



Tennis Turizmi ve Tennis Ekonomisi: Antalya Örneği*

Yılmaz AKDENİZ¹, Faik ARDAHAN²

¹Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, orcid.org/0000-0003-1204-7634

²Akdeniz Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, orcid.org/0000-0002-5319-2734

Öz

Orijinal Makale

Bu çalışmanın amacı; Antalya'daki tenis turizmini incelemek ve tenis turizmi ve ekonomisinin dünyadaki önemine vurgu yapmaktır. Yöntem olarak alanla ilgili literatür taraması ve çeşitli kaynaklardan faydalanılarak elde edilen veri üzerinden incelemeler yapılmıştır. Tenis ilk olarak saraylarda oynanırken zamanla halka yayılmıştır. Sadece yüksek statü sahibi kimselerin oyunu olmaktan çıkıp giderek toplumun her kesiminden bireyin; gerek pasif (izleyici), gerek aktif (oyuncu) rekreatif etkinlik olarak ilgi gösterdiği bir oyuna dönüşmektedir. Günümüz dünyasında aşırı kentleşme ve iş hayatının yoğunluğu bireyde stres yaratmaktadır. Biyolojik ihtiyaçları, sorumlulukları ve işe ayırdığı sürenin dışında kalan zamanında birey; yenilenmek, tazelenmek ve oluşan stresten bir nebze de olsa kurtulabilmek için eğlendirici, öğretici, geliştirici aktivitelere ihtiyaç duymaktadır. Tenis bireyin günlük stresinden uzaklaşabilmesi için kullandığı etkili bir araçtır. Rekreatif bir etkinlik olarak toplumun tenise ilgi duymasıyla birlikte daha çok tesis ve eğitime gereksinim duyulmaktadır. Tenis çoğunlukla açık havada oynanan bir spor olduğu için iklim şartları oldukça önemlidir. Şiddetli rüzgâr ve yağış tenis oynamaya engel teşkil etmektedir. Bu bağlamda Antalya'da birçok otel tenis turizmine hizmet vermektedir. Hem iklim şartlarının uygunluğu hem tesislerin yeterliliği nedeniyle Antalya tenis turizmi için önemli destinasyon olarak tanımlanabilir. Bu fırsatı gören yatırımcılar 2000'li yılların başından itibaren Antalya yöresine yatırım yapmışlardır. Mevcut halde toplam beş adet beş yıldızlı otel ve tatil köyü müşterilerine 168 kort ile hizmet vermektedir. Diğer tüm tatil köylerinde ve otellerde konaklayan müşterilerinin hizmetinde olan minimum 2-8 arasında kort bulunmaktadır. Bu haliyle hem profesyonel hem de rekreasyonel yönüyle tenisin sportif ve rekreasyonel bir ürün olarak turizm ürünü potansiyeli olması Antalya açısından ve Türkiye açısından ekonomik bir değer oluşturmaktadır.

Anahtar kelimeler: Tenis Turizmi, Tenis Ekonomisi, Rekreasyonel Tenis.

Tennis Tourism and Tennis Economics: The Case of Antalya

Abstract

Original Article

The aim of this study is; to examine tennis tourism in Antalya and to emphasize the importance of tennis tourism and economy in the world. As a method, the literature review about the field and examinations were made on the data obtained from various sources. Tennis was first played in the palaces and spread over time. It is not only the game of people with high status, but also the individual from all walks of society; both passive (audience), active (player) as a recreational activity turns into a game that shows interest. In today's world, excessive urbanization and the intensity of business life create stress in the individual. The individual in the time of his / her exceptions to his / her biological needs, responsibilities and work; In order to renew, refresh and get rid of the stress that occurs, it needs entertaining, instructive and developer activities. Tennis is an effective tool for the individual to get away from his daily stress. As a recreation activity, the community needs more facilities and trainers with an interest in tennis. Since tennis is a sport mostly played outdoors, climate conditions are very important. Severe wind and rainfall is an obstacle to playing tennis. In this context, many hotels in Antalya serve tennis tourism. Because of the suitability of both climatic conditions and facilities, Antalya can be defined as an important destination for tennis tourism. Investors, who saw this opportunity, have invested in Antalya since the beginning of 2000s. A total of five five-star hotels and holiday villages are available with 168 courts. There is a minimum of 2-8 courts available to customers staying in all other resorts and hotels. In this state, both professional and recreational aspect of tennis as a sport and recreational products have the potential in terms of tourism product in terms of Antalya and Turkey constitutes an economic value.

Keywords: Tennis Tourism, Tennis Economy, Recreational Tennis.

*Bu çalışma; "2. Uluslararası Rekreasyon ve Spor Bilimleri Kongresi" 11- 14 Nisan 2019 Bodrum'da sunulan çalışmanın geliştirilmiş halidir.

GİRİŞ

Bir eksen etrafında dönmek, çevreyi dolaşıp geri dönmek anlamını taşıyan Latince “tornus” kelimesinden türetilen turizm; Fransızca kökenli “tourisme” kelimesinden Türkçe’ye geçerek günümüzdeki halini almıştır. İnsanlık tarihi süresince insanlar birçok nedenden dolayı bir yerden bir başka yere seyahat etme gereksinimi duymuşlardır. Yaşadıkları dönemin; siyasi, politik, coğrafi, ekonomik vb. değişkenlikleri nedeniyle turizm 20.yy’ın başlarından beri çeşitli kurumlar ve araştırmacılar tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. Tarihte “turist” kelimesinin ilk tanımı 1876 yılında Mieczkowski tarafından yapılmıştır. Turistlerin seyahat etme gerekçelerini; rahatlık, seyahat keyfi (seyahat ettiklerini anlatabilmek için) ve merak olarak tanımlamıştır (Mieczkowski, 1990). Guyer ve Feuler 1905 yılındaki turizm tanımında; bireylerin modern çağdaki tutumuna vurgu yapmıştır. İklimin değişimi, doğa ve sanatın birlikteliğinden doğan güzellikleri tanıma, görme isteği ve bu bağlamda gelişen teknolojiyle ulaşımın kolay olmasından kaynaklanan ve modern çağın bir ürünü olarak tanımlamıştır (Kozak, 2001). Kısaca turizm; bireylerin yaşadıkları yerler dışında devamlı olarak yerleşmemek, ekonomik düzeyde gelir elde etmemek şartıyla, eğlence, sağlık, spor, deneyim ve tecrübe edinme, inanç, kongre ve seminere katılma ve aile ziyaretleri vb. nedenlerle bireysel veya grup olarak yaptığı seyahatlerdeki turizm işletmeleri ve hizmet üretenlerle ortaya çıkan iş ve ilişkilerin tamamıdır (Kozak vd., 1997).

Günümüzde insanlar tatil seçimi veya süresini ayarlarken sevdikleri etkinlikleri bünyesinde barındıran destinasyonları tercih etmektedirler. Bu bağlamda rekreasyon ve turizm aynı çatı altında buluşmaktadır. Orel ve Yavuz (2003) rekreasyonel bakış açısıyla turizmi, insanların serbest zamanlarında, tek düzeden kurtulmak için yaşadıkları çevreden, yaşam ritmi ve biçiminden bir süreliğine uzaklaşarak, düşledikleri fırsatları değerlendirmelerine, özgürce hareket etmelerine ve kendilerini yenilemelerine olanak sağlamak için gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerin tümü olarak tanımlamışlardır. Bu bağlamda rekreasyon etkinlikleri, turizm hareketleri içerisinde en büyük grubu oluşturmaktadır. Rekreatif etkinliklerin planlanması, pazarlanması ve uygulanması ile oluşan ekonomik değere rekreatif ürün denilebilir. Rekreatif ürünler bazen ürünün çeşidine bağlı olarak başlı başına bir turizm ürünü olarak değerlendirilebilirken, bazen bir rekreatif ürün, turizm ürününün içerisinde yer alan ve bu turizm ürününe değer kazandıran bir şekilde karşımıza çıkabilir. Örneğin Antalya iline dinlenmek için gelen bir turistten tenis oynaması turizm ürününe değer kazandıran bir rekreatif ürün iken, yine Antalya iline temel amaç olarak tenis oynamaya gelmesi tenisi doğrudan bir turizm ürünü yapar.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı Antalya’daki tenis turizmini incelemek ve tenis turizmi ve ekonomisinin dünyadaki önemine vurgu yapmaktır. Yöntem olarak tenis turizmi ve ekonomisinin Dünya’da ve Türkiye’de gelişim süreci literatür taraması yapılarak ortaya konmuştur. Bunun yanı sıra Antalya’daki tenisin gelişimi, tesis yeterliliği ve turizm potansiyeli üzerine çeşitli araştırmalar, incelemeler yapıp literatür taraması yapılmıştır.

Destinasyon ve Turizm Ürünü

Destinasyon; turizm faaliyetlerinin temel kavramlarını bünyesinde barındıran, bu faaliyetlerin gerçekleştiği, turistik mal ve hizmetler ile tüketici deneyimlerinin bütünleşik bir sunumun

sağlandığı ana zemindir. Aynı zamanda gidilecek ya da gönderilecek yer olarak da tanımlanmaktadır. Dünyanın her tarafında turistlerin ilgisini çekebilecek değişik türde destinasyonlar vardır. Bu nedenle turizm pazarlaması içerisinde destinasyonun önemini ve işlevselliğini vurgulamak oldukça önemlidir. Destinasyonun pazarlamasını yapabilmek için yeterli altyapıya sahip olması gerekmektedir. Yeterli altyapıya sahip olan destinasyonların paralelinde turizm potansiyeli de artmaktadır. Bir destinasyonun çekiciliğini etkileyen en temel faktör çevredir. Bunun dışındaki faktörler aşağıda verildiği gibi sıralanabilir (Kozak ve Rimmington, 1998);

- *Çekim gücü*: Manzara, doğal kaynaklar, coğrafya, iklim, kültür, yemek, tarih, etnik yapı, kolay ulaşılabilme imkânı.
- *İmkânlar ve hizmetler*: Konaklama, havaalanı, otobüs, tren istasyonları, spor olanakları, eğlence, alışveriş merkezleri, yiyecek ve içecek olanakları.
- *Alt yapı*: Su sistemleri, haberleşme ağı, sağlık, güç kaynakları, kanalizasyon, cadde ve otoyollar, güvenlik sistemleri.
- *Konukseverlik*: Yardımseverlik, arkadaşça davranış, şikâyetler için sorumlu davranış.
- *Maliyet*: Para değeri, konaklama ücretleri, yiyecek ve içecek ücretleri, ulaşım ücretleri, alışveriş ücretleri.

Yukarıda sayılan bütün etkenler destinasyon seçiminde oldukça önemlidir. Destinasyonun içerisinde barındırdığı özellikler o destinasyonu tercih eden turist profilini de doğrudan etkilemektedir. Bu yüzden destinasyonun hitap edeceği hedef kitleyi belirleyip bu yönde imaj yaratmak oldukça önemlidir. Turizm endüstrisinde imaj yaratmak ve devamlılığını sağlamak oldukça önemlidir. Daha önce denenmemiş veya yeterli derecede tanıtımı yapılmadığı için bilinmeyen ürünü potansiyel müşterilere sunarak imaj çalışması yapılmaktadır. Doğru bir imaj yaratılan ürün oldukça yüksek getiri sağlamaktadır. Turistik ürün; turistlerin ihtiyaçlarına yönelik üretilen ürünlerin bütünüdür. Konaklama, yeme-içme, eğlence, sağlık, ulaşım vb. ürünlerin bütünü bunlara örnek gösterilebilir (Olalı ve Alp, 1998). Turistik ürünü dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde tanımlayan Burkart ve Medlik'e (1981) göre dar anlamda, turistin satın aldığı her şey turistik ürünü oluştururken, geniş anlamda turistik ürün, bileşik bir üründür ve turistin destinasyonda yaptığı her şey ve yararlanması mümkün olan her türlü mal ve hizmetten oluşmaktadır. Bunlara ilave olarak; Middleton (1988) ise turistik ürünün, toplam turistik ürün ve ticari turistik ürün olmak üzere de iki seviyede anlaşılması gerektiğini belirtmiştir. Toplam turistik ürün, ziyaretçinin evinden ayrılıp tekrar evine dönünceye kadar tükettiği tüm mal ve hizmet unsurlarından oluşmakta ve genellikle turistlerin turistik üründen elde ettikleri toplam deneyimleri ifade etmektedir. Ticari turistik ürünler ise konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek, animasyon, danışma, koordinasyon gibi özel ve kamu turistik işletmelerin sunduğu toplam turistik ürünün bileşenleridir (Smith, 1994). Kotler, Bowen ve Makens (2006) turistik ürünü, herhangi bir turizm hizmeti veya hizmetlerin bileşimi olarak tanımlamış ve turistik ürünün turizm piyasasına arz edilen, kullanılarak ya da tüketilerek bir ihtiyacı ya da bir isteği tatmin eden bir ürün olduğunu belirtmiştir. Bu ürün, fiziksel nesnelere, hizmetlere, kişilere, yerlere, organizasyonlara ve fikirleri de kapsamaktadır. Hacıoğlu'na (2000) göre turizmde turistik ürünün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi; bir ülke veya bir yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünüdür. İkincisi ise; tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkân veren tüm hizmetler,

yani bir paket turu oluşturan turistik hizmetlerin tümüdür. Bütün bu kavramlara göre, her bir destinasyon özel bir ürün ve hizmete sahip olup bu destinasyonlarda turist, kalış süresi boyunca ulaşabildiği ve kullandığı her türlü faaliyet ve hizmetlerden yararlanmaktadır.

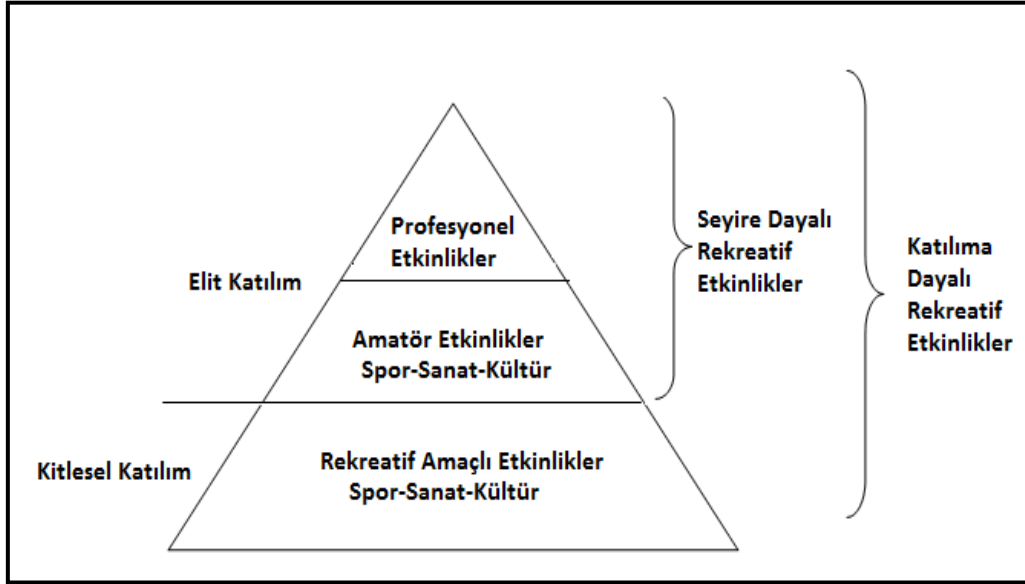
Alternatif Turizm ve Spor Turizmi

Geleneksel turizm ürünü ve çeşidi olarak Türkiye destinasyonunda “Deniz-Güneş-Kum” olarak görülmektedir. Buna dördüncü bir madde olarak da “Alış-Veriş” eklenmiştir. Büyük ölçüde deniz mevsimine ve sahillere dayalı turizm anlayışı turizm hareketinin buralarda yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Ülkenin geri kalanına turizm hareketini çekmek ve orada da turizmin yarattığı ekonomik potansiyelden faydalanabilmek, ülkenin tüm potansiyelini turistik ürün ve destinasyon kapsamında değerlendirebilmek, turizmi 12 aya yaymak için eko turizm veya alternatif turizm adı altında bir yaklaşım vardır. Alternatif Turizm; turizm faaliyetlerinin geleneksel anlayışının dışına çıkarak çeşitlenmesini amaçlamak adına ortaya çıkmış bir görüştür. Aynı zamanda farklı aktivite seçenekleri sunduğu için turizm hareketinin yoğun olduğu bölgelerin rahatlaması ve potansiyelin farklı bölgelere çekilmesini sağlamaktadır. Bunların içerisinde turizmin yalnızca belli mevsimlerde hareketlenmesini de değiştirerek turizmi yılın bütün aylarına yaymayı amaçlamaktadır. Yerli halkla turistin arasındaki ilişkiyi kuvvetlendiren, turistik ürün olarak daha doğal kaynakları kullanmayı amaçlayan bir turizm görüşüdür (Turizm Bakanlığı, 1999). 1998 yılından sonra spor turizmi alanında birçok araştırma yapılmıştır. Yapılan akademik çalışmalar neticesinde birçok uzman spor turizmini tanımlamaya çalışmıştır. Weed ve Bull’e (1997) göre spor turizm bireyin yaşadığı yerden başka bir yere spor aktiviteleri yapmak için seyahat etmesidir. Turco (2002) yer ve zamanının önceden belirlendiği spor organizasyonlarına, aktif veya pasif katılımı bireylerin dâhil olmasını spor turizmi olarak tanımlamıştır. Boş zamanı değerlendirmek için bireyin; ulusal veya uluslararası organizasyonlar, oyunlar, turlar vb. etkinliklere katılmak için yaptığı seyahatler spor turizmidir. Diğer bir deyişle spor ile ilgili yarışmalara bireysel veya grup olarak katılmak, yarışmaları izlemek veya bu yarışmalar için ülke içine veya ülke dışına yapılan seyahatlerdir (Beedie ve Hudson, 2003).

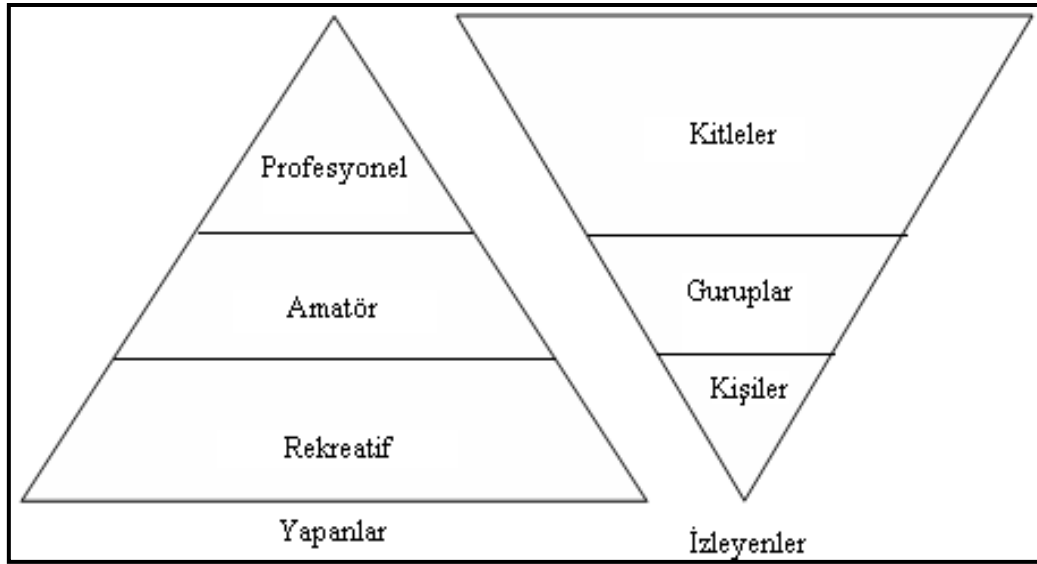
Tenis dünyanın her yerinde ilgiyle takip edilen bir spordur. Dünyada binlerce insan tenis hem rekreasyonel, hem amatör hem de profesyonel düzeyde ilgilenmektedir. Tenis turizmine katılım ise iki şekilde gerçekleşmektedir; bunlardan biri aktif (oyuncu) olarak diğeri ise pasif (seyirci) olarak. Rekreasyonel, amatör veya profesyonel düzeyde yapılan organizasyonlara insanların katılımcı veya seyirci olarak dâhil olmasını tenis turizmi olarak tanımlayabiliriz. Profesyonel teniste oyuncular katıldıkları turnuvalardan puan toplayarak sıralamalarını yukarıya taşımaktadırlar. Puan toplamak isteyen bir oyuncu tenis kariyeri boyunca birçok turnuvaya dâhil olmak zorundadır. Dünya genelinde Uluslararası Tenis Federasyonu (ITF), Profesyonel Tenisçiler Birliği (ATP) ve Kadınlar Tenis Birliği’nin (WTA) düzenlediği birçok turnuva organizasyonu vardır. Bu turnuvalarda performans düzeyi yüksek oyuncuların olması seyir zevkini arttırmaktadır. Böylece hem aktif (oyuncu) hem de pasif (seyirci) katılımın olduğu tenis organizasyonları birer tenis turizmi örneğidir.

Şekil-1 ve Şekil-2’de Rekreasyonel, Amatör ve Profesyonel etkinliklerde katılımcı sayısı ve izleyici sayısı arasındaki ilişki verilmiştir. Burada Rekreasyonel katılımcıların olduğu düzeyde katılımcı sayısı oldukça fazla, o etkinlikleri izlemeye gidenlerin sayısı iken, bu

durum profesyonellerin katıldıkları etkinliklerde tersine döner. Katılımcı sayısı azalırken izleyicilerin sayısı artacaktır (Ardahan vd., 2016). Örneğin yöresel düzeyde yapılan bir tenis turnuvasına çok sayıda katılımcı katılırken, çoğunlukla izleyiciler her bir katılımcının yakın tanıdıkları, ailesi ve yakın arkadaşlarından oluşurken, Grand Slam turnuvalarında her bir oyuncunun özel takipçileri ve çok sayıda seyirci sayısı artmaktadır. Rekreatif düzeyde oynamak keyifli iken profesyonel düzeyde izlemek keyifli olacaktır.



Şekil 1. Rekreatif Etkinlikler Piramidi (Ardahan vd., 2016)



Şekil 2. Rekreatif Etkinlikleri Yapanlar ve İzleyenler Arasındaki İlişki (Ardahan vd., 2016)

Dünya'da Tenis Turizmi

Tenis dünyanın her yerinde severek takip edilip oynanan bir oyundur. Eskiden saraylarda belli bir kesimin oynadığı bir sporken günümüzde hemen her kesimin ilgilendiği bir spor haline dönüşmüştür. Tesislerin çoğalması, teknolojinin gelişimiyle birlikte tenis malzemelerinin bulunabilir ve uygun olması tenisin yaygınlaşmasında büyük bir etkendir (Akdeniz ve

Ardahan, 2020). Dünya’da tenis turizmine katılım iki şekilde gerçekleşmektedir; bunlardan biri aktif (oyuncu) olarak diğeri ise pasif (seyirci) olarak. Takımların kamp organizasyonlarına veya oyuncuların müsabakalara katılması aktif katılımcı olarak tanımlayabiliriz. Bu müsabakalara seyirci olarak katılımı da pasif katılım olarak tanımlayabiliriz. Uluslararası Tenis Federasyonu (ITF), dünyanın en prestijli tenis organizasyonlarını düzenlemektedir. Bunlardan en önemlileri Grand Slamlardır (Avustralya Açık, Fransa Açık, Wimbledon ve Amerika Açık). Bunların yanı sıra erkek takımlar için Davis Kupası, kadın takımlar için Fed Kupası, karışık takımlar için Hopman Kupası da prestijli turnuvalardandır. ITF’in düzenlediği turnuvalar Tablo 1’de verilmiştir. ATP ya da açılımıyla Profesyonel Tenisçiler Birliği (ATP) 1972 yılında kurulmuştur. Profesyonel erkek tenisçiler tarafından kurulan tenis birliği, 1990 yılından itibaren gerek kendi adında gerekse dünya çapında profesyonel düzeyde turnuvalar düzenlemektedir. ATP’nın düzenlediği turnuvalar Tablo 2’de verilmiştir. WTA ya da açılımıyla Kadınlar Tenis Birliği (WTA) 1972 yılında kurulan ATP’ye karşılık yine aynı yıl içerisinde Billie Jean King tarafından kurulmuştur. Kadınların oynadığı tüm organizasyonları WTA Tour düzenleyip, yönetmektedir. WTA’nın düzenlediği turnuvalar Tablo- 3’de verilmiştir.

ITF, ATP ve WTA’nın düzenlediği bütün organizasyonlar dünya tenis turizmini beslemektedir. Yapılan organizasyonlara dünyanın dört bir yanından en iyi tenisçiler gelmektedir. Seyir zevkinin çok yüksek olduğu bu müsabakaları izleyebilmek için dünyanın her yerinden tenis severler organizasyonun yapıldığı yerlere akın etmektedir. Binlerce insanın bulunduğu yerden organizasyonun yapıldığı yere gidip, turnuva süresince; konaklama, yeme-içme, eğlence v.b. ihtiyaçlarını karşılaması önemli bir turizm hareketidir. Katılımcıların ihtiyaçlarının giderilmesi ve bir tenis destinasyonu imajının yaratılması için gerekli altyapının sağlandığı tesisler inşa edilmiştir. Hem şehrin hem ülkenin tanıtımı yapılırken aynı zaman da ciddi turizm geliri elde edilmektedir. Organizasyonların yapıldığı her yer birer tenis turizmi destinasyonu haline dönüşmüştür.

Türkiye’de Tenis Turizmi

Türkiye günümüzde turizmin azaldığı sezonlarda alternatif turizme yönelmiştir. Tenis, golf, futbol gibi birçok spor organizasyonu kayda değer katılımlar sağlamıştır. Tenis sporunun gerçekleştirilebileceği altyapıya sahip olduğu için bu alanda her yıl yaklaşık 20 bin profesyonel tenisçi, uluslararası turnuvalar ve/veya kamp için Antalya’yı tercih etmektedir. Bu durum ciddi oranda döviz geliri sağlarken aynı zamanda da sporculara uygun şartlarda turnuva imkânı sağlamaktadır. Çoğunlukla Alman, Rus ve İngilizlerin tenis için Antalya’yı tercih etmesi Antalya’nın tanıtımı için de oldukça önemlidir. Bunların yanı sıra Türkiye Tenis Federasyonu (TTF); Ağrı, Erzurum, Batman, İzmir, Ankara ve Sakarya’da da uluslararası düzeyde turnuvalar düzenleyerek dünyanın birçok noktasından gelen sporcuları ağırlamaktadır (www.turkiyeturizm.com/turkiye-sporturizminde-ataga-geciyor-, 2019).

2000’li yılların başından bu yana birçok yatırımcı spor turizmi için Antalya’ya yatırım yapmışlardır. Günümüzde birçok branşta dünya standartları düzeyinde tesisler hizmet vermektedir. TTF’nin ATP ile organize ettiği ATP 250 Turkish Airlines Open turnuvası için yapılan çim kortlar Türkiye’de ilk defa yapılmaktadır. Buna rağmen birçok tenis uzmanı uluslararası düzeyde düzenlenen çim kort turnuvalarının en iyileri arasında görmektedir.

Bunların yanı sıra İstanbul Cup ve İstanbul Open turnuvaları 13 yıldır düzenlenmekte ve şehrin tanıtımına katkı sağlamaktadır (www.turkiyeturizm.com/turkiye-sporturizminde-ataga-geciyor-, 2019).

Antalya’da Tenis Turizmi

Tenis çoğunlukla açık havada oynanan bir spor olduğu için iklim şartları oldukça önemlidir. Şiddetli rüzgâr ve yağış tenis oynamaya engel teşkil etmektedir. Antalya bu yönden oldukça avantajlı bir kenttir. Birçok spor kulübü kamp dönemini Antalya’da geçirdiği için bu alanda hizmet veren birçok tesis mevcuttur. Bunların arasında yaptığı organizasyonlar ve tesis imkânıyla Manavgat’ta bulunan Ali Bey Club teniste öne çıkmaktadır. Üç çocuk, bir eğlence kortu olmak üzere toplamda 61 kortla hizmet veren tesis ulusal ve uluslararası birçok organizasyona ev sahipliği yapmaktadır. TTF ve ITF’in düzenlediği turnuvaların yanı sıra 2016-2019 yılları arasında, ATP 250 seviyesinde düzenlenen yedi çim kort turnuvasından biri olan Antalya Open’a da Antalya ev sahipliği yapmaktadır. ATP’nin, dünyanın en saygın tenis turnuvası olarak görülen Wimbledon Grand Slam Tenis Turnuvası öncesinde turnuva takvimine eklemesi, Antalya Open’ı daha özel kılmaktadır. Bu organizasyona ise on toprak, sekiz sert, biri 5.400 seyirci kapasiteli yedi çim kortla, toplamda 25 kort ile Belek’te bulunan Kaya Belek Hotel hizmet vermektedir. Bunların yanı sıra biri 800 seyirci kapasiteli olmak üzere toplamda 30 kortuyla Side’de bulunan Star Light Hotel; 26 toprak, 16 suni çim olmak üzere toplamda 42 kortuyla Belek’te bulunan Mega Saray Hotel’de tenis organizasyonlarına hizmet vermektedir. Tablo 4 Antalya’da tenis turizminin dinamiklerinden olan ilk 5 oteli ve otelin bünyesindeki tesisler hakkında bilgi vermektedir (www.alibey.com/tr/club/tenis, 2019; www.clubmegasaray.com/01_tr/tenis, 2019; www.kayahotels.com/tr/oteller/kaya-palazzo-golf-resort/spor, 2019; www.corneliareort.com/TR/Cornelia-Deluxe-Luks-Golf-Resort-Oteli-Belek, 2019; www.ergsports.com/starlight-resort-hotel/, 2019).

Tenis Ekonomisi

Spor ekonomisi gün geçtikçe dünya ekonomisindeki payını arttırmaktadır. Ekonomik olarak hacminin artışı paralelinde ise çeşitlilik artmıştır. Bahis oyunları, yapılan müsabakaların artması, sporcu sayısının artması ve daha çok ülkenin katılımı gözlenmektedir. Talebin artışıyla birlikte kendi markasının bilinirliğini arttırmak isteyen firmalarda pastadan pay almak için sponsorluklar ve reklamlar vermektedir. Yeni spor kanalları kurulmakta ve artan ihtiyacın paralelinde yeni spor alanları yapılmaktadır. Tenis; ciddi oranda gelir getirici bir branş olması ve bütün dünya tarafından tanınıp, takip edilmesi nedeniyle öne çıkmaktadır. Tenis karşılaşmaları sportif ve ekonomik amaçlara hizmet etmektedirler. Tenisin ekonomik boyutu teniste çeşitli değişikliklere sebebiyet vermiştir. Sezon uzun süren karmaşık durumundan arındırılarak takipçilerin daha yakından takip edebileceği bir forma sokulmuş, uzun tenis müsabakalarının süresi kısaltılmıştır. Günümüzde diğer bütün branşlarda olduğu gibi sezon her yılın Ocak ayından sezon sonuna kadar devam eden anlaşılır bir hale getirilmiştir. Dünyanın en iyilerinin sezon sonundaki müsabakalarda karşılaşmaları seyir zevkini ve ilgiyi arttırmaktadır. Müsabaka uzunlukları ve bölümlerin süreleri seyircilerin ve TV yayıncıların ilgisini kaybetmemek için kısaltılmış ve yeniden düzenlenmiştir. Böylece sponsorlar ve seyirciler en çok ilgi çeken noktalara daha kolay odaklanabilmektedirler. Zamanla yapılan bu değişiklikler tenis oyuncularının daha çok kazanmasını sağlamıştır.

Forbes dergisinin araştırmalarına göre Roger Federer dünyanın en çok kazanan 4. sporcusu olmuştur. 2011 yılında 5,4 milyar dolar olan tenis sektörünün hacmi, 2012’de %3,1 büyüyerek 5,57 milyar dolar olmuştur. Dünya’da yıllık olarak en çok kazanan 10 tenisinin kazançlarının toplamı 2018 yılında 254,2 milyon dolar iken, 2020 yılında 343,3 milyon dolara yükselerek iki yıl içerisinde 89,1 milyon dolar artış gerçekleştirmiştir. Tablo 5 ve Tablo 6’da Forbes dergisinin 2018 ve 2020 yılındaki en çok kazanan tenisçiler listesi verilmektedir.

BULGULAR

ITF’in düzenlediği turnuvalar Tablo-1’de verilmiştir (tr.wikipedia.org/wiki/Tenis_turnuvalari_listesi, 2019).

Tablo 1: ITF’in düzenlediği turnuvalar

ITF Erkekler Devresi	Hopman Cup (Karışık iftler Turnuvası)
ITF Bayanlar Devresi	Olimpiyatlar
ITF Gençler Devresi	Paralimpik Olimpiyatlar
ITF Büyükler Devresi	Amerika Açık (Grand Slam)
ITF Tekerlekli Sandalye Devresi	Avusturalya Açık (Grand Slam)
Davis Cup (Erkek takımlar Şampiyonası)	Fransa Açık (Grand Slam)
Fed Cup (Kadın Takımlar Şampiyonası)	Wimbeldon (Grand Slam)

ATP’nin düzenlediği turnuvalar Tablo- 2’de verilmiştir (tr.wikipedia.org/wiki/Tenis_turnuvalari_listesi, 2019).

Tablo 2: ATP’nin düzenlediği turnuvalar

ATP World Tour Finalleri	Estoril Açık	Sud de France Açık
Indian Wells Masters	BMW Açık	VTR Açık
Miami Masters	Nice Cote d'Azur Açık	PBZ Zagreb Kapalı
Monte-Carlo Masters	Power Horse Cup	Brezilya Aık
Madrid Aık	Gerry Weber Aık	SAP Aık
İtalya Aık	Aegon Şampiyonası	Open 13
Cincinnati Masters	Hertogenbosch Aık	ATP Buenos Aires
Shanghai Masters	Aegon International	Delray Beach Uluslararası Tenis Şampiyonası
Paris Masters	Hall of Fame Tenis Şampiyonası	Amerika Erkekler Toprak Kort Şampiyonası
Rotterdam Aık	İsve Aık	Grand Prix Hassan II
Rio de Janeiro Aık	Mercedes Kupası	BRD Nastase Tiriac Kupası
Meksika Açık	Claro Açık Kolombiya	Antalya Açık
Dubai	Studena Hırvatistan Açık	Tunus Açık
Barcelona Açık	Atlanta Tenis Şampiyonası	Siemens Açık
Almanya Açık	İsviçre Açık	Diputacion Aı
Citi Açık	Los Angeles Açık	Poznan Porsche Açık
in Açık	Kitzbhel Avusturya Açık	Zucchetti Kos Tenis Kupası
Japonya Açık	Winston-Salem Açık	San Marino CEPU Açık
İsviçre Kapalı	Moselle Açık	Castillay Leon Açık
Valencia Açık	St. Petersburg Açık	Pekao Açık
Katar Açık	PTT Tayland Açık	Ethias Kupası
Chennai Açık	Proton Malezya Açık	Tatra Banka Slovak Açık
Brisbane International	Stockholm Açık	Bank Austria Tenis Kupası
Sydney International	Kremlin Cup	Heineken Açık

WTA'nın düzenlediği turnuvalar Tablo- 3'de verilmiştir.

Tablo 3: WTA'nın düzenlediği turnuvalar

WTA Tur Şampiyonası	Cincinnati Masters
Indian Wells Masters	Kanada Açık
Miami Masters	Pan Pasifik Açık
Madrid Açık	Bionaire Kupası
Çin Açık	OEC Taipei WTA Bayanlar Açık
Dubai Tenis Şampiyonası	Royal Indian Açık
İtalya Açık	

Tablo-4 Antalya'da tenis turizminin dinamiklerinden olan ilk 5 oteli ve otelin bünyesindeki tesisler hakkında bilgi vermektedir (www.alibey.com/tr/club/tenis, 2019; www.clubmegasaray.com/, 2019; www.kayahotels.com/tr/oteller/kaya-plazzo-golf-resort, 2020; www.corneliaresort.com, www.starlighthotel.com, 2019).

Tablo 4: Antalya'daki tenis otelleri

Tenis kulüpleri	Tesisler				
	Sert (S)	Toprak (T)	Çim	Suni Çim	Çocuk
Ali Bey Club-Manavgat	-	57	-	-	4 (T)
Starlight Hotel-Side	-	30	-	-	-
Kaya Belek Hotel-Belek	8	10	7	-	1 (T)
Cornelia Hotel-Belek	2	7	1	-	-
Mega Saray Hotel-Belek	-	26	-	16	-
Toplam	10	130	8	16	5
Genel Toplam			168		

Tablo-5 Forbes dergisinin yayımladığı 2018 yılında en çok kazanan tenisçilerin yıllık kazançları hakkında bilgi vermektedir (www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/the-highest-paid-tennis-players-2018, 2018).

Tablo 5: Forbes dergisinin 2018 yılında en çok kazanan tenisçiler listesi

Tenis Oyuncuları	Yıllık Kazançları
Roger Federer	77,2 milyon \$
Rafael Nadal	41,4 milyon \$
Kei Nishikori	34,6 milyon \$
Novak Djokovic	23,5 milyon \$
Serena Williams	18,1 milyon \$
Caroline Wozniacki	13 milyon \$
Grigor Dimitrov	12,7 milyon \$
Andy Murray	11,5 milyon \$
Sloane Stephens	11,2 milyon \$
Garbine Muguruza	11 milyon \$
Toplam	254,2 milyon \$

Tablo-6 Forbes dergisinin yayımladığı 2020 yılında en çok kazanan tenisçilerin yıllık kazançları hakkında bilgi vermektedir (www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/the-highest-paid-tennis-players-2020-they-are-barely-playing-but-the-top-10-pros-still-earned-340-million, 2020).

Tablo 6: Forbes Dergisinin 2020 yılında en çok kazanan Tenisçiler listesi

Tenis Oyuncuları	Yıllık Kazançları
Roger Federer	106,3 milyon \$
Novak Djokovic	44,6 milyon \$
Rafael Nadal	40 milyon \$
Naomi Osaka	37,4 milyon \$
Serena Williams	36 milyon \$
Kei Nishikori	32,1 milyon \$
Asleigh Barty	13,1 milyon \$
Daniil Medvedev	11,8 milyon \$
Dominic Thiem	11,1 milyon \$
Simona Halep	10,9 milyon \$
Toplam	343,3 milyon \$

Wimbeldon turnuvasının 2009- 2019 yılları arasında verilen ödüllerin dağılımı Tablo 7’de verilmiştir (www.wimbledon.com/en_GB/about_wimbledon/prize_money_and_finance.html, 2020) .

Tablo 7: Wimbeldon turnuvasında 2009-2019 yılları arasındaki ödül dağılımı

	Tek Erkekler	Çift Erkekler	Tek Kadınlar	Çift Kadınlar	Karışık Çiftler	Toplam Karşılaşma
2009	850,000 £	230,000 £	850,000 £	230,000 £	92,000 £	12,550,000 £
2010	1,000,000 £	240,000 £	1,000,000 £	240,000 £	92,000 £	13,725,000 £
2011	1,100,000 £	250,000 £	1,100,000 £	250,000 £	92,000 £	14,600,000 £
2012	1,150,000£	260,000£	1,150,000£	260,000£	92,000£	16,060,000£
2013	1,600,000£	300,000£	1,600,000£	300,000£	92,000£	22,560,000£
2014	1,760,000£	325,000£	1,760,000£	325,000£	96,000£	25,000,000£
2015	1,880,000£	340,000£	1,880,000£	340,000£	100,000£	26,750,000£
2016	2,000,000£	350,000£	2,000,000£	350,000£	100,000£	28,100,000£
2017	2,200,000£	400,000£	2,200,000£	400,000£	100,000£	31,600,000£
2018	2,250,000£	450,000£	2,250,000£	450,000£	110,000£	34,000,000£
2019	2,350,000£	540,000£	2,350,000£	540,000£	116,000£	38,000,000£

TARTIŞMA ve SONUÇ

Dünya’da en fazla profesyonel tenis turnuvası düzenleyen ülkelerden biri de Türkiye’dir. Antalya’da yaklaşık olarak her sene 100 tenis turnuvası düzenlenmektedir. Bunun için yeterli altyapı ve tesis imkânına sahiptir. Yaklaşık olarak 2 bin tenis kortunun olduğu kentte iyi bir imaj çalışması yürütüldüğünde oldukça fazla gelir sağlanabilir. İklimin uygun olduğu zamanlar yaklaşık olarak yılın 40 haftasında tenis oynamaya elverişli hava şartları oluşmaktadır bu bağlamda potansiyel doğru değerlendirildiğinde 1.2 milyon tenis müşterisi ağırlanabilir. Tenis müşterisinin giderleri ve/veya ihtiyaçları düşünüldüğünde; kort ücreti, kordaj çekimi, top satın alma vb. masraflarının yanı sıra uçak biletiyle beraber haftalık kişi başı bin dolar harcama yapacaktır. Bu bağlamda doğru bir imaj çalışması yapılarak, bir tenis şehri algısı yaratılarak yılda 1.2 milyon dolar döviz geliri elde edilebilir (www.turkiyeturizm.com/turkiye-sporturizminde-ataga-geciyor, 2019). Tenis sektörünün finansman kaynaklarının ilk sırasında televizyon görülmektedir. TV hem tenis yaygınlaşmasında hem de profesyonel tenis gelişmesinde çok büyük katkı sahibidir. Müsabakaların yayın hakkının TV kanallarına satılması, TV’yi doğrudan finansman kaynağı

haline getirmektedir. Örneğin saygın turnuvaların yayın haklarının sadece bir TV kanalına verilmesi milyonlarca tenis seyircisinin o TV kanalını izlemesini sağlamaktadır. Böylece yayın aralarında verilen reklamlarla TV kanalı da firmalardan gelir sağlamaktadır. Markalar (firmalar) ürünlerini pazarlayabilmek adına bu konuda birbirleriyle yarışmaktadırlar çünkü ulaşmak istedikleri müşteri kitlesi oradadır. Tanınmış bir markanın TV kanalında reklam vermesi de hem turnuvanın hem TV kanalının talebini arttırmaktadır. TV dışında gelişen teknolojiyle birlikte sosyal medya platformlarının da bun anlamda katkısı olacaktır. Bunların yanı sıra; tenis üzerine açılmış bir müze, markaların stantları, saha kenarındaki reklam panoları, internet üzerinden yapılan bilet satışları tenis ekonomisine finansman sağlamaktadır (www.paranomist.com/tenis-ekonomisi-ve-gelir-kaynaklari-, 2019). TV'ye ilave olarak çeşitli başka markalar ve firmalar sponsorluklar yapmaktadır. Türkiye'de Türk Ekonomi Bankası TEB'in sponsor olduğu İstanbul Cup, Rolex'in sponsor olduğu ITF'nin düzenlediği Wimbledon buna örnek olarak verilebilir.

Wimbeldon 2019 yılında toplamda 46 milyon dolar ödül dağıttı. Ortaçağ döneminden bu yana refah ve mükemmelliği simgeleyen çilek turnuvanın sembolü niteliğinde. Yaklaşık 30 ton çilek ve yedi bin litre krema tüketilmektedir. Şampanya ile birlikte tüketilen çileğin kâsesi yaklaşık 4 dolara satılmaktadır. Bunların yanı sıra tenis malzemelerinin üreticileri, dağıtıcıları, tenis eğitimi veren kulüpler, işletmeler, dernekler, tenis organizasyonlarında görev alan hakemler, top toplayıcılar ve diğer görevliler, tenis organizasyonlarında ve işletmelerinde yer alan yiyecek içecek işletmeleri de tenis ekonomisinin birer parçasıdır. Tenis organizasyonlarında görülmektedir ki tenis, zamanla özel sektörün ana finansör olduğu, ürün çeşitliliğini arttıran özel ürünler içeren bir spor haline gelmektedir.

Bu anlamda tenis turizminin gelişip ülkemize fayda sağlayabilmesi için gerekli destinasyon özelliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Yaklaşık olarak bir asırdır tenisin ülkemizde bir geçmişi olmuş olsa da henüz tam olarak tabana yayılamamış ve kültürü gelişmemiştir. Tenisin hem rekreasyonel anlamda tabana yayılması hem de profesyonel anlamda başarılı sporcular yetiştirilmesi gerekmektedir. Bunun için de bu alanda uzman eğitmenler yetiştirilmesi gerekmektedir. Bunların yanı sıra belediyeler ve alanla ilgili devlet kurumlarının tenis kültürünü Antalya'da yayacak çalışmalar yapması gerekmektedir. Antalya'nın tarihi dokusunu ön plana taşıyacak bir yapı ile bütünleşmiş tenis turnuvası düzenlenebilir. Örneğin, Antalya'daki antik Likya kentlerinin mimarisiyle tenis kortu veya kortları inşa edilebilir. Burada yapılacak olan uluslararası bir turnuvada yalnızca Antalya'nın değil Akdeniz bölgesinin tamamının tanıtımı yapılmış olur. Tenisin hitap ettiği kitle ile kültür turizmi kitlesi benzer özellikler taşıdığı için oldukça etkili bir proje olabilir.

KAYNAKLAR

- Akdeniz, Y. ve Ardahan, F. (2020). Bireyleri Rekreatif tenise başlamaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve geçerlilik güvenirlik çalışmasının yapılması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (4), 188-207. <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Asead/Issue/54055/716290>
Erişim Tarihi: 30.04.2019.
- Ali Bey Club Hotel Tenis Tesis ve Hizmetlerimiz. <https://www.alibey.com/tr/club/tenis>.
Erişim Tarihi 30.04.2019
- Ardahan, F., Turgut, T., ve Kaplan Kalkan, A. (2016). Her yönüyle rekreasyon. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Beedie, P., & Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of tourism research*, 30(3), 625-643.
- Burkart, A. J., & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. tourism: past, present and future, (Ed. 2).
- Club Mega Saray Hotel, Tenis tesis ve hizmetlerimiz. https://www.clubmegasaray.com/01_tr/tenis.html
Erişim Tarihi: 30.04.2019.
- Cornellia Hotel, Tenis tesis ve hizmetlerimiz. <https://www.cornelliaresort.com/TR/Cornellia-Deluxe-Luks-Golf-Resort-Oteli-Belek-Antalya/Icerik/TENIS-KORTLARI/> Erişim Tarihi: 30.04.2019.
- Dünya Tenis Turnuvaları. https://tr.wikipedia.org/wiki/Tenis_turnuvalar%C4%B1_listesi Erişim Tarihi: 30.09.2019.
- Dünyada 2018 yılında en çok kazanan Tenisçiler listesi.
<https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2018/08/27/highest-paid-tennis-players-2018-roger-federer-aces-competition-with-77-million/?sh=6daaffe11fb3> Erişim Tarihi: 30.07.2019.
- Forbes Dergisi, 2020 yılında en çok kazanan Tenisçiler listesi.
<https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2020/08/28/the-highest-paid-tennis-players-2020-they-are-barely-playing-but-the-top-10-pros-still-earned-340-million/?sh=1f1a43b7280b> Erişim Tarihi: 30.08.2020.
- Hacıoğlu, N. (2000). Turizm pazarlaması. Vipaş yayım evi, Bursa.
- Kaya Belek Hotel, Tenis tesis ve hizmetlerimiz. <https://www.kayahotels.com/tr/oteller/kaya-palazzo-golf-resort/spor> Erişim Tarihi: 30.04.2020.
- Kotler, P., Bowen, T. J., & Makens, C. J. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*, pearson education. Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Kozak, N., Akoğlan, M. ve Kozak, M. (1997). Genel turizm. Anatolia Yayınları, Ankara.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1998). Benchmarking: destination attractiveness and small hospitality business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (5), 184-188.
- Kozak, N. (2001). Genel turizm: ilkeler-kavramlar. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mieczkowski Z., (1990). *World trend in tourism and recreation*. New York: Peter Lang Publishing.
- Olalı, H. ve Alp, T. (1998). Turizm ekonomisi. Ofis Ticaret Matbaacılık Şti.
- Orel, Y., Yavuz, M. (2003). Rekreatif turizmde müşteri potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir pilot çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (11).
- Smith, S. L. (1994). The tourism product. *Annals of tourism research*, vol. 21, no. 3, pp. 582-95.
- Starlight Hotel, Tenis tesis ve hizmetlerimiz, <https://www.ergsports.com/starlight-resort-hotel/> Erişim Tarihi: 30.04.2019.
- Tenis Ekonomisi ve Gelir Kaynakları. <https://www.paranomist.com/tenis-ekonomisi-ve-gelir-kaynaklari-2.html>
Erişim Tarihi: 30.04.2019.
- Turco, D. M., Riley, R., ve Swart, K. (2002). *Sport tourism*. Fitness Information Technology, Inc..
- Turizm Bakanlığı (1999). Turizm terimler sözlüğü. Apk Başkanlığı, Başbakanlık Basımevi.
- Türkiye Spor Turizminde Atağa Geçiyor. <http://www.turkiyeturizm.com/turkiye-sporturizminde-ataga-geciyor-56222h.html> Erişim Tarihi 16.03.2019.

Weed, M. E. ve Bull, C. J. (1997). *Integrating sport and tourism: a review of regional policies in England*. Progress in Tourism and Hospitality Research, 3(2), 129-147.

Wimbeldon Turnuvası Ödül Dağılımı, https://www.wimbledon.com/en_GB/about_wimbledon/prize_money_and_finance.html Erişim Tarihi: 08.08.2020.