelmediği” deneklerin %48.3'ü tarafından düşünülmektedir.

“İstanbul Park'ın ülkemiz tanıtımına katkıda bulunmadığı”, katılımcılar %51.3'ü tarafından dile getirilmiştir. Burada dünyadaki diğer ülkelerdeki yarışları baz almak ve buna göre bir beklentiye girmek önemlidir.

“İstanbul Park'ın ülkemiz ekonomisine katkısının yetersiz olduğu”, katılımcılar %43.3'lük oranı tarafından belirtilmiştir.

Hipotezlerin testi neticesinde aşağıdaki sonuçlar çıkarılmıştır.

Yurtiçi ve yurtdışından Formula 1'i izlemek üzere gelen izleyicilerin, bazı özellikleri ve yarışlara ilişkin görüşlerinde, farklılaşma olacağı düşüncesinden hareketle, oluşturulmuş olan hipotezlerin testi neticesinde herhangi bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür. Bu bağlamda cevaplayıcıların;

- Cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, gelir düzeyleri gibi demografik özellikleri,
- Bilet temini sırasında yaşanan sıkıntılara ilişkin görüşleri,
- Bilet fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşleri,

- Yiyecek-içecek fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşleri,
- Takımlara ait ürün fiyatlarının uygunluğuna ilişkin görüşleri,
- Yarış sırasında verilen bilgilerin yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yapılan tanıtımların yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışlara katılımın yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışları izlemeye gelen yabancı turistlerin sayısının yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz tanıtımına katkıda bulunduğuna ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz ekonomisine katkıda bulunduğuna ilişkin görüşleri,

ile cevaplayıcıların yurtiçi ve yurtdışı itibari ile geldikleri yerler arasında bir ilişki vardır. Bu durum, Formula 1 izleyicilerinin gerek yurtiçi gerek yurtdışı menşeli olsun büyük ölçüde homojenliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Benzer şekilde cevaplayıcıların geldikleri ülkelere göre Formula 1'e ilişkin bazı düşüncelerinde farklılaşmalar olabileceği görüşünden hareketle oluşturulan hipotezlerde de, Formula 1'in Türkiye'nin tanıtımına katkısına ilişkin görüşlerinde bir farklılaşma olduğu görülmektedir. Ancak aşağıda sıralanan görüşlerde ya da yaklaşımlarda, herhangi bir farklılaşma söz konusu değildir. Bu görüşler aşağıdaki gibidir;

Cevaplayıcıların;

- Genel katılımın yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışa gelen yabancı turist sayısının yeterliliğine ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz tanıtımına katkısına ilişkin görüşleri,
- Yarışların ülkemiz ekonomisine katkısına ilişkin görüşleri,

ile geldikleri ülkeler arasında bir ilişki vardır. Bu bağlamda, Formula 1'in Türkiye ayağına ilişkin değerlendirmelerde de farklı ülkelere gelen izleyiciler açısından belirgin bir farklılaşmanın olduğunu söylemek mümkün değildir.

Bu sıralanan sonuçlar doğrultusunda öneriler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

1. Katılımcıların şikayet ve önerilerini öğrenebilmek adına, organizasyon komitesi tarafından izleyicilere anketler düzenlenmeli ve sonraki yarış için yapılacak organizasyonlarda bu anketten çıkan her bir veri dikkate alınmalıdır.
2. Yarışlara olan katılımı arttırmak için tanıtım faaliyetlerine daha fazla ağırlık verilmelidir. Önceki 4 yarışa bakıldığında, tanıtım faaliyetlerinin yarışlardan 10 gün önce başlatıldığını görmekteyiz. Bu sürenin uzatılmasının katılımı olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.
3. Tanıtım faaliyetlerine bakıldığında, açılan stand sayılarının 4-5 ile sınırlandırıldığı ve sadece İstanbul bölgesinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Halbuki İstanbul Park konumu itibari ile İzmit ve Sakarya bölgelerine de ulaşım açısından yakın bir coğrafi konumdadır. Bu çalışmaların, bu iki bölgede de gerçekleştirilmesinin katılımı arttırmak adına olumlu olacağı düşünülmektedir.
4. Dünyanın dört bir tarafında Formula 1'in fanatik izleyicilerinin olduğu ve bu izleyicilerin çeşitli turlarla veya organizasyonlarla mesafe gözetmeksizin yarışları canlı olarak izlemeye geldikleri bilinmektedir. Yabancı turistleri ve daha fazlasını ülkemizdeki yarışlara çekebilmek için, ülkemize komşu ülkelerde ve İngiltere, Almanya gibi Formula 1 hayranlarının yoğun olduğu ülkelerde çeşitli tanıtım aktiviteleri düzenlenmesinin katılımı olumlu yönde arttıracak ve ülke bilinirliğini de olumlu yönde geliştirecek bir unsur olduğu düşünülmektedir.
5. Uzun ve orta vadeye bakıldığında Formula 1'in ülkeye ekonomik getiri sağladığı bir gerçektir. Organizasyonun yapıldığı sene ekonomik fazla bir getiri gözükmesine de, sonraki yıllarda insanların Türkiye'yi fark etmeleri ve Türkiye hakkında kapsamlı olmasa da, bilgiye sahip olmaları turizm açısından ülkemizi turistlerin tercih bölgelerinden biri haline getirmektedir. Ancak Formula 1'in sırf bu kadar getirisi olduğu düşünülmemeli ve

organizasyon aşamasında da gelir elde etmenin yolları aranmalıdır. Bu, maalesef yapılan mevcut sözleşmelerle pek mümkün gözükmemektedir. FIA, yapılan sözleşme gereği hemen hemen bütün gelir getiren kalemleri kendi bünyesine almış ve ülkemize bu kardan çok az bir yüzde pay bırakmaktadır. Daha sonra pistin Bernie Ecclestone'a kiralanması, giderleri düşürse de, zaten az olan kar dilimini ortadan kaldırmıştır. Şu an, ülkemizin İstanbul Park'tan elde ettiği tek gelir kalemi, İstanbul Park kira bedelidir. Buna göre, Bernie Ecclestone ile yapılan sözleşmenin yeniden gözden geçirilmesi ve anlaşma konusunda bazı iyileştirmelere gidilmesi gerekmektedir.

6. Mevcut sponsorların daha verimli ve aktif çalışmasının, İstanbul Park'a olan mevcut katılımı olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Örneğin Petrol Ofisi firmasının yaptığı stand çalışmalarının yeterli olmadığı görülmektedir. Bu noktada tanıtımlar benzin istasyonlarının haricinde kalabalık alışveriş merkezleri gibi halkın yoğun olduğu yerlerde, uygun zaman gözeterek ve sıklıkla mevcut hale getirilmelidir. Bu sayede Formula 1 halkın ayağına kadar gelmiş olacak ve daha fazla insanda Formula 1 hakkında merak uyanacaktır. Mevcut sponsor firmalarını daha aktif hale gelmesi gerekmektedir. Örneğin Vodafone firması, global bir şirket olması ve kendi Formula 1 takımlarının olması sayesinde de oldukça verimli bir tanıtım kampanyası düzenlemiştir. Kurdukları standlar, düzenledikleri aktiviteler, televizyon ve radyo reklamları ve kendi abonelerine sağladıkları bilgilendirme ve kolaylıklar ile diğer mevcut sponsorlar arasında hemen fark edilen bir kurum haline gelmiştir.
7. Formula 1'in marka bilinirliğinin arttırılması da, katılımcı sayısını etkileyecek bir unsur olarak düşünülmektedir. Bunun için pazarlama ve halkla ilişkiler departmanlarının önemi oldukça artmaktadır. Bir izleyiciye satın aldığı bilet ile aslında neleri satın aldığı oldukça iyi anlatılmalıdır.
8. Sponsor firmaların Formula 1 için yaptıkları reklam yatırım geri dönüş istatistikleri her sene düzenli olarak hazırlanmalı ve bu rapor herkese duyurulmalıdır. Bu sayede diğer firmaların da dikkatleri bu organizasyona

çekilecek ve sponsor firma sayısı arttırılacaktır. Bu da daha fazla geliri beraberinde getirecektir. Örneğin Petrol Ofisi firmasının 3 yıldır bu organizasyona sponsorluk yaptığı bilinmektedir. Fakat “Bu 3 yılda petrol satış oranları ne kadar değişti, Formula 1’e sponsorluk insanların benzin aldıkları yer tercihlerinde bir değişiklik yarattı mı?” gibi sorular şu ana kadar hiç duyurulmamıştır.

9. İlk 3 yarışa bakıldığında çok fazla miktarda sponsorlara bedava bilet dağıtıldığı bilinmektedir. Son yarışa bakılığında ise bu sayının oldukça düşürüldüğü ve dolayısıyla elde edilen gelirlerin de yükseldiği düşünülmektedir. Burada sponsor bedava biletlerinin tamamen kaldırılması ve sponsor firmalara bilet verilerek bu biletleri daha uygun fiyata satmaları sağlanmalıdır. İlk seneki yarışta Petrol Ofisi bu konuda başarılı bir çalışma gerçekleştirmiştir. Formula 1 biletlerini istasyonlarından belirli rakamda benzin alan müşterilerine yarı fiyatına satmıştır. Bu gibi aktiviteler çeşitlendirilmeli ve gelir düzeyi daha yukarılara çekilmelidir.
10. Yapılan anketlere bakıldığında gelen şikayetlerin, yiyecek-içecek takım ürünleri ve biletlerin pahalı olduklarından kaynaklandığını görmekteyiz. Yapılan sözleşmeler dahilinde fiyatların uygun bir seviyeye çekilmesi gerekmekte ayrıca yiyecek-içecek hizmet kalite ve hızında da düzenlemelere gidilmesi gerektiği düşünülmektedir.
11. Bir diğer memnuniyetsizlik ise sinevizyonların konumu ve anons ses düzeylerinin yetersizliğinden gelmiştir. Her tribün konumuna hitap edecek sinevizyon ve ses sistemlerinin sonraki senede hazırlanması bu yöndeki talepleri karşılayacaktır.

8. EKLER

EK 1- TÜRKÇE ANKET ÖRNEĞİ

İSTANBULPARK'IN EKONOMİK BOYUTUNUN ARAŞTIRILMASI VE SEYİRCİ MEMNUNİYETİNİN İNCELENMESİ

İyi günler. İstanbul park seyirci memnuniyetini inceleyen bir araştırma yapıyorum. Konu ile ilgili izlenimlerinizi benimle paylaşırsanız sevinirim.

1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER:

A. **CİNSİYET:** 1 Erkek () 2 Kadın ()

B. **YAŞ:**..... 1. 0 – 20 arası () 3. 31 – 40 arası () 5. 51 ve üzeri ()
2. 21 – 30 arası () 4. 41 – 50 arası ()

C. **EĞİTİM DURUMU:** 1. İlköğretim () 2. Ortaokul () 3. Lise ()
4. Üniversite / Yüksekokul ()

D. **GELİR DÜZEYİ:** 1. 0 - 750 YTL () 2. 751 - 1.500 YTL () 3. 1.501 - 2.250 YTL ()
4. 2.251 - 3.000 YTL 5. 3.001 YTL ve üzeri

E. **TRİBÜN:**1. Paddock () 2. Ana Tribün () 3. Golden ()
4. Silver () 5. Bronze () 6. Açık Alan ()

F. **UYRUĞUNUZ:** 1. Türkiye () 2. Diğer

2. BİLET:

A. **Biletinizi nasıl / nereden temin ettiniz?**

1. Biletix () 2. Gişeden () 3. Sponsor Firmalar ()
4. İTO () 5. TOSFED () 6. Diğer :.....

B. **Bilet temini sırasında herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı?**

1. Evet () 2. Kısmen () 3. Hayır ()

C. **Bilet fiyatları uygun muydu?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

D. **Bilet noktalarından içeri girerken herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

3. ULAŞIM:

A. **İstanbul Park pistine gelirken ulaşımınızı nasıl sağladınız?**

I. () Özel araçla.→ Aşağıdaki konularla ilgili herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı?

1. İstanbul Park’a gelirken / dönerken trafik yoğunluğundan kaynaklanan bir sıkıntı yaşadınız mı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
2. Güzergah üzerinde güvenlik önlemlerinden kaynaklanan bir sıkıntı yaşadınız mı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
3. Bağlantı yollarından kaynaklanan bir sıkıntı yaşadınız mı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
4. Yönlendirme işaretleri ve görevlileri yeterlimiydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
5. Otopark sorunu yaşadınız mı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır

II. () Toplu Taşıma Araçlarıyla. → Aşağıdaki konularla ilgili herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı?

1. Otobüs sefer sayısı yeterlimiydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
2. Otobüslerin şehir içi kalkış nokta sayısı yeterlimiydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
3. Otobüsler planlanan saatte hareket etti mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
4. Otobüsler kalabalık mıydı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
5. Otobüsler temizlik açısından yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
6. Otobüsler havalandırma açısından yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır

4. HİZMETLER:

A. İstanbul Park alanı içerisinde aldığınız hizmetlerle ilgili değerlendirmeniz nelerdir?

1. Seyir noktaları arası ulaşım yeterli mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
2. Tribün konumu yeterli mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
3. Alan içerisinde güvenlik yeterli mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
4. Görevli personel sayısı yeterli mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
5. Görevli personelin seyirciye davranışları uygun mu?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
6. Yiyecek – içecek alanları yeterli mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
7. Yiyecek – içecek hizmetleri kaliteli mi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
8. Yiyecek – içecek hizmetleri hızlı mıydı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
9. Yiyecek – içecek fiyatları uygun muydu?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
10. Tribün temizliği yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır

11. Tuvaletlerin temizliği yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
12. İstanbul Park alanı içerisinde sabit telefon görüşme imkanı mevcut muydu?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
13. Cep telefonu servis hizmetleri ile ilgili sıkıntı yaşadınız mı?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır

5. AKTİVİTELER:

A. **İstanbul Park alanı içerisinde sunulan aktiviteler ilgili değerdendirmeniz nelerdir?**

1. Similasyon aktiviteleri için gerekli altyapı ve alan yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
2. Takımlara ait ürün standları yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
3. Takımlara ait ürün fiyatları uygun muydu?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır
4. Verilen hediyeler yeterli miydi?	1 () Evet	2 () Kısmen	3 () Hayır

6. BİLGİ:

A. **Yarış sırasında anons yoluyla yapılan bilgilendirme yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

B. **Ses düzeyinin kalitesi yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

C. **Sinevizyon sayısı yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

D. **Sinevizyonların konumu uygun muydu?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

7. TANITIM:

A. **Yarış öncesinde organizasyon komitesince yapılan tanıtımlar yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

B. **İstanbul Park için hazırlanan internet sayfası yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

C. **İstanbul Park'ta yarış için hazırlanan krokiler yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

D. **Yarış esnasında organizasyon için yapılan tanıtımlar yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

E. **Genel olarak İstanbul Park'a katılım yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

F. **İstanbul Park'a gelen yabancı turist sayısı yeterli miydi?**

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

G. İstanbul Park'ın ülkemiz *tanıtımına* katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

H. İstanbul Park'ın ülkemiz *ekonomisine* katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz?

1 Evet () 2 Kısmen () 3 Hayır ()

İLGİNİZ İÇİN
TEŞEKKÜR EDERİM

EK 2- İNGİLİZCE ANKET ÖRNEĞİ

RESEARCH FOR THE ECONOMIC DIMENSIONS OF İSTANBUL PARK AND THE SPECTATOR'S SATISFACTION

Have nice day. I am reconnoitring the spectator's satisfaction at İstanbul Park . I will be delighted, if you share your impressions.

1. DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS:

A. **GENDER:** 1 Male () 2 Female ()

B. **AGE:**..... 1. between 0 – 20 () 3. between 31 – 40 () 5. Over 51 ()
2. between 21 – 30 () 4. between 41 – 50 ()

C. **EDUCATIONAL BACKGROUND:** 1. Primary School () 2. Middle school ()
3. High School () 4. University /
College ()

D. **INCOME LEVEL:** 1. 0 - 375 € () 2. 376 - 750 € () 3. 751 - 1.125 € ()
4. 1.126 - 1.500 € 5. Over 1.501 €

E. **BLEACHERS:** 1. Paddock () 2. Main Platform () 3. Golden ()
4. Silver () 5. Bronze () 6. Open Space ()

F. **NATIONALITY:** 1. Türkiye () 2. Other

2. TICKET:

A. **How/Where did you buy your ticket?**

1. Biletix () 2. From box office () 3. Sponsor Company ()
4. İTO () 5. TOSFED () 6. Other :.....

B. **Did you have any difficulties while you were buying your ticket?**

1. Yes () 2. Partly () 3. No ()

C. **Are the ticket prices apposite?**

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

D. **Did you have any trouble while you were entering the area?**

1 Yes() 2 Partly () 3 No ()

3. ACCESS:

1. **How did you Access to İstanbul Park?**

I. () Private car. → Did you have any troubles with the topics below?

1. Did you have any difficulties by reason for traffic during your arrivals and departures ?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
2. Did you have any difficulties with the safety precautions en route?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
3. Did you have any difficulties with the connection points on the road?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
4. Are the tags and the officers sufficient?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
5. Did you have any parking difficulties?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No

II. () Public Transportation. → Did you have any troubles with the topics below?

1. Is the number of bus service sufficient?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
2. Is the number of departures sufficient from the city?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
3. Are the departures on time?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
4. Are the buses crowded?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
5. Are the buses clean enough?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
6. Are the air conditions of buses sufficient?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No

4. SERVICES:

What is your evaluation about the services you have been given in the area of İstanbul Park?

1. Is the access sufficient between the kibitz points ?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
2. Are the bleachers sufficient?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
3. Is the security sufficient in the area?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
4. Is the number of officers sufficient in the area?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
5. Is the attitude of the officers towards the spectators?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
6. Is the food court sufficient?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
7. Is the food court service high quality?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
8. Is the food court service rapid?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
9. Is the food court prices adequate?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
10. Are the bleachers clean?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
11. Are the toilets clean?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No

12. Does the immobile phone call facilities available in the area of İstanbul Park?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
13. Did you have any difficulties during your mobilephone calls?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No

5. ACTIVITIES:

What is your evaluation about the activities represented in the area of İstanbul Park?

1. Is the range and the infrastructure sufficient for the simulation activities?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
2. Are the product stands of the teams sufficient?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
3. Are the product prices adequate?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No
4. Are the promotions satisfactory?	1 () Yes	2 () Partly	3 () No

6. INFORMATION:

A. Is the information sufficient given by paging during the race ?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

B. Is the quality of audio mixer sufficient?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

C. Is the number of screens enough?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

D. Are the locations of the screens available?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

7. PRESENTATION:

A. Are the presentation of the organization committee sufficient?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

B. Is the website sufficient ?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

C. Are the plans prepared for the race in the area of İstanbul Park sufficient?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

D. Are the presentation of the organization during the race sufficient?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

E. Is the attendance satisfactory on the whole?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

F. Is the number of foreign tourists satisfactory?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

G. Do you think İstanbul Park contribute to the publicity of Turkey?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

H. Do you think İstanbul Park pay a domestic help of our country's economy?

1 Yes () 2 Partly () 3 No ()

THANK YOU FOR
PAYING ATTENTION

9. KAYNAKLAR

1. ACAR, S.: Telemetre, F1 Racing, s.5, İstanbul, Nisan 2008
2. ACAR, S.: Türkiye ve F1, TOSFED Dergisi, İstanbul, Ağustos, 2005
3. Akfırat, Akfırat Belediyesi Tanıtım Dergisi, İstanbul, Ocak 2007
4. ASNA, A.: Temel Bilgiler. s.213, Der Yayınevi, İstanbul, 1998
5. AVCIKURT, C.: Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme, s.18-67, Değişme Yayınevi, İstanbul, 2005
6. BEĞÜN, A. B.: Düünden Bugüne Formula 1, s.6-8-15-32-34, İnkılap Yayınevi, İstanbul, 2005
7. BERKOWITZ, E., KERIN, R., HARTLEY, S., RUDELIUS, W.: Marketing, s.500, Chicago, Irwin, 2001
8. BÜLBÜL, R.: Halkla İlişkiler ve Tanıtım, S.85-104, Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara, 2000
9. CANİKLİGİL R.: Formula 1, Hürriyet Gazetesi, 04.03.2008
10. ÇALIŞKAN S.: sadi@İstanbulparkcircuit.com, İstanbul park gelirleri, ÖZBAY Evren, evrenov@hotmail.com, 28.05.2007
11. ÇEKER, M.: Takım Çalışması Başarıyı Getirdi, TOSFED Dergisi, İstanbul, Ağustos, 2005
12. FAYOS-SOLA, E.: The Impact of mega-events, Annals of Tourism Research, Vol.25(1), s.241-245, 1998
13. GETZ, D., FAIRLEY, S.: Media Managment at Sport Events for Destination Promotion: Case Studies and Concepts, Event Managment, s.127-139, 2004
14. GİRİTLİ, İ.: Türkiye'nin Tanıtılmasında Öncelik Dışarıdaki İmajımızın Düzeltilmesine Verilmelidir, Türkiye Tanıtma Sempozyumu Bildirileri, s.65-74, T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara, 1989
15. KOTLER, P., ARMSTRONG, G.: Principles of Marketing, Eleventh ed. Prentice Hall, New Jersey, s.153, 2006
16. MARTIN, I., EROĞLU, S.: Measuring a Multi Dimensional Construct: Country Image', Journal of Business Research, 28(3), s.191-210, 1993
17. PIKKEMAAT, B.: The measurement of destination image: The Case of Austria. The Poznan University of Economic Review, 4(1), s.87-102, 2004
18. Pit Geçışı, F1 Racing, s.26, İstanbul, Mayıs 2008

19. SUNGUR, C.: Bernie Ecclestone, TOSFED Dergisi, İstanbul, Ağustos, 2005
20. ŞAHBAZ, P.: Türkiye'nin tanıtımı harcamalarının dış turizmine talebine etkileri, s.121-150, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(3), 2000
21. TANRIÖVER Ö.: Formula 1 Ekonomisi, Deloitte Spor Serisi, İstanbul, 2005
22. WILCOX, D., AULT, P. AGE, W.: Public Relations: Strategies and tactics. New York, Addison Wesley Longman, s.247, 522, 1997

10. ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı	MESUT EVREN	Soyadı	ÖZBAY
Doğum Yeri	İSTANBUL	Doğum Tarihi	23/06/1979
Uyruğu	T.C	TC Kimlik No	30499897942
E-mail	evren.ozbay@okan.edu.tr	Tel	0216 341 14 66

Eğitim Düzeyi

	Mezun Olduğu Kurumun Adı	Mezuniyet Yılı
Doktora/Uzmanlık		
Yüksek Lisans		
Lisans	MARMARA ÜNİVERSİTESİ SPOR YÖNETİCİLİĞİ	2005
Lise	İSTEK ÖZEL BELDE LİSESİ	1998

İş Deneyimi (Sondan geçmişe doğru sıralayın)

	Görevi	Kurum	Süre (Yıl - Yıl)
1.	İŞL.MD.YRD.	OKAN ÜNİVERSİTESİ	2007-.....
2.	SPOR KOORDİNATÖRÜ	SPORT ASSİST	2005-.....
3.	SPOR KOORDİNATÖRÜ	PENDİK ŞİFA HASTANESİ	2003-2005

Yabancı Dilleri	Okuduğunu Anlama*	Konuşma*	Yazma*
İNGİLİZCE	İYİ	İYİ	İYİ

	Sayısal	Eşit Ağırlık	Sözel
LES Puanı	52.113	53.615	55.116
(Diğer) Puanı			

Bilgisayar Bilgisi

Program	Kullanma becerisi
MICROSOFT OFFICE	ÇOK İYİ
PHOTOSHOP	İYİ

Yayınladığı Makaleler:

1. ÖZBAY, M.Evren, “Spor Endüstrisi Devrimi: Formula 1”, Euroasia Sportsnews, İstanbul, Ocak, 2007
2. ÖZBAY, M.Evren, “Sihirbazlar Dünyasında Neler Oluyor?”, Euroasia Sportsnews, İstanbul, Ocak, 2007
3. ÖZBAY, M.Evren, “Tabuları Yıkan Takım: Renault F1 Team”, Euroasia Sportsnews, İstanbul, Nisan, 2007
4. ÖZBAY, M.Evren, “Düşünen Adamın Spor: Golf”, Euroasia Sportsnews, İstanbul, Nisan, 2007
5. ÖZBAY, M.Evren, “Rekreasyon”, Euroasia Sportsnews, İstanbul, Kasım, 2007
6. ÖZBAY, M.Evren, “Fitness Eğitmenleri İçin Beceriler”, Euroasia Sportsnews, İstanbul, Mayıs, 2008

