

# **Spor Sponsorluđu**

## **Sponsorluk ve Olimpiyatlar**

**Spor Bilimleri Anabilim Dalı**

# Sponsorluk ve Olimpiyatlar

## Olimpiyat Oyunlarının Yapıldığı Ülkeler Üzerindeki Etkileri

- Olimpiyat Oyunlarının yapıldığı ülkeler üzerinde etkilerini üç ana başlıkta toplayabiliriz. Bunlar siyasal, ekonomik ve kültürelidir.
- Olimpiyatlar, gelişen dünya da insanların merak ve hayal ettikleri ülkeleri olimpiyatlar sayesinde görme, gezme ve kültürlerini tanıma ve aktarma imkanına sahip olmuşlardır.
- Spora ilgi duyan kişilerle aktif spor yapanlar, seyirciler, idareciler ve taraftarların anlaşılacağını belirtmektedir.
- Spor organizasyonları katılanların ve seyircilerin dışardan gelen aktif spor yapanlar, seyirciler, basın mensupları, spor turizmine katılanları meydana getirir.



# Sponsorluk ve Olimpiyatlar

- Bu spor turizmi bir ekonomik sektörün doğmasına ve sektör sayesinde ülkelerin insan ve kültür alışverişlerini hızlandırmıştır.
- Ülkeler arasındaki kültürel yakınlaşma, eğitim, tanıtım kampanyaları, sportif karşılaşmalar ve bu konu alanında uygulanan kolaylıklar turizmin gelişmesinin yanı sıra cazibesini de artırmaktadır.
- Büyük bir turistik kitlenin olimpiyat oyunlarının yapıldığı bölgeyi gezmek, görmek istediği de turizm hareketinin gelişmesi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru bir gelir akımını doğurur. Dış temasların spor alanlarında gerçekleştirilmesi, ülkeler arasındaki sosyal, ekonomik ve kültürel ilişkilere zemin teşkil edebilir.

## SPONSORSHIP



# Sponsorluk ve Olimpiyatlar

- Daha önce yapılan olimpiyat oyunlarında meydana gelen Afrika ülkelerinden bazılarının boykotları, Çin ve Milliyetçi Çin, ve benzeri ülkeler arasındaki kültürel ve siyasi çatışmaları aza indirerek kültürel yakınlaşmayı sergilemek için 1968 Meksika Olimpiyat Oyunlarında; oyunlara katılan bütün ülkelerin özel folklor, dans ve melodileri, muayyen program dahilinde ve her akşam 4-5 ülkenin temsil edilmek kaydı ile halka ve gelen misafirlere gösterildi.
- Olimpiyat oyunlarının ülkelere getirdiği en önemli kazançların başında o ülkenin tanıtımı gelmektedir.
- **Olimpiyatların Maliyeti**
- Oyunların yapılacağı ve sporcuların katılacakları tesisler, spor alanları ve olimpiyat köyleri, oyunlara katılanların sayısı ve kapasitelerindeki artış ve paralelindeki maliyet artışları ekonomik yönden fakir ülkelerin boyutlarını aşmıştır.
- **Olimpiyatların Ekonomik Gelişmelere Etkileri**
- Olimpiyatlar dostlukları geliştirirken aynı zamanda ülkeler arasında ekonomik anlaşmalar ve ticari alışverişleri de beraberinde geliştirmiştir. Hatta, iktisadi, ticari ve teknolojik gelişmelerin insanlığa sunulmasında bir aracı, bir vasıta da olmuştur.

# Sponsorluk ve Olimpiyatlar

- Global pazarlamayı ve global rekabeti irdelerken, cevaplaması gereken ilk soru, uluslararası rekabet denince neyin algılandığıdır. Porter'e göre, uluslararası rekabet denince ekonomiler değil endüstriler algılanır. Çünkü, bir işletme dünya ölçü setindeki rekabeti, ait olduğu sektörün öteki işletmeleriyle yapmaktadır. Bu nedenle globalleşme endüstrilerde olmaktadır.
- Rekabet görüntülerinde dikkati çeken bir başka nokta; şirket birleşmelerinin, işletmeler arasındaki ileri düzeyde işbirliklerinin ve ortak girişimlerin iç pazar-dış pazar anlamını değiştirmesidir. Bu yüzden endüstriye giren firma er veya geç uluslararası firmalarla rekabet edecektir.
- Dünyanın her yerinin karışık olduğu bir dönemde belirli bir ticari ürünün siyasi sınırları, savaşları, çatışmaları aşip, başarıyla satılabilmesinin sırrı son zamanlarda üzerinde çok tartışılan "global pazarlama yaklaşımı" içinde yer almaktadır.
- Global pazarlama yaklaşımı, temel pazarlama ilkelerinin dünya çapında uygulamasıdır. Özellikle çok uluslu işletmelerin bütün dünya da kullandığı bir pazarlama stratejisidir. Bu strateji, savaşlara ve bölgesel çatışmalara karşın, insanlar arasındaki benzerliklerin farklılıklardan çok daha fazla olduğu düşüncesine dayalı bir pazarlama anlayışıdır.

# Sponsorluk ve Olimpiyatlar

- Global pazarlamayı ve global rekabeti irdelerken, cevaplaması gereken ilk soru, uluslararası rekabet denince neyin algılandığıdır. Porter'e göre, uluslararası rekabet denince ekonomiler değil endüstriler algılanır. Çünkü, bir işletme dünya ölçü setindeki rekabeti, ait olduğu sektörün öteki işletmeleriyle yapmaktadır. Bu nedenle globalleşme endüstrilerde olmaktadır.
- Rekabet görüntülerinde dikkati çeken bir başka nokta; şirket birleşmelerinin, işletmeler arasındaki ileri düzeyde işbirliklerinin ve ortak girişimlerin iç pazar-dış pazar anlamını değiştirmesidir. Bu yüzden endüstriye giren firma er veya geç uluslararası firmalarla rekabet edecektir.
- Dünyanın her yerinin karışık olduğu bir dönemde belirli bir ticari ürünün siyasi sınırları, savaşları, çatışmaları aşp, başarıyla satılabilmesinin sırrı son zamanlarda üzerinde çok tartışılan "global pazarlama yaklaşımı" içinde yer almaktadır.
- Global pazarlama yaklaşımı, temel pazarlama ilkelerinin dünya çapında uygulamasıdır. Özellikle çok uluslu işletmelerin bütün dünya da kullandığı bir pazarlama stratejisidir. Bu strateji, savaşlara ve bölgesel çatışmalara karşın, insanlar arasındaki benzerliklerin farklılıklardan çok daha fazla olduğu düşüncesine dayalı bir pazarlama anlayışıdır.

# Sponsorluk ve Olimpiyatlar

- Londra'da düzenlenen 2012 Olimpiyat Oyunları için 15 milyar Dolar harcanmıştı.
- Brezilya altyapı çalışmalarına 4.6 milyar Dolar harcadı.
- Tarihin en ucuz maliyetli olimpiyat oyunları ise 1964 yılında Tokyo'da organize edildi. Tokyo hükümeti, o dönem 282 milyon Dolar masraf yaptı.
- Soçi Kış Oyunları, 22 milyar Dolar'a mal oldu.
- **Brezilya'da düzenlenecek olan 2016 Yaz Olimpiyat Oyunları'nın maliyetinin 12 milyon dolar olduğu tahmin ediliyor.**

## **MALİ KAYNAĞIN YÜZDE 93'Ü SPONSORLARDAN**

Olimpiyat oyunlarının mali kaynağının yüzde 40'ünün yerel sponsorlardan, yüzde 25'inin Uluslararası Olimpiyat Komitesinden (IOC), yüzde 16'sının bilet satışlarından, yüzde 12'sinin uluslararası sponsorlardan, yüzde 7'sinin de lisans hakları ve diğer kaynaklardan gelmesi bekleniyor.

Brezilya Federal Kalkınma Bankası (BNDES), Haziran 2014 itibarıyla oyunlar için 3,2 milyar dolarlık, tasarruf ve borç verme kamu kuruluşu Caixa da 700 milyon dolarlık kredi sağladı.