

## **TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ KAPSAMINDA FUTBOL TURİZMİ: ANTALYA BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA**

*Mahmut DEMİR- Şirvan Şen DEMİR  
Muğla Üniversitesi Ortaca Meslek Yüksekokulu*

### **ÖZET**

Son yıllarda, Türkiye’de turistik ürün çeşitlendirmesi konusunda birtakım çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmaların bir kısmı ilgili bakanlık ve turizm kuruluşları tarafından yapılırken bir kısmı ise bölgesel özellikler ve işletmelerin çabasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmalardan birisi de futbol turizmidir. Bu çalışmada futbol turizminin bölgesel düzeyde ve turizm işletmeleri açısından etkileri değerlendirilerek önemi vurgulanmış ve Antalya bölgesinde yapılan bir araştırmanın sonuçları ortaya konulmuştur.

*Anahtar Sözcükler ; Turistik Ürün, Futbol Turizmi, Antalya*

### **1. GİRİŞ**

Türkiye’de turizm 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren gelişme eğilimi içerisine girmiştir. Bu gelişmenin temelinde yatan en önemli etkenin, ülkeler için turizmin öneminin kavranması ve turizm sektörüne yapılan teşvikler olduğu bilinmektedir.

Günümüze kadar olan süreçte, bazı turizm projelerinin geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılmıştır. Bunlardan bir kısmının ya hiç uygulanma imkanı olmamış, yada tam olarak amacına ulaşamamıştır. Bu nedendir ki, turizmin gelişimi yine mevcut turizm bölgelerinde ve turizm mevsimi olarak bilinen Nisan-Ekim döneminde gerçekleşmiştir. Yapılan araştırmaların da, özellikle Türkiye’de en fazla turizm talebi olan bölgelerde yapılması da bunun bir göstergesidir.

### **2. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME**

Turistik ürün; turistin seyahat ve geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerini karşılayabilecek nitelikte olan mal, hizmet veya mallar ve hizmetler karışımı yada her ikisinin birden karışımından oluşan bir pakettir (Olalı ve Timur 1988, 421). Turistik ürün çekicilik, yararlılık ve kolay elde

edilebilirlik faktörlerinin bileşimidir (Olalı 1990, 140). Diğer taraftan bazı yazılı kaynaklarda bu üç bileşene ek olarak imaj ve fiyat (Middleton ve Hwkins 1998) bileşenin de eklendiği görülmektedir.

Turizmin kullandığı alanların çok çeşitli olması, turistik üründe de çeşitlilik yaratılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak öncelikle arz kaynaklarına bağlıdır. Turistik ürün çeşitleri ülkelerin/bölgelerin sahip olduğu altyapı, üstyapı olanakları ve tamamlayıcı hizmetler ile doğal, kültürel ve toplumsal kaynakların farklılığına bağlı olarak değişebilmektedir. Bazı bölgeler birden fazla turistik arz kaynaklarına sahip olabilir. Bu bölgelerde birbirini destekleyecek şekilde turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak kısıtlı arz kaynaklarına sahip olan bölgelere göre daha yararlı olabilir. Diğer bir ifade ile, yeterli arz kaynakları mevcut değilse, turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak, mevcut ürünü de bozacağı için yarardan çok zarar getirebilir.

Bununla birlikte, turistik ürün çeşitlendirmesinde birtakım ölçütlerin göz önünde bulundurulması gerekir. Turistik ürün çeşitlendirmesine yönelik yapılan faaliyetlerin her açıdan yararlı sonuçlar vermesi için belirli plan ve programların hazırlanması, elde edilecek gelirlerin çalışmalar süresince harcanan kaynaklardan fazla olması gerekliliğini ortaya koymaktadır (Şahbaz 2002).

Geniş anlamda ve günümüzün turizm talep eğilimleri ele alındığında, ülkemiz çok farklı ve çeşitli, hatta hepsinden önemlisi rakipsiz sayılabilecek turizm ürünlerine sahip bir coğrafyadır (Neyişçi 2002). Son yıllarda turistik ürün çeşitlendirme çabaları içine giren Türkiye'nin, pek çok yöredeki doğal, kültürel ve sosyal bakımdan yeterli turizm arz kaynaklarının özellikle alt ve üst yapı yetersizliği nedeniyle etkin bir şekilde kullanılamaması ve mevcut turizm bölgelerine yönelik çalışmalara öncelik vermesi turizmin bölgesel düzeyde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Yine de bazı turizm çeşitlendirme çalışmaları yapılmaktadır.

Tüm bunlara rağmen Türkiye'nin değişik bölgelerinde yapılan turizm çeşitlendirme çalışmalarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı 2003);

- Av turizmi
- İnanc turizm
- Sağlık turizmi
- Hava sporları turizmi
- Golf turizmi
- Mağara turizmi
- Rafting turizmi
- Kuş gözlemciliği
- Yat turizmi
- Kış turizmi
- İpek yolu
- Kongre turizmi
- Gençlik turizmi
- Botanik turizmi
- Yayla turizmi
- Dağcılık turizmi
- Su altı dalış

Yukarıda sıralanan turizm çeşitlerinin hepsinin tam anlamıyla ve yaygın bir şekilde uygulandığından bahsetmek pek mümkün değildir. Örneğin İpek yolu projesi henüz hayata geçmemiştir.

Diğer taraftan, son 10 yıllık dönemde Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçları incelendiğinde deniz-kum-güneş olarak bilinen tatil amaçlı gelenlerin oranında düşüşler olduğu gözlenirken diğer amaçlı gelenlerin oranlarının arttığı görülmektedir. Özellikle, turistlerin ülkemize geliş amaçları arasında sportif ilişkilerin yer alması çalışma açısından önemlidir.

**Tablo 1. Turistlerin Geliş Nedenleri (Yüzdesel Dağılımı)**

Turistlerin Geliş Nedenleri	Yıllar				
	2001	1998	1997	1996	1993
Tatil	52,3	49.79	56.12	50	60
Kültürel	9,2	9.86	10.45	13	9
Alışveriş	8,3	5.73	5.94	4.4	11
Yakın Ziyaret	7,9	5.91	6.28	4.5	4
Toplantı/Konferans	2,4	2.17	1.49	1.5	1
Sağlık-kaplıcalar	1,0	0.55			
Dini	0,3	0.25			
Sportif ilişkiler	1,3	1.03			
Eğitim öğretim		1.06			
Transit	3,1	0.71			
İş İlişkileri		8.90	5.51	10	6
Ticaret		6.10	6.7	4.8	3.5
Ticari ilişkiler/fuar	5,0				
Kamu hizmeti		0.40			
Çalışma		4.81	3.91	4.3	2
Görev	5,0				
Diğer	4,3	2,74			

Kaynak: DİE, Yabancı Ziyaretçiler Anketleri, 2002

Türkiye'de turistik ürün çeşitleri arasında henüz görülmeyen ancak, son yıllarda oldukça önem kazanan ve özellikle kış döneminde Antalya'da gelişmekte olan bir turizm çeşidi vardır ki, bu da "futbol turizmi"dir. Bugüne kadar ciddi olarak değerlendirilmeyen ve bilimsel çalışmalarda henüz rastlanmayan futbol turizmi, spor turizmi içinde düşünülmeyle birlikte kendine özgü bazı özellikleriyle başlı başına incelenmesi gereken bir turizm çeşididir.

Futbol yalnızca bir spor olarak görülmemektedir. Aynı zamanda, eğitim ve sağlık alanlarında sosyal gelişmeyi, milli gurur ve birliği güçlendirmeyi ve turistik ürün çeşidi olarak ekonomik katkıyı yaratan bir olaydır (Belizefootball 2003). Futbol turizmi, diğer turizm çeşitlerinden oldukça farklı bir özelliğe

sahiptir. Katılımcıların aktif olarak yer almasıyla oluşan futbol turizmi aynı zamanda takımların ve oyuncuların özelliklerinden dolayı bölgeye seyircileri ve taraftarları da çekerek ek turizm talebi de yaratabilmektedir.

### 3. ANTALYA BÖLGESİNDE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ OLARAK FUTBOL TURİZMİ

Antalya ülkemizin en fazla turizm talebi yaratan bölgesidir. Bölgeye gelen turistlerin çoğunluğu deniz-kum-güneş amaçlı gelmektedir. Bununla birlikte Antalya, sunulan turistik ürün çeşitleri bakımından diğer bölgelerimize göre daha avantajlı bir duruma sahiptir. Bölgede genel olarak, tatil amaçlı turizm çeşidi dışında diğer turistik ürün çeşitlerinden de söz etmek mümkündür.

Bu turistik ürün çeşitlerini; Dağ Turizmi (Kayak, Dağcılık ve Tırmanma), Av Turizmi, Kongre Turizmi, Yat Turizmi, Golf Turizmi, İnanç Turizmi ve Rafting olarak sıralamak mümkündür (Antalya Valiliği 2003). Bu turistik ürün çeşitlerine son yıllarda futbol turizmi de eklenmiş ve hızlı bir gelişme göstermiştir.

#### 3.1. Konuyla İlgili Araştırmalar

2002 yılında Türkiye'ye 13.246.699 turist gelmiştir (TÜRSAB 2002). Aynı yıl Antalya'ya gelen turist sayısı ise 4.730.503 tür (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 2002). Buradan da anlaşılacağı üzere Antalya'ya gelen turistler Türkiye'ye gelen toplam turistlerin % 35,7'sini oluşturmaktadır. Aralık, Ocak ve Şubat ayları Türkiye genelinde olduğu gibi Antalya bölgesinde için de turist sayılarının en düşük olduğu aylardır.

**Tablo 2. Türkiye ve Antalya'ya Gelen Turist Sayıları (2002)**

Aylar	Turist Sayısı (Antalya)	Turist Sayısı (Türkiye)	Antalya'ya gelen Turistler/ Türkiye'ye gelen Turistler
Ocak	60.078	306 602	19,6
Şubat	97.516	426 408	22,3
Mart	220.183	675 494	32,6
Nisan	304.109	846 416	35,9
Mayıs	519.182	1 325 825	39,2
Haziran	567.892	1 457 616	39,0
Temmuz	676.331	1 897 062	35,7
Ağustos	715.467	1 900 111	37,7
Eylül	675.529	1 770 499	38,2
Ekim	558.051	1 420 406	39,3
Kasım	221.224	662 984	33,7
Aralık	114.941	557 276	20,6
<b>Toplam</b>	<b>4.730.503</b>	<b>13 246 699</b>	<b>35,7</b>

Kaynak; TÜRSAB, İstatistikler, <http://www.tursab.org.tr>, ve Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 2002 Yılı Turizm İstatistiklerinden oluşturulmuştur.

Antalya’da turizm sezonu yoğunluğu Nisan-Ekim dönemlerinde yaşanmaktadır. Bununla birlikte son yıllarda turizmi tüm yıla yaymak ve turistik ürün çeşitlendirmek amacıyla bazı çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan birisi de futbol turizmine yönelik yapılan çalışmalardır. Bu konuyla ilgili yapılan araştırma bulguları aşağıda açıklanmaktadır.

### **3.2. Araştırma Kapsamı**

Futbol kulüpleri için lige hazırlık çalışmaları iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Birinci hazırlık; ligler başlamadan önceki “sezon öncesi hazırlık”, ikincisi ise liglerin dönem aralarında yapılan “devre arası hazırlık” dönemidir. Çalışma Antalya bölgesine yönelik olduğu için araştırmanın temelini devre arası çalışmaları oluşturmaktadır. Ancak bazı ülkelerde ligler Mart-Nisan aylarında başladığı için bu tür ülkeler de araştırma kapsamına alınmıştır.

### **3.3. Araştırma Yöntemi**

Konuyla ilgili veriler elde etmek amacıyla yapılan çalışmalar dört aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu aşamalar;

- Literatür taraması
- Resmi kurumlar
- Turizm işletmeleri
- Profesyonel futbol kulüpleri

Öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Ancak, “futbol turizmi” kavramının yeni olması nedeniyle literatür taraması sonucunda yeterli verilere ulaşılamamıştır. Bunun üzerine verilerin kaynağından elde edilmesi amacıyla bir anket hazırlanarak aşağıda belirtilen çerçevede ilgili kaynaklardan veriler toplanmıştır. Bu kaynaklar;

#### **Resmi Kurumlar**

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)
- Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)
- Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (GSGM)
- Antalya İl Turizm Müdürlüğü
- Avrupa Futbol Federasyonları Birliği (UEFA)

### **Turizm İşletmeleri**

- Antalya bölgesinde bulunan tüm 5 ve 4 yıldızlı oteller ile tatil köyleri
- Antalya bölgesinde bulunan Seyahat Acentaları

### **Profesyonel Futbol Kulüpleri**

- Türkiye Süper Ligi Futbol Kulüpleri
- Türkiye İkinci Ligi A ve B kategorilerindeki Futbol Kulüpleri
- UEFA kapsamındaki ülkelerdeki özellikle Almanya, İngiltere, Rusya, Belçika, Hollanda, İtalya, Fransa, İspanya, İsveç gibi futbolda söz sahibi ülkelerden 5'er kulüp, diğer ülkelerden 2'şer kulüp.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Türkiye Futbol Federasyonu ve Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'ne ait istatistiki bilgiler kurumların internet sitelerinden elde edilmiştir. Futbol kulüpleri ilgili bilgiler UEFA ve adı geçen ülkelerin tesadüfi olarak seçilen bazı futbol kulüplerinden elde edilmiştir.

### **3.4. Araştırma Bulguları**

Araştırmada, Antalya'nın futbol turizmi arz kaynaklarının tespitine yönelik çalışmalar büyük önem taşımaktadır. Bununla ilgili bulgular aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 3. Antalya'da Bulunan Spor Tesisleri (Futbol)**

<b>Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Antalya İline Ait Spor Tesisleri ve Sayısı</b>		<b>Resmi ve Özel Kurumlara Ait Spor Tesisleri ve Sayısı</b>	
Futbol Stadyumu (Çim)	1	Stad (Çim)	20
Futbol Stadyumu (Toprak)	-	Stad (Toprak)	-
Futbol Stad (Çim)	13	Futbol Sahası (Çim)	16
Futbol Stad (Toprak)	-	Futbol Sahası (Toprak)	19
Futbol Sahası (Çim)	16	Spor Salonu	17
Futbol Sahası Toprak	17	Atletizm Pisti	1
Spor Salonu	6	Atletizm Pisti Sentetik	1
Antrenman spor salonu	1		
Semt Sahaları	34		

Kaynak: GSGM, <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/Tesisler/download/Antalya.xls>, 20.05.2003

Antalya’da bulunan futbol antrenman ve kondisyon amaçlı Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü’ne bağlı tesisler ile diğer kamu ve özel kurumlara ait spor tesisleri tablo 3’te görülmektedir. Bu tesisler daha çok bölgede bulunan futbol kulüpleri ve kurumların bünyelerinde bulunan futbol takımlarına hizmet etmektedir.

**Tablo 4. GSGM’ne Bağlı Antalya İline Ait Futbol Sahalarının Dağılımı**

Adet	İşletme Sahibi		Mülkiyeti		Zemini		Yerleşim Yeri				
	GSGM	Özel	GSGM	Özel	Çim	Toprak	İl Merk.	İlçe Merk.	Kasaba	Köy	Semt Sahası
33	23	10	23	10	16	17	12	3	8	2	8

Kaynak: GSGM, <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/Tesisler/futbol.htm> 20.05.2003

Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü’ne bağlı olarak Antalya iline ait futbol sahalarının yerleşim yerlerine göre dağılımı tablo.4’te görülmektedir. Toplam 33 futbol sahasının 16’sı çim 17’si ise toprak zemine özelliğine sahiptir.

**Tablo 5. GSGM’ne Bağlı Antalya İline Ait Stadyumlar (Merkez)**

Tesisin Adı	Mülkiyeti	İşletme Sahibi	Boyutları	Zemini	Soyunma Odası	Park	Kapasitesi	
							Açık	Kapalı
Atatürk Stadyumu (Işıklıdırılmalı)	GSGM	Belediye	105x70	Çim	5	1	4000	3500

Kaynak: GSGM, <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/Tesisler/download/Antalya.xls>, 20.05.2003

Antalya’da GSGM’ne ait ve belediye tarafından işletilen 105x70 ölçülerinde, ışıklandırması olan 7500 seyirci kapasiteli çim zemine sahip Atatürk Stadyumu hem lig hem de futbol takımlarının hazırlık maçlarında kullanabildiği bir stadyumdur.

**Tablo 6. GSGM'ne Bağlı Antalya İline Ait Stadyumlar (İlçeler)**

Tesisin Adı	Tesisin Zemini		Tribün Durumu		TOPLAM
	Çim	Toprak	Açık	Kapalı	
Serik 100 Yıl Stadı	√		3500		3500
Akseki 100 Yıl Stadı	√		1500		1500
Alanya Milli Egemenlik Stadı	√		2000	2500	4500
Elmalı 100 Yıl Stadı	√		5000		5000
Elmalı Akçay Stadı	√		3000		3000
Finike 100. Yıl Atatürk Stadı	√		3000		3000
Finike İrfan Uğurlu Stadı	√		4000		4000
Kale Futbol Stadı	√		500		500
Kaş Stadı	√		1200		1200
Kemer İlçe Stadı	√		2000	500	2500
Korkuteli Stadı	√		200	1000	1200
Kumluca Stadı	√		1000		1000
Varsak Şehir Stadı	√		15000	5000	20000

Kaynak: GSGM, <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/GSGM/Istatistikler/Download/Stadlar.xls>, 20.05.2003

Bu stadyumların dışında Antalya'nın çeşitli bölgelerinde çim zemine sahip GSGM'ne bağlı stadyumlar da bulunmaktadır. Bu stadyumlara ilişkin bilgiler tablo.6'da yer almaktadır. Bu stadyumlardan seyirci kapasitesi en fazla olan Varsak stadyumudur. Varsak stadyumunun açık tribün ve kapalı tribün seyirci kapasitesi toplamı 20.000 dir. Ancak, diğer stadyumlar daha düşük seyirci kapasitelidir.

**Tablo 7. Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğüne Ait Antalya Spor Salonlarının Özellikleri**

Salon Adı	İşletme Sahibi	Ebat	Kapasite	Konumu		Zemini	Soyunma Oda Sayısı	İdari Büro Sayısı	Sauna
	GSGM			Müsta-kil	Tesis İçinde	Parke			
Atatürk	√	34x20	1700	√		√	6	11	1
Alanya	√	44x23	1500	√		√	6	2	1
Dilek Sabancı	√	44x23	2500	√		√	6	6	1
Elmalı	√	40x18	500	√		√	2	1	
Serik	√	40x18	400		√	√	3	2	
Manavgat	√	40x18	500		√	√	2	1	

Kaynak: GSGM, <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/GSGM/Istatistikler/Download/Stadlar.xls>, 20.05.2003



Diğer taraftan bölgede bulunan büyük ölçekli konaklama tesislerine (5 ve 4 yıldızlı oteller ve tatil köyleri) ait 1995 yılında yalnızca 10 adet futbol sahası bulunurken (Kola 2003a), 2001 yılında 47 futbol ve antrenman sahası olduğu görülmektedir (Deda 2003). 2002 yılında mevcut tesislere ek olarak özellikle Aksu ve Belek'te birçok otel yeni futbol sahalari yapmiştir. Yalnızca Belek'teki otellere ait değişik ebatlarda çim zemine sahip 30 adet futbol sahası bulunmaktadır.

Futbol kulüpleri olumsuz iklim şartları, özel amaçlar vb. gibi nedenlerden dolayı antrenmanlarının bir bölümünü spor salonlarında yapmaktadırlar. Antalya bölgesinde spor kulüplerinin yararlanabileceği 6 adet spor salonu bulunmaktadır. Bu salonların özellikleri ve bölge içinde dağılımı tablo 7'de yer almaktadır.

**Tablo 8. Antalya ve Türkiye'deki Seyahat Acentalarının Gruplara göre Dağılımı**

Seyahat Acentaları Grupları	Sayı (Antalya)	Sayı (Türkiye)
A	660	3336
AG	93	513
B	10	245
C	25	404
<b>TOPLAM</b>	<b>788</b>	<b>4494</b>

Kaynak; TÜRSAB, İstatistikler, <http://www.tursab.org.tr>, 20.05.2003

Antalya'da toplam 788 adet seyahat acentası bulunmaktadır. Bu acentaların 660'ı "A grubu", 93'ü "AG grubu", 10'u "B grubu" ve 25'i ise "C grubu"dur (TÜRSAB 2003). Futbol turizmi üzerine uzmanlaşmış iki büyük seyahat acentası bulunmaktadır. Ancak futbol takımlarının hazırlık kampı organizasyonları daha çok futbol menajerleri ve organizatörleri tarafından yapılmaktadır.

**Tablo 9. Antalya Bölgesinde Bulunan Tesis ve Yatak Sayısı**

Tesisler sınıfları	Antalya		Manavgat		Alanya		Serik/Belek		Kemer		Diğer		Gen. Toplam	
	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS
TK-1	0	0	13	10406	1	402	12	7192	22	14791	0	0	48	32971
TK-2	0	0	1	522	1	414	0	0	1	864	0	0	3	1800
5*	8	4966	21	12188	7	3972	17	10122	19	12212	0	0	72	43460
4*	6	3215	21	8104	32	11984	5	1888	10	5093	3	346	77	30630
3*	14	1684	15	5159	66	14339	1	256	18	2850	5	654	119	24912
2*	26	1899	5	881	36	3610	0	0	14	1119	8	550	89	8059
1*	2	102	0	0	11	720	0	0	4	156	7	225	24	1203
Özel	6	192	1	62	0	0	0	0	2	108	0	0	9	362
Apart	3	347	0	0	25	2836	0	0	0	0	1	60	29	3243
Pansiyon	18	435	0	0	0	0	0	0	34	1788	9	249	61	2472
Motel	0	0	2	682	1	42	0	0	1	693	0	0	4	1417
Genel Toplam	83	12840	79	38004	180	38289	35	19458	125	39854	33	2084	535	150529

  

Tesisler sınıfları	Antalya		Manavgat		Alanya		Serik/Belek		Kemer		Diğer		Gen. Toplam	
	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS	TS	YS
TK-1	1	200	7	3522	4	1750	5	1220	7	2867			24	8559
TK-2	2	214	3	1411	3	648	1	120	2	494			11	5087
5*	5	2434	8	5881	6	4095	10	4473	10	6511	1	598	40	23792
4*	10	6887	14	6060	22	7772	3	1060	7	1784	1	302	57	23645
3*	12	1762	10	2405	18	3711			22	3223			62	11101
2*	3	184	6	912	9	832	2	198	20	1468	12	1829	51	5433
1*	2	68			1	115	1	26	8	607	7	196	19	1012
Özel											1	62	1	62
Apart														
Pansiyon	2	31					1	47	47	1436	4	103	54	1617
Motel	2	90	3	422									5	512
Genel Toplam	39	11680	51	11813	63	18923	23	7134	123	18410	26	3090	324	81820

Kaynak; Antalya İl Turizm Müdürlüğü, *Konaklama Tesisleri İstatistikleri*, 2003

Antalya Bölgesinde bulunan “Turizm Yatırım Belgeli” ve “Turizm İşletmesi Belgeli” 5 ve 4 yıldızlı otel ve tatil köyleri sınıfında toplam 332 konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin 200’ü “Turizm İşletmesi Belgeli” tesislerdir. Antalya’da bulunan turizm yatırım ve işletme belgeli konaklama tesislerinin dağılımı tablo.9’da yer almaktadır. Büyük ölçekli konaklama tesisleri futbol kulüpleri açısından önem taşırken diğer konaklama tesisleri ise bölgeye gelen futbol seyircileri ve takım taraftarları açısından önemlidir.

Turizm işletmesi belgeli olan 5 ve 4 yıldızlı konaklama tesislerinin 41’inde aşağıda belirtilen ölçülerde (metre olarak) en az birer (çoğunluğunda ışıklandırılmalı) futbol ve antrenman sahaları bulunmaktadır (Hotel Guide 2003).

- Saha A= 30x55
- Saha B= 55x90
- Saha C = 60x105
- Saha D= 70x105

- Saha E = 70x110
- Saha F=75x110

Diğer taraftan futbol turizmi için potansiyel talebin incelenmesi amacıyla futbol kulüpleri ile ilgili bazı bulgulara ulaşılmıştır. UEFA'ya üye ülkelerde 2002-2003 futbol sezonunda birinci lig düzeyindeki liglerdeki takım sayısı ve liglerin devre arasına ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgiler aşağıdaki tablo10'da yer almaktadır.

**Tablo 10. UEFA'ya Bağlı Ülkelerin Birinci Lig Takım Sayıları ve Liglerin Devre Arası Tarihleri**

Ülke	Devre arası	F.S.	Ülke	Devre arası	T.S
Almanya	16.12.2002 / 24.01.2003	18	İsviçre	09.12.2002 / 01.03.2003	8
Andora	16.12.2002 / 18.01.2003	8	İtalya	22.12.2002 / 10.01.2003	18
Arnavutluk	22.12.2002 / 01.03.2003	14	İzlanda	Lig Mayıs ayında başlamaktadır	10
Avusturya	02.12.2002 / 21.02.2003	10	Kazakistan	Lig Nisan ayında başlamaktadır	17
Azerbaycan	27.12.2002 / 15.02.2003	11	Kıbrıs Rum Kesimi	16.12.2002 / 03.01.2003	14
Belçika	23.12.2002 / 16.01.2003	18	Kuzey İrlanda	Ara yok	12
Beyaz Rusya	Lig Nisan ayında başlamaktadır	16	Letonya	Lig Nisan ayında başlamaktadır	8
Bosna Hersek	25.11.2002 / 21.02.2003	20	Liechtenstein	Ligi yok	
Bulgaristan	25.11.2002 / 21.02.2003	14	Litvanya	Lig Nisan ayında başlamaktadır	8
Çek Cumhuriyeti	29.11.2002 / 14.02.2003	16	Lüksemburg	19.12.2002 / 08.03.2003	12
Danimarka	02.12.2002 / 15.03.2003	12	Macaristan	07.12.2002 / 06.03.2003	12
Ermenistan	Lig Haziran. ayında başlamaktadır	8	Makedonya	01.12.2002 / 01.03.2003	12
Estonya	Lig Mart ayında başlamaktadır	8	Malta	Devre arası yok	10
Faroe Adaları	Lig Mayıs ayında başlamaktadır	10	Moldavya	25.11.2002 / 08.03.2003	7
Finlandiya	Lig Mayıs ayında başlamaktadır	14	Norveç	Lig Nisan ayında başlamaktadır	14
Fransa	21.12.2002 / 09.09.2003	20	Polonya	25.11.2002 / 13.03.2003	16
Galler	Ara yok	18	Portekiz	Ara yok	18
Gürcistan	12.12.2002 / 13.03.2003	12	Romanya	09.12.2002 / 07.03.2003	16
Hırvatistan	01.12.2002 / 21.02.2003	12	Rusya	Lig Mart ayında başlamaktadır	16
Hollanda	23.12.2002 / 01.02.2003	18	San Marino	01.12.2002 / 10.02.2003	15
İngiltere	Devre arası yok	20	Slovakya	25.11.2002 / 01.03.2003	10
İrlanda Cum.	Lig Nisan ayında başlamaktadır	10	Slovenya	02.12.2002 / 01.03.2003	12
İskoçya	03.01.2003 / 27.03.2003	12	Türkiye	23.12.2002 / 07.02.2003	18

<b>İspanya</b>	23.12.2002 / 01.01.2003	20	<b>Ukrayna</b>	11.11.2002 / 08.03.2003	16
<b>İsrail</b>	24.12.2002 / 10.01.2003	12	<b>Yugoslavya</b>	06.12.2002 / 25.02.2003	18
<b>İsveç</b>	<i>Lig Nisan ayında başlamaktadır</i>	14	<b>Yunanistan</b>	23.12.2002 / 04.01.2003	16
<b>Toplam Takım Sayısı (TS.)</b>					698

Kaynak: UEFA: Union European Football Association, 2003.

Avrupa'da UEFA'ya bağlı 52 ülkenin 51'inde birinci futbol ligi bulunmaktadır. Bu ülkelerde birinci lig düzeyinde 698 takım yer almaktadır. İkinci lig statüsü ülkelere göre farklı olmakla beraber bu düzeyde yaklaşık 1500 futbol kulübü mücadele etmektedir. Bu ülkelerden yalnızca Liechtenstein'in futbol ligi bulunmamaktadır. İngiltere, Kuzey İrlanda ve Malta'da liglere ara verilmemektedir. Tablo.10 incelendiğinde bazı ülkelerde liglerin Mart, Nisan ve Mayıs aylarında başladığı görülmektedir. Ülkelerin büyük çoğunluğunda liglerin devre arası Aralık-Mart aylarını kapsayan kış döneminde gerçekleşmektedir.

**Tablo 11. Uluslararası Futbol Federasyonları ve Üye Sayıları**

Uluslararası Futbol Federasyonları			Üye Sayısı
AFC	Asian Football Confederation	Asya Futbol Konfederasyonu	44
CAF	Confederation Africane De Football	Afrika Futbol Konfederasyonu	52
CONCACAF	Confederation of North, Central American & Caribbean Ass. Football	Kuzey, Orta Amerika ve Karibyan Futbol Birlikleri Konfederasyonu	36
CONMEBOL	Confederación Sudamericana de Fútbol	Güney Amerika Futbol Konfederasyonu	10
OFC	Oceania Football Confederation	Okyanusya Futbol Konfederasyonu	11
UEFA	Union European Football Association	Avrupa Futbol Federasyonları Birliği	52
<b>Toplam</b>			<b>205</b>

Kaynak: FIFA-The Federation Internationale de Football Association, <http://www.fifa.com>. 16.05.2003

Antalya'ya yönelik futbol turizmi talebi yalnızca UEFA'ya üye ülkeler ve Türkiye'deki kulüplerle sınırlı değildir. Uluslararası Futbol Birlikleri Federasyonuna (FIFA), UEFA'nın yanı sıra, AFC, CAF, CONCACAF, CONMEBOL ve OFC üyesi toplam 205 ülke A milli, 21 Yaş altı ve Genç milli ve bayan milli futbol takımları (FIFA 2003) ve futbol kulüplerinden bazıları Antalya'da hazırlık dönemi için kamp yaptıkları bilinmektedir (2003b). Hatta

bazı futbol kulüplerinin aynı dönem içinde birden fazla kamp programı için Antalya'yı seçtikleri belirlenmiştir.

Avrupa'da ve Türkiye'de futbol kulüplerinin kamp yeri seçiminde aradıkları kriterlere ilişkin bulgulara ulaşmak için futbol kulüplerine elektronik posta ve faks yoluyla aşağıdaki ana başlıkları içeren birer soru formu gönderilmiştir. Avrupa'da ve Türkiye'de 179 futbol kulübüne gönderilen soru formlarından 35'inden yanıt alınmıştır. Bu kulüplerin 15'i Avrupa ve 20'si Türkiye liglerindeki futbol kulüpleridir. Elde edilen bulgular aşağıda ana başlıklar altında açıklanmaktadır.

#### a) İklim Koşulları

Futbol kulüplerinin gerek sezon öncesi gerekse devre arası hazırlık çalışmaları için kamp yeri seçiminde dikkat ettikleri en önemli etkenlerin başında uygun iklim şartları gelmektedir. Sezon öncesi çalışmalarda rakımı yüksek, serin iklime sahip yerler tercih edilmektedir. Devre arası hazırlık çalışmaları kış dönemine rastladığı için daha sıcak iklime sahip bölgeler tercih edilmektedir. Devre arası hazırlık çalışmaları için Antalya bölgesi iklim bakımından en uygun bölgelerden birisidir.

**Tablo 12. Antalya'nın Ortalama Sıcaklık ve Yağış Durumu (2002)**

Antalya - Rakım 50 m													
Ortalama Sıcaklık													
	Oca	Şub	Mar	Nis	May	Haz	Tem	Ağu	Eyl	Eki	Kas	Ara	Yıllık
°C	9.9	10.4	12.6	16.2	20.3	24.9	28.1	27.9	24.7	19.9	15.2	11.5	18.5
F	49.8	50.7	54.7	61.2	68.5	76.8	82.6	82.2	76.5	67.8	59.4	52.7	65.3
Ortalama Yağış													
	Oca	Şub	Mar	Nis	May	Haz	Tem	Ağu	Eyl	Eki	Kas	Ara	Yıllık
Mm	248.3	170.7	97.0	43.0	29.3	9.0	2.3	2.0	12.6	64.9	117.9	254.9	105.4
Inches	9.8	6.7	3.8	1.7	1.2	0.4	0.1	0.1	0.5	2.6	4.6	10.0	41.5

Kaynak: Paragon, Antalya'da Ortalama Sıcaklık, <http://www.paragontur.com.tr/sicaklikt.htm>, 23.05.2003

Antalya'nın olumsuz sayılabilecek tek iklim şartları Aralık ve Ocak aylarında yağış oranının yüksek olmasıdır. Ancak bu durum diğer ülkelerdeki rakiplerle karşılaştırıldığında aynı etkenin o bölgeler içinde söz konusu olması nedeniyle olumsuzluk olarak değerlendirilmemektedir.

## **b) Kamp Yapılacak Tesisler**

Antalya bölgesindeki futbol sahası olan konaklama tesislerinin büyük çoğunluğu 5 yıldızlı konaklama tesislerinden oluşmaktadır. Bu nedenle futbol kulüplerinin tesislerde aradıkları özelliklerin pek çoğunun sağlandığı söz konusudur.

Futbol kulüpleri konaklama tesislerinde bulunması gereken özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamaktadır;

- Nizami saha,
- Antrenman sahası,
- Yağmur suyunu tutmayan drenaj sistemi,
- Bermuda ve Lolium karışımı çim,
- Sahanın etrafının tellerle çevrili olması
- Otomobil ve otobüsler için ayrı otopark,
- Basın Merkezi,
- VIP Salonu,
- Soyunma odaları,
- Kafeterya ve büfe,
- Sağlık Ekibi,
- Masaj odaları,
- Koşu parkuru bulunmalı,
- Mümkün ise kapalı yüzme havuzu olmalı,
- Özel yiyecek menüsü hazırlanması, tesisin yemek kalitesi yüksek, servisi iyi ve daha önceden futbol takımı ağırlama tecrübesi olmalıdır
- Takımlar için Video+ TV salonunun olması
- Malzeme odası
- Antrenman sonrası menülerinin hazırlanabilmesi,
- Diğer takımlar ve konuklardan ayrılmış bir restoran da yemek yeme olanakları,
- Akşam saatlerinde konakladıkları katta çay, kahve, kek standı kurulması,
- Gelişmiş kondisyon cihazlarının bulunduğu bir fitness center
- Formaların yıkanması ve geri dönme çabukluğu,
- Sauna-hamam,
- Antrenmanlara su verilmesi,
- Antrenman sahalarının konaklama tesisine yakın olması,
- Antrenman sahası-konaklama tesisi transferlerinin sağlanması,
- Sakin ortam,

- Konaklama tesisinin bir katının veya bloğunun bir takıma ayrılabilme olanakları.

### **c) Futbol Turnuvası- Maç Organizasyonları**

Futbol kulüplerinin kamp yeri seçiminde dikkat ettikleri bir başka unsur hazırlık maçı yapabilme olanaklarının olmasıdır. Antalya’da profesyonel üç futbol kulübü bulunmaktadır. Uluslararası Antalya Futbol Turnuvası, Gazi Turnuvası, Efes Pilsen Cup Uluslararası Futbol Turnuvası, WOW Cup, Arcadia Belek Cup gibi değişik organizasyonların yapıldığı Antalya’da kamp için gelen takımların sayısının da sürekli artması takımların hazırlık maçı yapabilme olanaklarını arttırmaktadır. Maç organizasyonları kapsamında futbol kulüplerinin beklentilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- Kamp yapılan bölgede Teknik Heyetin talebi doğrultusunda hazırlık maçı yapılacak takımlar bulunabilmelidir,
- Organizasyonun ekonomik şartları uygun olmalıdır. Eğer bir organizatör tarafından paket program öneriliyorsa, tercihen tüm kampın kulübe hiçbir maliyeti bulunmamalı ve hatta üzerine para da kazanılmalıdır,
- Hazırlık maçlarına lisanslı hakem sağlanması gereklidir,
- Gerekli güvenlik tedbirlerinin alınması sağlanmalıdır,
- Medya için gerekli alt yapının hazırlanmış olması gereklidir.

### **d) Bölgesel Özellikler**

Futbol kulüplerinin kamp yapılacak bölgede aradığı özellikler aşağıda sıralanmaktadır. Ancak bu özellikleri konaklama tesislerinin kendi olanakları ile sağlaması mümkün değildir. Valilik ve Belediye başta olmak üzere birçok kamu ve özel kesimin ortaklaşa gerçekleştirebileceği bir konudur. Söz konusu özellikler şu şekildedir;

- Ulaşımın kolaylığı (Havalimanı, uygun yollar vb.),
- Orman içi çalışma alanının bulunması,
- Koşu parkurlarının bulunması,
- Bölgenin emniyetli olması,
- Konaklama tesisleri ve antrenman sahalarının alternatifi olması,
- Özel gıdaların sağlanabilme kolaylığı,

### e) Genel Değerlendirme

Antalya’da futbol turizmi kapsamında ilk ciddi organizasyon 1996 yılında Intertoto Kupası hazırlığına yönelik olarak bölgeye gelen bir Rus takımının (Volgograd) (UEFA 2003) kamp yeri için bir yerel seyahat acentasına başvurması, acentanın gerekli organizasyonu sağlaması sonucu bu kulübün ortamdaki iklimden ve konaklama tesislerinden memnun kalmasıyla başlamıştır (2003a). Ancak 1995 yılında da futbol kulüplerinin bölgede kamp yaptıkları bilinmektedir. Bu dönemde yapılan organizasyonlar daha çok futbol kulüplerinin kendi imkanlarıyla yapmış oldukları kamplardan oluşmaktadır.

**Tablo 13. Antalya’ya Gelen Futbol Takımları Sayısı (1995-2003)**

Yıllar	Takım Sayısı
1995	70
1996	130
1997	200
1998	240
1999	320
2000	350
2001	450
2002	500
2003*	700
* tahmini rakam	

Kaynak; Kola, Necati, (2003) “Futbol turizmi, 50 milyon dolar kazandırdı” *Zaman Gazetesi*, 27.01.2003

1995 yılında 70 futbol kulübüne kamp olanağı sağlayan Antalya bölgesi yapılan çalışmaların olumlu sonuç vermesi, turistik arz kaynaklarına ek olarak futbol arz kaynaklarının da geliştirilmesi sonucunda 2002 yılında 500 futbol kulübüne ev sahipliği yapmıştır. 1995-2002 yılları arasında Antalya’da gelişen futbol turizmi sonucu bölgeye devre arası hazırlık çalışmaları için gelen futbol kulüplerinin sayısı tablo.13’te görüldüğü gibidir.

Antalya’da futbol turizminin gelişmesi yolundaki çabalara 2002 yılında Türk Milli Futbol Takımının Kore-Japonya’da düzenlenen dünya kupası futbol şampiyonasında üçüncü olması da olumlu bir katkı sağlamıştır. Futboldaki bu gelişmeler, dünya futbol kulüplerinin Türkiye’ye ve özellikle Antalya’ya yönelik olan devre arası hazırlık kampı talebinin artmasına neden olmuştur. 2003 yılında ülkemize kamp çalışmaları için gelen takımlar arasında Avrupa ülkeleri kulüp takımlarının yanı sıra milli futbol takımları, Afrika ve Asya ülkeleri futbol takımları ve hatta Çin Halk Cumhuriyeti, Güney Kore milli futbol takımları ile futbol kulüpleri de bulunmaktadır.



Antalya'daki futbol arz kaynakları her ne kadar yeterli olarak görülse de bazı büyük futbol kulüplerinin kamp yaptıkları konaklama tesislerinde başka futbol kulüplerini istememeleri durumunda mevcut kaynakların yetersiz kalacağı bir gerçektir. Geçmiş dönemlerde bazı Avrupa kulüplerinin bu tür istekler nedeniyle devre arası kamplarını başka ülkelerde yaptıkları bilinmektedir. Ancak GSGM'ne ait 33, resmi ve özel kurumlara ait 35 olmak üzere toplam 68 futbol ve antrenman sahalarının değerlendirilerek konaklama tesislerine kiralanması futbol kulüplerinin bu tür özel taleplerinin yarattığı kaynak kullanımı sıkıntısını ortadan kaldırabilir.

Futbolda devre arasının Aralık-Mart dönemlerinde olması Antalya bölgesinde turizmin tüm yıla yayılması yönündeki çalışmalarına önemli bir katkı sağlamaktadır. Futbol kulüplerinin kamp kadrosu, futbolcular, teknik heyet, yöneticiler, doktor, malzemeciler ve diğer görevlilerle 30-50 kişi arasında değişmektedir. Bazı kaynaklara göre, zaman zaman 300 kişilik kabileleri bulan futbol takımları dahi gelmektedir (Çölaşan 2002). Bunlara ek olarak yerel, ulusal ve uluslararası basın mensuplarının da bölgeye gelmesi ayrı bir hareketlilik getirmektedir. Diğer taraftan özellikle büyük futbol kulüpleri taraftarlarının takımlarının maç ve antrenmanlarını takip etmeleri için bölgeye geldikleri (Aripaev 2003) ve diğer otellere de belirli talep yarattıkları bir gerçektir (Perryman 2002). Hatta bazı futbolcuların fanatik taraftarları oldukları bilinmektedir (The University of Leicester Press 2003).

Araştırmada, konaklama tesislerinin futbol kulüplerine yönelik özel paket fiyat uyguladıkları ve bu fiyatların normal paketlerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. 10 günlük bir kamp için kişi başı otel harcamalarının yaklaşık 1000 \$ olduğunu belirten konaklama tesisi yetkilileri, zaman zaman ödemeler konusunda birtakım sorunlar yaşanabildiğini belirtmektedirler. Sorunların özellikle belirli futbol kulüpleri ve organizatörler tarafından turnuvalara katılacağı garanti edilerek getirilen ve turnuvaya katılmayan bazı yerli ve yabancı futbol takımlarından kaynaklandığı belirtilmektedir. Bu durumda olan yabancı futbol kulüpleri ile yaşanan parasal konuların sonradan çözülebildiği ancak bazı yerli futbol kulüplerinin "sayemizde bedava reklam yaptınız" gibi gerekçeler ileri sürerek konuyu çıkmaza sürükledikleri belirtilmektedir.

Antalya'nın önemli rakipleri arasında İspanya, Portekiz, Kuzey Afrika ülkeleri ve Kıbrıs Rum Kesimi yer almaktadır. Ancak son yıllarda Kıbrıs Rum Kesimi'ne olan talebin azalması ve bu talebin Antalya'ya kayması, Kuzey Afrika ülkelerinin Antalya'daki konaklama tesislerinin gelişimine ayak uyduramaması ve Portekiz'e olan talebinde İspanya'ya kayması nedeniyle en büyük rakip olarak İspanya görülmektedir. Bazı konaklama tesisleri yetkilileri

İspanya’da fiyatların yüksek olması ve kulüplerin futbol turnuvasına katılamaması halinde kamp maliyetlerin yüksek olacağını Antalya’da özel futbol turnuvalarının arttırılması halinde talebin büyük bölümünün Türkiye’ye kayacağını belirtmektedirler. Bu nedenle Avrupa’daki büyük kulüplerle şimdiden uzun vadeli sözleşmeler yapıldığı görülmektedir.

Futbol takımlarının hazırlık çalışmaları ve maçları birçok basın kuruluşu tarafından takip edilmekte ve maçlar televizyon kanallarından yayınlanmaktadır. Bu yayınlarda takımların çalışmaları sırasında hem bölgenin reklamı yapılmakta hem de konaklama tesislerinin tanıtımı yapılmaktadır. Bu maç yayınları nedeniyle futbol kulüpleri belirli bir kazanç elde etmektedir.

Bölgede, lige hazırlık çalışmaları yapan futbol takımlarının sayılarının artmasıyla birlikte, daha önce kış sezonunda işçi çıkarmak zorunda kalan oteller, istihdama devam etmişlerdir. Birçok otel futbol turizmi sayesinde kış sezonunda kapalı olmaktan kurtulmuştur. Futbol kulüplerine hizmet veren otel sayısının artmasına paralel olarak takım sayısı da artmış futbol kulüplerinin talepleri nedeniyle kış dönemini bu şekilde değerlendiren otellerin faaliyetleri daha genişlemiştir.

**Tablo.14. Dünya Kupası Finallerindeki İzleyici Sayıları ve Maç Başına Oranları**

Yıl	Ülke	Maç	Seyirci	Ortalama
1930	Uruguay	18	434.500	24.138
1934	İtalya	17	395.000	23.235
1938	Fransa	18	483.000	26.833
1950	Brezilya	22	1.337.000	60.772
1954	İsviçre	26	943.000	36.270
1958	İsveç	35	868.000	24.800
1962	Şili	32	776.000	24.250
1966	İngiltere	32	1.614.677	50.458
1970	Meksika	32	1.673.975	52.311
1974	Federal Almanya	38	1.774.022	46.684
1978	Arjantin	38	1.610.215	42.374
1982	İspanya	52	1.856.277	35.698
1986	Meksika	52	2.407.431	42.297
1990	İtalya	52	2.517.348	48.411
1994	ABD	52	3.587.538	68.991
1998	Fransa	64	2.785.100	43.517
2002	G.Kore/Japonya	64	2.705.197	42.269
Toplam		644	27.767.780	43.117

Kaynak; Kupanın Seyirci Ortalaması, <http://www.ntvmsnbc.com/news/161259.asp>, 20.05.2003

Diğer taraftan dört yılda bir düzenlenen “Dünya Futbol Kupası” önemli ölçüde yerli ve yabancı seyircilerin bölgeye gelmesine neden olmaktadır. 1930’da Uruguay’da başlayan ve son olarak 2002’de G.Kore/Japonya ortaklığında yapılan 17 dünya kupasında oynanan 644 maçı toplam 27.767.780 biletli seyirci izlerken maç başına ortalama izleyici sayısı 43.117 olmuştur (NTV 2003). Bu dönemlerdeki futbol maçları nedeniyle bölgedeki konaklama tesisleri % 100 doluluk oranlarına ulaşırken, fiyatların aşırı derecede artması nedeniyle hem konaklama işletmeleri hem de bölgedeki diğer işletmeler önemli ölçüde ekonomik kazanç sağlamışlardır.

Tüm bu gelişmelere rağmen bazı olumsuzluklar da mevcuttur. Özellikle bazı futbol kulüplerinin aradığı yüksek standartlar henüz sağlanamamıştır. Avrupa’da futbol kulüplerinin yapmış olduğu sponsorluk anlaşmaları nedeniyle firmaların reklamlarını yapmak zorunda kalmasından kaynaklanan birtakım sıkıntılar yaşanabilmektedir. Örneğin geçtiğimiz yıl Almanya’nın Bayern Münih takımı Belek’e bir heyet göndererek bölgeyi incelemeye almıştır. Takımın bir otobüsü ve üzerinde de takımın ana sponsorunun ismi ve logosu bulunmaktadır. Takım her yere çift katlı bu özel otobüsle gitmek zorundadır. Heyet Antalya’daki yollara ve geçitlere otobüsün sığamayacağı gerekçesiyle kamp programını iptal etmiştir (Çimenli 2003).

Konaklama tesisleri ile futbol kulüpleri arasında da zaman zaman bazı sorunların meydana geldiği görülmektedir. Özellikle bazı futbolcuların antrenman dönüşünde kramponları ile otel içinde dolaşmaları zeminin çizilmesine yol açarken, bazı futbolcuların ise çamurlu kramponlarla otele girmeleri, futbol takımı kamp yöneticisi ve teknik heyetin futbolculara yasakladığı yiyecek-içeceklerin otel görevlilerinden istenmesi ve bunların yerine getirilmesi, aşırı gürültü, medyanın futbolcularla gizli görüşme talebinde bulunması gibi bir takım sorunlar konaklama tesislerinin rahatsızlık duyduğu en önemli hususlar olarak görülmektedir.

## SONUÇ

Antalya’da 1995-2003 yılları arasında hızlı bir gelişme gösteren futbol turizmi, turistik ürün çeşitleri arasında gittikçe büyük bir önem kazanmaktadır. Devre arasında Antalya’da kamp yapan takımların sayısının artması nedeniyle, projelerinde futbol sahası bulunmayan oteller saha yapmaya, yeni yapılan oteller de projelerine futbol sahası dahil etmeye başlamıştır. Ancak bu hızlı gelişim beraberinde bazı sorunları da meydana getirmektedir. Yıllar önce “All Inclusive- Herşey Dahil” pansiyon şeklinde pazarlamaya başlayan konaklama tesislerinin büyük bir bölümü, Türkiye’deki pek çok konaklama tesisinin bu sisteme geçmesiyle umduğunu bulamamış, artan rekabet nedeniyle de fiyatlar

düşmüş ve buna bağlı olarak da hizmet kalitesi düşmüştür. Futbol turizmi nedeniyle bilinçsiz gelişimin benzer durumu yaratmaması gerekir.

İspanya'ya yılda 700 futbol takımı kamp yapmak için gitmektedir. Bu 700 takım İspanya'da birçok bölgede dağıldığı için tutarlı bir fiyat politikası uygulanmakta ve bölgesel yoğunlaşmalar önlenerek takımların çalışma süreleri ve alanları rahatlamaktadır. Oysa ki, Antalya benzer talebi tek başına karşılamaya çalışmaktadır. Bu durum olumsuz sonuçlar yaratmamalıdır.

Diğer taraftan Antalya'nın futbol turizm talebini oluşturan takımların çoğunluğu –genel olarak tatil amaçlı turizm de olduğu gibi- yine eski Doğu Bloku ülkelerinden gelen takımlardan oluşmaktadır. Antalya'nın en büyük rakibi İspanya'ya göre daha ucuz olması nedeniyle bu takımların uzun süre kamp yapmaları, hem diğer zengin ve büyük kulüplerin gelmelerine engel olmakta hem de konaklama tesislerinin daha düşük düzeyde gelir elde etmelerine neden olmaktadır.

Bir başka önemli konu ise, bazı konaklama tesislerinin futbol ve antrenman sahalılarının nizami olmaması nedeniyle düşük fiyatlar vermesi, bazı konaklama tesislerinin de başka kurum, kuruluş veya tesislere ait sahaları kendilerine ait gibi göstererek satış yapması uluslararası alanda olumsuz bir imaj yaratılmasına neden olmaktadır.

Sonuç olarak bazı öneriler getirmek mümkündür;

- Öncelikle Antalya'ya olan aşırı talebin gerekli alt ve üst yapılar sağlanarak Muğla, Mersin ve Çeşme bölgelerine kaydırılması gerekir,
- Futbol turizmine yönelik faaliyet gösteren konaklama tesislerine futbol arz kaynakları bakımından bazı standartlar getirilmelidir,
- Devlet tarafından hazine arazileri futbol turizmine açılarak futbol ve antrenman sahaları ile tesislerinden oluşan ve hatta diğer spor dalları için çalışma alanlarını da içine alacak spor kompleksleri yapılmalıdır,
- Bölgedeki belediyeler futbol ve antrenman sahaları yaparak futbol kulüplerine ve konaklama tesislerine kiralamalılar,
- Bölgede düzenlenen futbol turnuvaları TFF kontrolünde, daha organize ve uluslararası boyutlarda organize edilerek en uygun talepler değerlendirilmelidir,
- Avrupa'da ekonomik alanda ve futbolda gelişmiş ülke takımlarına yönelik çalışmalara öncelik verilmelidir,

- Fiyat indirimine gidilmemelidir, böyle bir durumda hizmet kalitesindeki düşüşler nedeniyle takımların başka bölge yada ülkelere kayabileceği açıktır.

Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında futbol turizminin ülkemizin diğer bölgelerine de yayılması gereklidir. Sezon öncesi kamplar için Karadeniz Yayıları, Abant, Kastamonu ve Doğu Anadolu Bölgesi, devre arası kamplar içinse Antalya'nın dışında Güney Ege ve Akdeniz'in diğer sahil bölgelerinde de gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Özellikle Aralık-Mart ayları arasında yer alan liglerin devre arası tatili ve bazı ülkelerde liglerin Nisan ayından sonra başlaması turizmin 12 aya yayılması konusunda yapılacak çalışmaların başında "Futbol Turizmi"ni önemli kılmaktadır.

#### **KAYNAKÇA**

Çölaşan, Emin (2002), "Antalya'da Güzel Şeyler Oluyor", *Hürriyet Gazetesi*, (15.01.2002)

Antalya İl Turizm Müdürlüğü (2003), *2002 Yılı Turizm İstatistikleri*.

Antalya Valiliği (2003), "Turizm Çeşitleri", <http://www.antalya.gov.tr/tcesitleri.htm>, (18.05.2003)

Aripaev (2003), "Hotels discover football tourism", <http://www.aripaev.ee/1940/free/summary.html>, (20.05.2003)

Belizefootball (2003), "Press Release", [http://www.belizefootball.bz/news/oct\\_07\\_2002.html](http://www.belizefootball.bz/news/oct_07_2002.html), (18.05.2003)

Çimenli, Bülent (2003). "Fenerbahçe ile Arcadia'daydık" <http://www.turizmdebusabah.com>, (20.05.2003)

Deda, Sadık (2003), "Futbol", <http://www.turksportal.net>. (21.05.2003)

DİE –Devlet İstatistik Enstitüsü (2002), *Yabancı Ziyaretçiler Anketleri*.

FIFA-The Federation Internationale de Football Association (2003), "Football Confederation", <http://www.fifa.com>. (16.05.2003)

GSGM (2003), "Futbol Sahaları" <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/Tesisler/futbolsaha.htm>, (21.05.2003)

GSGM (2003), “Spor Tesisleri” <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/Tesisler/download/Antalya.xls>, (21.05.2003)

Hotel Guide (2003), “Antalya’daki Oteller”, <http://www.travellingturkey.com/>, (20.05.2003)

Kola, Necati (2003a) “Topitat” *Aksiyon Dergisi*, yıl:9 Sayı: 425

Kola, Necati, (2003b) “Futbol turizmi, 50 milyon dolar kazandırdı” *Zaman Gazetesi*, (27.01.2003)

Lowrey, James ve Williams, John (2002) “Fact Sheet 12: A History of FIFA and the the World Cup Finals 2002 in Japan and Korea”, *University of Leicester, Sir Norman Chester Centre for Football Research*

Middleton, Victor T.C. ve Hwkins, R. (1998). *Sustainable Tourism; A Marketing Perspective*, Oxford; Butterworth-Heinemann, s.72-73.

Neyişçi, Tuncay (2002). “Kapadokya Bölgesi Turizm Potansiyelinin Çoklu Ürün Yaklaşımı İle Değerlendirilmesi”, *Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü 3. Türkiye Turizmi Sempozyumu* s. 18-29.

NTV (2003), “Kupanın Seyirci Ortalaması”, <http://www.ntvmsnbc.com/news/161259.asp>, (20.05.2003)

Olalı, Hasan (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul; Yön Ajans.

Olalı, Hasan ve Timur, Alp (1988), *Turizm Ekonomisi*, İzmir; Ofis Tic. Matbaacılık.

Paragon (2003), “Antalya’da Ortalama Sıcaklık”, <http://www.paragontur.com.tr/sicaklikt.htm>, (23.05.2003)

Şahbaz, R. Pars (2002). “Alternatif Turistik Ürünlere Yönelik Talebin Oluşumunda Dış Faaliyetlerin Önemi”, *Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü 3. Türkiye Turizmi Sempozyumu*. s. 128-159.

T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (2003), “Turizm Çeşitleri”, <http://www.turizm.gov.tr>, (18.05.2003)

The University of Leicester Press (2003), ”New World Cup Resource”, <http://www.le.ac.uk/press/press/newworldcup.html>, (20.05.2003)

Türkiye Futbol Federasyonu (2003), “Türk ve Dünya Futbol Tarihi”  
<http://www.tff.org/doc01t.htm>, (18.05.2003)

TÜRSAB (2002), “İstatistikler”, <http://www.tursab.org.tr>, (20.05.2002)

UEFA-Union European Football Association (2003), “Intertoto Cup- All Time Statics”,  
<http://www.uefa.com/Competitions/IntertotoCup/AllTimeStatistics/index.html>, (24 05.2003)