

## **FUTBOL VE TURİZM: FUTBOL TAKIMLARININ KAMP YERİ SEÇİMİNİN ALTERNATİF TURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ**

Şirvan Şen DEMİR (\*)

Mahmut DEMİR (\*\*)

### **Öz**

Bu çalışmada futbol turizmi kapsamında futbol takımlarının kamp yeri seçimi değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel amacı futbol takımlarının kamp yeri seçimini etkileyen faktörleri belirlemektir. Araştırmanın modeline uygun 5'li Likert türü bir anket hazırlanmıştır. Veriler 2011 ve 2012 yıllarında Isparta, Bolu, Kızılcacahamam, Fethiye, Bodrum ve Marmaris'te kamp yapan futbol takımlarının yöneticileriyle telefon ve e-posta aracılığıyla elde edilmiştir. Elde edilen veriler PASW 18.0 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde faktör analizi, korelasyon analizi, t testi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışmada tüm bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken ile pozitif yönlü ilişkisi olduğu bulunmuştur. Regresyon analizi sonuçları, futbol takımlarının kamp yeri seçiminde "İklim ve Konum", "Spor Tesisi", "Konaklama Tesisi ve Olanaklar" ve "Maç Organizasyonu ve Turnuvalar" faktörlerinin etkili olduğunu ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Alternatif turizm; Futbol Turizmi; Futbol takımı; Kamp yeri seçimi

### **Football and Tourism: The Evaluation of Camp Place Choosing of Football Teams in Context of Alternative Tourism**

#### **Abstract**

In this study, the camp place choosing of football teams has been evaluated in context of football tourism. The main purpose of the study is to investigate the effects of some factors on the camp place of football teams. Appropriate to the research model, 5-point Likert type survey has been prepared. The data is collected from administrative managers of football teams in the camps of Isparta, Bolu, Kızılcacahamam, Fethiye, Bodrum and Marmaris in the years of 2011 and 2012 through telephone and email. Obtained data have been analyzed via PASW 18.0 statistical software. The factor analysis, correlation analysis, t test and regression analysis were used for data analysis. Positive relations are found between all independent variables and dependent variable. The results of regression analysis show that the factors of "Climate and Location", "Sports Facilities", "Accommodations Facilities and Services" and "Match Organizations and Tournaments" have positive effect on the camp place choosing of football teams.

**Keywords:** Alternative tourism; Football tourism; Football team; Choosing of camp place

\*) Yrd. Doç Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu  
(e-posta: sirvandemir@sdu.edu.tr)

\*\*) Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu  
(e-posta: mdemir1@gmail.com)

## 1. Giriş

21. Yüzyılda ekonomik önemi giderek artan ve son yılların en gözde sektörlerinden ikisi turizm ve futboldur (Maenning ve Zimbalist, 2012). Turizmin münferit ya da grup organizasyonlara yönelik sunduğu olanakların spor kulüplerince de fark edilmesi ve kullanılma isteği bölgeler ve ülkeler açısından ekonomik olduğu kadar sosyal etkiler de yaratmıştır. Dünyada spor kulüplerinin içinde futbol faaliyetlerinin daha popüler olması ve futbol ekonomisinin diğer spor branşlarına göre daha güçlü olması bu alandaki yatırım ve harcamalarında büyük ölçeklerde olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla son yıllarda yapılan tartışmalarda, “turizm mi futboldan, yoksa futbol mu turizmden girdi sağlamaktadır” sorusunun şu an için tek cevabının her iki sektörün birbirine girdi sağladığıdır.

Turizm ve futbolun yıllardır iç içe olduğu bir gerçektir. Turizm reklamlarının spor organizasyonlarında sıkça yer alması ve turizm işletmelerinin ulusal ya da uluslararası organizasyonlara ve kulüplere sponsor olması bunun en önemli göstergesidir (Higham ve Hinch, 2002). Diğer taraftan spor organizasyonlarının gerçekleştirilmesi aşamasında ve futbol takımlarının maç ve hazırlık kamp ve çalışmalarında ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, rekreasyon vb turizm olanaklarından yararlanması turizm ve futbolun birbirini etkilediğini açıkça göstermektedir (Demir ve Demir, 2004). Turizm açısından futbol farklı bir öneme sahiptir. Özellikle turizmin çeşitlendirilmesinde ve kaynakların etkin kullanılarak sürdürülebilirliğin sağlanması, turizmin zamanda ve mekanda yayılarak arz kaynaklarının değerlendirilmesinde futbol bir araç olarak kullanılabilir. Bu çerçevede futbol turizminin kavramsallaşması geçerli temellere dayanmaktadır.

Futbol turizmi, futbol takımlarının ulusal ya da uluslararası organizasyonlara katılma, milli liglerde mücadele etme gibi belirli bir takvime bağlı faaliyetler ile bu organizasyonlara yönelik sezon öncesi, maç dönemi ve sezon arası kamp ve hazırlık çalışmaları için spor tesisleri ile ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, rekreasyon vb turizm hizmetlerini kullanarak gerçekleştirilen etkinliklerin ekonomik ve sosyal çıktılarıyla birlikte yarattığı bir olgudur. Futbol turizminde, münferit ve grup organizasyonlarının birlikte gerçekleşmesi, grup tüketim yanında bireysel tüketimi de doğurmaktadır.

### 1.1. Turizm ürünü olarak futbol turizmi

Futbol yalnızca bir oyundan ibaret değildir ve spor yönüyle değerlendirilmemektedir (Demir ve Demir, 2004). Futbol, aynı zamanda eğitim ve sağlık alanlarında sosyal gelişmeyi, milli gururu ve birliği güçlendirmeyi ve bir turizm ürünü çeşidi olarak ekonomik katkıyı yaratan bir olaydır (Collins ve Jackson, 1996; Hamil, 2009; Preuss, 2007). Futbol turizmi, diğer turizm çeşitlerinden oldukça farklı bir özelliğe sahip olarak takımların ve oyuncuların özelliklerinden dolayı bölgeye seyircileri ve taraftarları da çekerek ek turizm talebi de yaratabilmektedir (Green ve Chalip, 1998; Godbey ve Graefe, 1991). Futbol, 1970’li yıllarda televizyonun devreye girmesiyle kısa zamanda bir sektör haline gelmiştir. Uluslararası futbol organizasyonları, seyirci, televizyon, ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, reklam ve sponsor gelirleriyle milyar dolarların döndüğü (Gibson, Willming ve Holdnak, 2003) çok büyük bir ekonomik yapı haline gelince, hem organizatörler

hem de katılan takımlar da bu pastadan pay almaya çalışmaktadır. Futbol turizmi aynı zamanda bir niş pazar (Koç, 2005) olarak turistik çaba (Kurtzman ve Zauhar, 2003), ekonomik sistemin bir parçası ve uluslararası ilişkiler aracı (Collins ve Jackson, 1996), festival ve etkinliklerin lokomotifi (Smith ve Jenner, 1998), turizm bölgeleri ve tesislerin tanıtımı (Higham, 2005; Koç, 2005) ve sosyal yapının (Ohmann, Jones ve Wilkes, 2006) güçlendirilmesinde etkin bir işleve sahiptir.

Futbol turizminin iki şekilde oluştuğu görülmektedir. Birincisi uluslararası futbol federasyonlarının kulüp ve milli takımlar bazında gerçekleştirdiği turnuva ve lig organizasyonları ile ulusal federasyonların oluşturduğu lig ve kupa organizasyonlarıdır. Bunların takvimi, yapısı, organizasyonu, katılımı belirli kurallar dahilinde yapılmaktadır. Futbol takımlarının doğrudan bu tür uluslararası organizasyon ve şehirleri seçme ve katılma şansı yoktur. Dolayısıyla çalışmada futbol turizminin bu boyutu üzerinde durulmayacaktır. İkincisi ise futbol takımlarının gerek birinci durumdaki organizasyonlara katılma şansını yakaladıkları, gerekse ulusal organizasyonlara katılım için yapacakları kamp ve hazırlık çalışmalarından oluşmaktadır. Bu çalışma ikinci boyut üzerine kurgulandığı için futbol takımlarının organizasyonlara doğrudan katılma, kamp ve hazırlık yeri seçme kararları oldukça önemlidir.

Futbol takımlarının kamp ve organizasyonlara hazırlık çalışmaları sezon öncesi, turnuva dönemi ve sezon arası olarak gerçekleşmektedir. Turnuva dönemi hazırlık çalışmaları organizasyon takvimine bağlı olarak her maç programına uygun olarak farklı şehirlerde zorunlu olarak yapılmaktadır. Ancak sezon öncesi ve sezon arası kamp ve hazırlık çalışmaları her ülke federasyonunun maç takvimine bağlı olarak birbirinden farklılık gösterebilmektedir (Demir ve Demir, 2004). Sezon öncesi kamp ve hazırlık çalışmaları iklim itibarıyla daha serin, yüksek rakımlı yaylalarda gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde özellikle kış turizmine yönelik faaliyet gösteren Abant/Bolu, Kartalkaya/Bolu, Davraz/Isparta, Kızılcahamam/Ankara, Ilgaz/Kastamonu, Palandöken/Erzurum gibi yerlerin konaklama tesislerinin yanı sıra futbol antrenman ve maç sahaları ile yaz döneminde serin hava, uygun nem, sıcaklık, oksijen koşullarına sahip olması önemli çekicilik yaratmaktadır. Liglerin ilk yarısının sona ermesiyle başlayan sezon arası kamp ve hazırlık çalışmalarının kış mevsiminde olması nedeniyle daha ılıman hava, uygun nem ve sıcaklık, yağmur ve rüzgar etkeni minimum olabilecek yerlerin seçilmesi oldukça anlamlıdır. Dünyanın en önemli turizm merkezlerinden Antalya başta olmak üzere Fethiye, Bodrum, Marmaris, Kuşadası ve Çeşme kış döneminde yerli ve yabancı çok sayıda futbol takımının kamp ve hazırlık çalışmasına olanak sağlamaktadır. Kaliteli konaklama tesisleri, ulaşım olanaklarının kolaylığı, futbol antrenman ve maç sahalarının sayısının fazlalığı, maç ve turnuva organizasyonlarının çokluğu kış döneminde Akdeniz ve Ege Bölgelerinin önemli futbol cazibe merkezi olmasına olanak sağlamaktadır. Gerek kış turizmi gerekse yaz turizmine yönelik konaklama tesislerinin futbol turizmine hizmet vermesi, aynı zamanda turizmin zamana ve mekana yayılmasına olanak sağlamaktadır. Bu durum turizm tesislerinin daha fazla gelir elde etmesine katkı sağlarken, özellikle yerli ve yabancı büyük takımların katılımıyla gerçekleşen organizasyonlar ile bölge, şehir ve konaklama tesislerinin tanıtımına da olumlu etki etmektedir.

Futbol takımlarının kamp kadrosu, futbolcular, teknik heyet, yöneticiler, sağlık ekibi, malzemeciler ve diğer görevlilerle 30-50 kişi arasında değişmektedir. Bazı durumlara göre, zaman zaman taraftar grubuyla birlikte 300 kişilik kafileleri 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 takımlarının taraftarlarının maç ve antrenmanları takip etmeleri için bölgeye gelerek (Buraimo ve Simmons, 2009; Gerrard, 2006; Kurtzman, 2005) konaklama tesislerine yönelik talep yarattıkları bir gerçektir. Hatta bazı yıldız futbolcuların fanatik taraftarlarının münferit ya da grup tur organizasyonları ile futbol takımlarını takip ettikleri de bilinmektedir (Neale ve Funk, 2006; Perryman, 2003). Futbol takımlarının hazırlık çalışmaları ve maçları birçok basın kuruluşu tarafından takip edilmekte ve maçlar televizyon kuruluşlarında yayınlanmaktadır (Szymanski, 2010). Bu yayınlarda takımların çalışmaları sırasında hem bölgenin reklamı yapılmakta hem de konaklama tesislerinin tanıtımı yapılmaktadır. Bu maç yayınları nedeniyle futbol takımları belirli bir kazanç da elde etmektedir. Diğer yandan sezon sonu işten ayrılma ya da çıkarılma durumunda olan işgörenlerin işlerine devam edebilmeleri futbol turizminin istihdama katkısı olarak değerlendirilebilir.

İklim koşullarının futbol takımlarının kamp yeri seçiminde önemli bir unsur olduğu, yaz dönemi hazırlık çalışmalarında daha serin bölgelerin tercih edildiği görülmektedir. Çok fazla rüzgar almayan, oksijen düzeyi yüksek ve güç kazanma amaçlı çalışmalara kolaylık sağlayabilecek yüksek rakımlı ve düşük nem oranına sahip yerler ideal kamp yeri olarak değerlendirilmektedir (Olszak, 2012; Wangerin, 2006). Buna karşın kış döneminde yapılan kamp ve hazırlık çalışmalarında en önemli etken ılıman hava ve düşük nem oranı (Feld, 1993) olarak öngörülmürken özellikle aşırı yağmur ve rüzgar olumsuz etkiler olarak sayılmaktadır. Dolayısıyla yaz ve kış dönemi kamp ve hazırlık çalışmalarında futbol takımlarının iklim koşullarında farklı değerlendirmeleri olmaktadır. Bu farklılık turizm açısından olumlu bir değerlendirme yapılmasına olanak sağlamaktadır (Demir ve Demir, 2004).

Bir bölgede futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışması yapabilmesi için yeterli sayı ve nitelikte konaklama tesislerinin de bulunması gerekir. Tesisler sporcuların konaklama ve sosyal aktivitelerine olanak sağlayacak şekilde gerekli donanımına sahip olmalıdır (Costa, Tsitskari, Tzetis ve Goudas, 2004). Futbol takımlarının kamp yaptığı oteller ile ilgili genel sıkıntı, birden fazla takımın aynı tesiste konaklamasından kaynaklanan ve özellikle büyük takımların mümkün olduğunca başka takımlarla birlikte aynı tesiste olmak istememesidir (Demir ve Demir, 2004). Bu durum konaklama tesislerinin bazı istekleri karşılayamamasına neden olabilmektedir. Diğer yandan antrenman dışı zamanlarda spor aletleri ile yapılacak olan çalışmalarda yeterli araç gereç ve malzemenin olmaması önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir.

Futbol takımlarının kamp ve hazırlık yeri seçiminde yalnızca iklim koşulları ile konaklama tesislerinin varlığı ve uygunluğu tek başına yeterli olmamaktadır. Özellikle antrenman yapabilecek uygun zemin ve çim kalitesine sahip futbol sahalarının olması kadar, rehabilitasyon ve kondisyon amaçlı birimlerin de olması oldukça önemlidir (Stevens

ve Wootton, 1997). Saha ışıklandırmasının yeterli olması, antrenman alanlarının konaklama tesisine çok uzak olmaması, sahalarla seyircilerin arasında tel örgülerin bulunması futbolcu sağlığı ve güvenliği açısından gerekli koşullardır. Bununla birlikte konaklama tesislerince antrenman sahalarında yeterli güvenlik ekibinin bulundurulması bir başka zorunluluktur. Diğer yandan kamp döneminde futbol takımları açısından maç organizasyonlarının varlığı da önemsenmektedir. Takımların bir yandan hazırlık maçları ile eksiklerini görmeleri amaçlanırken diğer yandan bu turnuvalardan önemli gelir elde edilmesi de söz konusudur (Humphreys ve Prokopowicz, 2007; Vrooman, 2007). Özellikle büyük futbol takımlarının yüksek miktarda katılım payı almaları, turnuvaların ekonomik boyutunu da ortaya koymaktadır.

Çalışmanın amacı, alternatif turizm çeşidi yaklaşımıyla, futbol takımlarının kamp yeri seçimini etkileyen faktörleri belirlemek ve bu faaliyetleri turizm ile ilişkilendirerek değerlendirmelerde bulunmaktır. Bu nedenle öncelikle çalışmaya ilişkin aşağıda yer alan dört adet hipotez oluşturulmuştur;

H<sub>1</sub>: Futbol takımlarının kamp yeri seçiminde “kamp yerinin iklimi ve konumu” etkilidir.

H<sub>2</sub>: Futbol takımlarının kamp yeri seçiminde “kamp yerindeki spor tesisi olanakları” etkilidir.

H<sub>3</sub>: Futbol takımlarının kamp yeri seçiminde “kamp yerindeki konaklama tesisi ve olanakları” etkilidir.

H<sub>4</sub>: Futbol takımlarının kamp yeri seçiminde “kamp yerinde yapılacak organizasyon ve elde edilecek gelir” etkilidir.

Futbol takımlarının büyük çoğunluğu maç organizasyon şirketleri, ev sahibi takım daveti, uluslararası organizasyon kapsamında ilgili Futbol Federasyonunun misafir ya da havayolu ulaştırma şirketleri (Örneğin Türk Havayollarının Barcelona, Manchester United futbol takımlarına sponsorluğu gibi), spor malzemeleri üretici firmalarının sponsorluğu ile kamp yerlerine gittikleri için ulaştırmanın tüm futbol takımlarının kamp yeri seçiminde etkin rol oynamaması nedeniyle hipotez oluşturulmamıştır.

## 2. Yöntem

### 2.1. Araştırma modeli

Araştırmada Demir ve Demir (2004)'in çalışmaları ile profesyonel futbol takımlarının kamp yeri seçiminden sorumlu ekibinde yer alan 7 kişiyle yapılan mülakat sonucu elde edilen bilgilerin harmanlanarak oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Ölçek beş faktör grubu içinde yer alan 22 adet Likert türü soru ifadelerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte 2 adet bağımlı değişken sorusu yer almaktadır. Bağımsız ve bağımlı değişkenlerin tamamı Likert türü 5'li aralıkta (1=en zayıftan ...5=en güçlüye katılım düzeyi) düzenlenmiştir.

### 2.2. Araştırmanın evren ve örnekleme

Araştırma Isparta, Bolu, Kızılcahamam, Fethiye, Bodrum ve Marmaris'te 2011 ve 2012 yıllarında kamp ve hazırlık çalışması yapan profesyonel futbol takımları üzerinde

gerçekleştirilmiştir. Antalya Bölgesinde daha önce konuyla ilgili başka bir çalışma yapıldığı için kapsam dışında tutulmuştur. Bu dönemde Fethiye, Bodrum ve Marmaris'te kaç adet futbol takımının kamp yaptığı kesin olarak bilinmemekle birlikte Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (GSGM)'ne ait ve konaklama tesislerinin bünyesinde bulunan antrenman sahalarını kullanma programına göre 82 adet futbol takımı listesine ulaşılmıştır. Evrenin belirsizliği nedeniyle listede yer alan takımların tümüyle iletişime geçilmiş, ancak 22 takımın yöneticilerinden bir kısmı kamp yerini organizatörlerin belirlediği, bir kısmının da cevap vermemesi üzerine 60 adet futbol takımı kamp yeri sorumlusu/yöneticisi ile araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasını Isparta, Bolu ve Kızılcahamam'da kamp ve hazırlık çalışması yapan futbol takımları oluşturmaktadır. Bazı takımların gününbirlik maç organizasyonları için gelmeleri nedeniyle bu bölgelerdeki takım sayısı da kesin olarak bilinmemektedir. Konaklama tesislerinden elde edilen bilgilere göre, birinci aşamada yer almayan 53 futbol kulübünden 41'ine ulaşılmış ve toplam örneklem sayısı 101 olmuştur.

### 2.3. Veri toplama aracı

Veri toplama işlemi, öncelikle 7 adet futbol takımının kamp sorumlusu ile mülakat yapılarak gerçekleştirilmiş ve buradan elde edilen bilgilerle çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanan yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Veri toplamada yetkililerle önce telefonla iletişim kurulmuş ve anket formu yetkililerin e-posta adreslerine gönderilerek doldurmaları ve e-posta ile geri dönüşleri sağlanmıştır. Veri toplamada futbol takımlarının kurumsal özelliklerine yer verilmemiş olup yalnızca ülkesi ve mücadele ettiği lig statüsü değerlendirilmiştir. Anket formunda kamp yeri seçim kriterlerini içeren soru ifadeleri Likert türü 5'li aralıkta belirlenmiş, ülke ve lig statüsü ile genel değerlendirmele ilgili ilişkin düşünceleri belirlemek üzere yer alan sorular açık uçlu olarak öngörülmüştür.

### 2.4. Veri analizi ve çözümlenmesi

Çalışmada ulaşılan verilerin analizi ve çözümlenmesinde PASW 18.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın genel güvenilirlik ve geçerlik analizinin ardından parça güvenilirliği de test edilmiştir. Sonraki aşamada çalışmanın belirlenen amacına uygun olarak sırasıyla faktör analizi, t testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır.

## 3. Bulgular

Toplam 101 adet profesyonel futbol takımı kamp sorumlu/yöneticisinden elde edilen verilerin analiz edilmesiyle ulaşılan bulgular aşağıda yer almaktadır. Araştırma kapsamında kamp yapan futbol takımlarının %51,49 (101\*51,49=52 adet)'unun yabancı ülkelere (Almanya, Rusya, Hollanda, İran, Kuzey Kore, Ukrayna, Çek Cumhuriyeti, Sırbistan, Avusturya, Romanya, Belçika, Azerbaycan) ve %48,51 (101\*48,51=49 adet)'inin ise Türkiye liglerinde yer aldığı görülmektedir. Yabancı futbol takımlarının tamamı ülkelelerinin en üst düzey liglerinde yer alırken, Türkiye'deki futbol takımları Süper Lig, Birinci Lig ve İkinci Lig takımlarından oluşmaktadır. Isparta, Bolu ve Kızılcahamam'da kamp ve hazırlık çalışması yapan futbol takımlarının tamamı Türkiye Liglerinde yer almaktadır.

Tablo 3.1. Faktör Analizi Sonuçları

	FY	ÖZD	TFY	Ort.	P	$\alpha$
İklim ve Konum		11.02	23.64	4.41	0.001	0.91
Sıcaklık	0.949					
Nem	0.911					
Yağış	0.850					
Rakım	0.834					
Rüzgar	0.767					
Spor Tesisi		9.81	16.06	4.23	0.003	0.88
Nizami futbol sahası	0.967					
Koşu parkuru	0.907					
Çim kalitesi	0.889					
Antrenman araçları	0.842					
Saha güvenliği	0.723					
Konaklama Tesisi ve Olanaklar		7.22	12.25	4.10	0.001	0.86
Otel	0.957					
Yiyecek-içecek	0.952					
Kondisyon merkezi	0.847					
Transfer (otel-saha arası)	0.794					
Otel güvenliği	0.733					
Maç Organizasyonu ve Turnuvalar		6.18	9.61	4.02	0.007	0.83
Turnuva	0.826					
Bahis listesinde yer alma	0.805					
Sponsor desteği	0.801					
Maç yayını	0.798					
Kamp Yeri Seçimi		4.24	8.46	4.01	0.004	0.87
Fiziksel güçlenme	0.944					
Mental yenilenme	0.921					
Ekonomik değer	0.903					
KMO=0.817, Bartlett's Test of Sphericity=2991.56; df=231; Sig.=0.000; Açıklanan Varyans=% 70.02						

İkinci aşamada Likert türü sorulardan oluşan değişkenlerden elde edilen bulguları değerlendirmek için çıkarımsal istatistik bazında verilere öncelikle güvenilirlik testi uygulanmıştır. Test sonucunda verilerin genel güvenilirlik oranı (Cronbach alpha) 0.87 olarak saptanmıştır. Bu sonuç kabul edilebilir sınırlar içinde (Sekaran, 2000) ve ölçek yüksek derecede güvenilirliğe sahip (Özdamar, 1999:522) olarak diğer analizlere geçilebileceğini göstermektedir (Nunnally, 1978). Çalışmada yakınsak ve ayırt edici geçerlik analizinin de yapılmasıyla birlikte faktör analizinde oluşan yapı, kullanılan ölçekle örtüşmektedir.



Analiz sonuçları itibarıyla 5 grupta yer alan değişkenlere ilişkin faktör yükleri, özdeğer, açıklanan varyans (değişkenlerin genel yapısı açıklama) oranı ve faktör güvenilirlik düzeyine ilişkin bulgularda tablo 1’de yer almaktadır. Daha sonraki aşamada verilere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0.817; Barlett Testi sonucu 2991.56 değeri ve  $p < 0.001$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Verilere uygulanan Temel Bileşenler Analizinde, Varimax döndürme seçeneği kullanılmış ve özdeğerleri (Eigenvalue) 1’in üzerinde olan veriler değerlendirmeye alınmıştır. Faktör analizinde çalışmanın daha belirgin bir şekilde ortaya konulmasına da dikkat edilmiştir. Bu nedenle faktör yükleme oranları %40’ dan az olan değişkenler, konunun daha belirgin ortaya konması amacıyla değerlendirme dışında tutulmuşlardır. Bununla birlikte, faktör analizinde oluşan gruplarda faktör yükü %40’ ın altında bulunan ifade olmamıştır. Bu veriler ışığında 22 değişkenin beş faktör altında, toplam farkı (varyansı) %70,02 düzeyinde açıkladığı saptanmıştır. Elde edilen bu oran yüksek geçerliliğe sahip ve kabul edilebilir bir değer olarak görülmektedir.

Birinci faktör “iklim ve konum” olarak belirlenmiş ve beş değişken ile temsil edilmektedir. Faktör analiz değerleri tablo 1’de görülmekte olup, sıcaklık, nem, yağış, rakım, rüzgar değişkenlerinin futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışmaları için belirleyici oldukları anlaşılmaktadır. İkinci faktör olarak belirlenen “spor tesisi”nin önemli olduğu ve nizami futbol sahası, koşu parkuru, çim kalitesi, antrenman araçları ve saha güvenliği gibi değişkenlerle açıklanmaktadır. “Konaklama tesisi ve olanaklar” olarak belirlenen üçüncü faktör; otel, yiyecek-icecek çeşitliliği ve kalitesi, kondisyon merkezi, transfer (otel-saha arası) ve otel güvenliği değişkenlerini içermektedir. Özellikle konaklama tesislerinin futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışmaları için gerekli donanımına sahip olması ve hizmet sunması açısından değişkenlerin bu faktör grubu içinde yer alması anlamlıdır. “Maç organizasyonu ve turnuvalar” dördüncü faktör olarak belirlenmiştir. Turnuva ve hazırlık maçları, takımların bahis listesinde yer alması, sponsor desteği ve maç yayınının olması futbol takımları için anlamlı değişkenler olarak “Maç organizasyonu ve turnuvalar” faktörü içinde yer almıştır. Beşinci faktör “Kamp yeri seçimi” olarak fiziksel güçlenme, mental yenilenme ve ekonomik değer değişkenlerinden oluşmaktadır. Bu faktörü oluşturan değişkenler kamp yeri seçimi kararlarının oluşmasını belirleyen değişkenlerdir.

Tablo 3.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Faktörler	DS	Ort	SS	1	2	3	4	5
1- İklim ve Konum	5	4.41	0.76	<b>0.91</b>				
2- Spor Tesisi	5	4.23	0.79	0.39**	<b>0.88</b>			
3- Konaklama Tesisi ve Olanaklar	5	4.10	0.84	0.24*	0.19	<b>0.86</b>		
4- Maç Organizasyonu ve Turnuvalar	4	4.02	0.88	0.32*	0.26*	0.21	<b>0.83</b>	
5-Kamp Yeri Seçimi	3	4.01	0.89	0.74**	0.71**	0.69**	0.53**	<b>0.87</b>

Pearson Korelasyon, \*  $p < 0.05$  (çift yönlü); \*\* $p < 0.01$  (çift yönlü); DS=Değişken Sayısı; SS= Standart Sapma



Kamp yeri seçiminin (bağımlı değişken) bağımsız değişkenler ile arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır (Tablo 2). Futbol takımlarının kamp yerinin iklim ve konumu ( $r=0.74$ ;  $p<0.01$ ), spor tesisi olanakları ( $r=0.71$ ;  $p<0.01$ ), konaklama tesisi ve olanaklar ( $r=0.69$ ;  $p<0.01$ ) ve organizasyon ve gelir ( $r=0.53$ ;  $p<0.01$ ) faktörlerinin “kamp yeri ve seçimi” ile pozitif, doğrusal yönde, anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Uygun iklim koşulları ve konum, futbol takımlarının hazırlık çalışmalarının düzenli yapılması ve sporcu sağlığı açısından oldukça önemlidir. Sıcaklık, nem, yağış, rüzgar ve diğer meteorolojik koşullar futbol takımlarının antrenman ve maç programlarını etkileyebilmektedir. Spor tesislerinin zemin özelliği, ölçüsü, donanımı ve diğer olanaklarının da futbol takımlarının aradıkları faktörler olduğu bir gerçektir. Rahat ve güvenli bir kamp ve hazırlık çalışmasının yapılabilmesi için konaklama tesislerinin yeterli kapasite ve olanaklara sahip olması gerekmektedir. Diğer yandan kamp programları aynı zamanda futbol kulüplerinin ekonomik kazanç da sağlayabileceği organizasyonları da içerebilmelidir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde bağımsız değişkenlerin kamp yeri seçimi ile pozitif ve önemli düzeyde bir ilişkisi olması anlamlıdır.

Tablo 3.3. *Bağımsız Örneklem T-Testi Analiz Sonuçları*

DEĞİŞKENLER	GRUPLAR	n	$\bar{X}$	SS	t	p
1- İklim ve Konum	Türk FT	49	4.45	0.77	1.04	0.161
	Yabancı FT	52	4.38	0.74		
2- Spor Tesisi	Türk FT	49	4.27	0.79	0.56	0.431
	Yabancı FT	52	4.20	0.81		
3- Konaklama Tesisi ve Olanaklar	Türk FT	49	4.07	0.86	1.12	0.223
	Yabancı FT	52	4.10	0.83		
4- Maç Organizasyonu ve Turnuvalar	Türk FT	49	3.97	0.92	0.53	0.575
	Yabancı FT	52	4.06	0.89		
5-Kamp Yeri Seçimi	Türk FT	49	4.04	0.91	0.77	0.347
	Yabancı FT	52	3.99	0.93		

FT: Futbol Takımları, SS: Standart Sapma

Türk ve yabancı futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışması için yer seçiminde farklılık olup olmadığı da belirlenmek istenmiştir. Verilerin normal dağılım özelliği göstermesi, homojen olması ve örneklem büyüklüğünün 20’den fazla olması nedeniyle Mann-Whitney U Testi yerine Bağımsız Örneklem T-Testi kullanılarak katılımcıların kamp yeri seçimi konusundaki değerlendirmelerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Tablo 3’de görüldüğü gibi Türk ve yabancı futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışması için yer seçiminde anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 3.4. Regresyon Analiz Sonuçları

	$\beta$	t	Sig t
SABİT		10.102	0.001
1- İklim ve Konum	0.147	4.029**	0.001
2- Spor Tesisi	0.139	5.623**	0.003
3- Konaklama Tesisi ve Olanaklar	0.156	3.008**	0.001
4- Maç Organizasyonu ve Turnuvalar	0.169	2.341**	0.007

\*\*p<0.01; \*p<0.05; F=79.11; R=0.53; R<sup>2</sup>=0.37; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>=0.35

Futbol takımlarının kamp yeri seçiminde bağımsız değişkenlerin etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve istatistiksel sonuçlar tablo 4’de sunulmuştur. Kamp yeri iklim ve konumunun oldukça önemli olduğu ve futbol takımlarının hazırlık çalışmalarını etkilediği görülmektedir (t=4.029 ve p<0.01). Diğer bir ifadeyle, gerek hazırlık programlarının düzenli olarak yürütülmesi gerekse sporcu sağlığı açısından hava sıcaklığı, nem oranı, yağış ve rüzgar durumu ile oksijen oranı kamp yeri seçilirken futbol takımlarının idari ve teknik yetkililerince dikkate alınmaktadır. Bir kamp yeri seçiminde yalnızca iklim faktörü tek başına etkili değildir. Bununla birlikte bazı faktörlerinde etkin rol oynadığı görülmektedir. Regresyon analizi sonuçları spor tesislerine ilişkin olanakların da futbol takımlarının kamp yeri seçiminde etkili olduğunu ortaya koymaktadır (t=5.623 ve p<0.01). Aynı şekilde konaklama tesisi ve olanaklarının da kamp yeri seçimini belirleyen ölçütler arasında olduğu, bu faktörün özellikle ilk iki faktörü destekleyen güçlü bir yapıda olduğu anlaşılmaktadır (t=3.008 ve p<0.01). Çünkü sporcuların antrenman çalışmaları kadar fiziksel dinlenme ve sosyal gereksinimlerinin de karşılanması oldukça önemlidir. Birçok futbol takımı kamp yerini seçerken ilk üç faktörü dikkate aldığı bu çalışmaların maliyetini karşılayacak ve hatta gelir elde edebilecek organizasyonlarında olmasını beklemektedir. Özellikle bahis şirketlerinin son dönemlerde hazırlık maçı ve turnuvaları düzenlemesi futbol kulüpleri için önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Analiz sonuçları da bunu desteklemektedir. Maç organizasyonu ve turnuvalar faktörünün futbol takımlarının kamp ve hazırlık yeri seçimini etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır (t=2.341 ve p<0.01). Çalışmada oluşturulan hipotezlerin yapılan analizler sonucu tümünün desteklendiği görülmektedir.

#### 4. Sonuç

Çalışmada ulaşılan sonuçların iki açıdan ele alınarak değerlendirilmesi gerekir. Birincisi futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışmaları için yer seçimini belirleyen faktörler, ikincisi ise seçilen kamp yerlerinin turizm ile ilişkisidir. Yapılan analizler sonucunda istatistiksel olarak önemli bulgulara ulaşıldığı ortaya çıkmıştır. Her bir analiz sonuçlarının kabul edilebilir değerler içermesi, araştırmanın yapısal modelinin tüm çalışmayı ifade edebilecek özellikte olduğunu göstermektedir.

Futbol takımları için en uygun kamp ve hazırlık çalışması yerini etkileyen faktörlerin doğal iklim koşulları ve spor tesisi ve altyapı faktörleri olduğu kadar bunları destekleye-

cek iki önemli unsur olarak hizmet kalitesi ve sayısal olarak konaklama tesisleri ile maç organizasyonlarına yönelik faaliyetlerdir. İklim koşulları öngörülen bir programın düzenli olarak yapılmasında etkili olabilmektedir. Aşırı sıcak ya da soğuk bir havanın sporcu sağlığını olumsuz etkilemesi onların hastalanma ve sakatlanmalarına neden olabilmektedir. Aynı şekilde nem oranı yüksek, oksijen düzeyi normal değerlerin dışında ve sürekli yağış alan bir bölgenin hem çalışmaları aksatması hem de sporcu sağlığını tehdit etmesi istenmeyen bir durumdur. Ulaşılan istatistiksel değerler bu düşünceyi desteklemektedir. Bununla birlikte kamp yerinin uygun zemin, ışılandırma sistemi, drenaj sistemi, teknik antrenman araçları, çalışma güvenliği, destek hizmetleri gibi gereksinimleri karşılayacak spor tesislerine sahip olmasının önemli olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla futbol takımlarının sağlıklı ve düzenli bir kamp ve hazırlık çalışması yapabilmesi için temel koşullardan ikisinin iklim koşulları ile spor tesisleri olduğu sonucu açıkça fark edilmektedir.

Futbol takımları için yalnızca iklim koşulları ve spor tesisleri kamp yerinin tek belirleyicisi olmadığı, bunları destekleyecek diğer tesis ve faaliyetlerinde bulunması gerektiği analiz sonuçlarıyla ortaya konulmuştur. Futbol takımlarının kamp ve hazırlık çalışması yer seçiminde etkili olan temel faktörleri destekleyici diğer iki faktörün konaklama tesisleri ve olanaklar ile maç organizasyonu ve turnuvalar olduğu belirlenmiştir. Futbolcuların fizik, kondisyon ve moral açısından sosyal olanakların önemli bir etkisi vardır. Yoğun ve ağır çalışmaların ardından dinlenme, sosyal ortam, yeme-içme, eğlenme, sauna ve hamam, oyun gibi olanakları bünyesinde bulunduran konaklama tesislerinin ideal kamp yerinin en önemli destek faktörlerinden birisi olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte ulusal ya da uluslararası özellikteki turnuvalar futbol kulüplerinin kamp maliyetlerini ve hatta önemli ölçüde gelir sağlamalarına katkısı nedeniyle bir diğer destekleyici faktör olarak ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle futbol takımlarının kamp yeri seçimi ve programının hazırlanmasında turnuva ve özel maçlar oldukça önemli bir etkidir. Hem doğrudan bir gelir sağlanırken hem de kamp maliyetleri karşılanmaktadır. Ayrıca takımların ürün satış, reklam ve maç yayın gelirleri, gişe gelirleri de bu organizasyonları önemli kılmaktadır.

Araştırmanın sonuçları futbol ve turizm ilişkisi açısından değerlendirildiğinde, hem futbol sektörü hem de turizm sektörü açısından önemli sonuçlar doğurduğu açıktır. Futbol ve turizm bir bakıma aynı kaynakları kullanarak önemli çıktılar sağlamaktadır. Her ikisi de sosyal yaşamın önemli aktörleri olduğu kadar ekonomik etkisi nedeniyle sonuçları daha etkin olabilmektedir. Futbol takımlarının kamp çalışmaları yaptıkları yerler dikkate alındığında öncelikle turizmin yoğun olarak görüldüğü bölgeler olduğu bir gerçektir. Futbol takımlarının uzun süreli kamp dönemlerinin turizmin düşük sezon ya da sezon dışı tabir edilen zamana rastlaması futbolun turizm tesislerinin daha uzun süreli hizmet vermesi ve atıl durumdan kurtulmasına önemli katkısı olduğu ortadadır. Futbol takımlarının sezon başı kamp döneminin Temmuz-Eylül aylarında olması ve bu dönemde Türkiye’de daha çok kış turizmine hizmet veren bölgelerde yoğunlaşması futbol-turizm ilişkisini ortaya koymaktadır. Aynı şekilde sezon arası futbol kamp döneminin Avrupa Ülkeleri için Aralık-Mart aylarında olması ve bu dönemde Türkiye’de daha çok yaz turizmine hizmet veren Antalya, Muğla, Kuşadası, Çeşme ve Mersin gibi bölgelerde yoğunlaşması da futbol-turizm ilişkisini desteklemektedir. Bu bölgeler öncelikle iklim açısından uygun

olduğu için konaklama tesisleri önemli çekicilik yaratan faktör olmuştur. Spor tesislerinin yapımı ise konaklama tesislerinden sonra oluşmuştur.

Futbol turizmi kapsamında belirli bölgelerin tercih etmesi nedeniyle kamp yapan takımların sayısındaki artışlar, projelerinde futbol sahası bulunmayan konaklama işletmelerine saha yapmaya, yeni yapılan otelleri de projelerine futbol sahası dahil etmeye yöneltmiştir. Hatta bazı yerel yönetimler ve kurumlar bölgelerinde futbol sahası yapımı için gerekli kaynakları sağlamak amacıyla çeşitli çalışmalar içine girmişlerdir. Futbol turizmi gelir seviyesi en üst gruptan oluşan ve harcama düzeyleri yüksek olan insanların katıldığı bir turizm çeşidi olduğu için getirisi de diğer turizm ürünlerine göre oldukça yüksektir. Kişi başı harcamaların normal konaklama ve takım harcamalarının dışında kişi başı günlük 100-150 \$ arasında olduğu ifade edilmektedir. Bu harcamalara takım ve diğer harcamalarda eklendiğinde önemli boyutlara ulaşmaktadır. Diğer yandan futbol takımlarının hazırlık çalışmaları ve maçları birçok basın kuruluşu tarafından takip edilmekte ve maçlar televizyon kanallarından yayınlanmaktadır. Bu yayınlarda takımların çalışmaları sırasında hem bölgenin tanıtımı yapılmakta hem de konaklama tesislerinin reklamı yapılmaktadır. Bu maç yayınları nedeniyle futbol kulüpleri belirli bir kazanç elde etmektedir.

- Futbol turizminin gerek ülkesel gerekse bölgesel boyutta sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan önemli etkileri olacaktır. Turizmin mekana ve zamana yayılması bakımından uygulanabilecek ürün çeşitlerinin başında “futbol turizmi” gelmektedir. Bunun için yapılması gereken bir takım çalışmalarla birlikte bazı öneriler getirmek de mümkündür;
- Öncelikle gerekli alt ve üst yapılar tamamlanarak gerekli özelliklere sahip bölgelerin futbol turizmi açısından canlandırılabilir.
- Futbol turizmi ile ilgili olarak turizm işletmeleri, futbol kulüpleri, yerel yönetimler, eğitim kurumları ve konuyla ilgili diğer kesimler bilinçlendirilebilir.
- Devlet tarafından hazine arazileri futbol turizmine açılarak futbol ve antrenman sahaları ile spor tesislerinden oluşan ve hatta diğer spor dalları için çalışma alanlarını da içine alacak spor kompleksleri yapılması teşvik edilebilir.
- Bölgedeki belediyeler, il özel idareleri, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ve diğer kurum ve kuruluşlar futbol ve antrenman sahaları yaparak futbol kulüplerine ve konaklama tesislerinin kullanımına sunabilir.
- Futbol turizmine yönelik faaliyet gösteren konaklama tesislerine futbol arz kaynakları bakımından bazı standartlar getirilebilir.
- Bölgede düzenlenen futbol turnuvaları Türkiye Futbol Federasyonu’nun kontrolünde, daha organize ve uluslararası boyutlarda etki yapabilecek şekilde düzenlenebilir.
- Avrupa’da ekonomik alanda ve futbolda gelişmiş ülke takımlarına yönelik çalışmalara öncelik verilebilir.
- Avrupa’daki zengin ve büyük futbol kulüpleriyle şimdiden uzun vadeli sözleşmeler yapılabilir.

- Fiyat indirimine gidilmemelidir, böyle bir durumda hizmet kalitesindeki düşüşler nedeniyle takımların başka bölge ya da ülkelere kayabileceği açıktır.
- Turizmin tanıtım ve reklamlarında futbol turizmine de yer verilebilir.
- Turnuvaların önceden programlanarak dünyanın önemli ve büyük futbol takımlarının katılımı sağlanmalı, uluslararası seyirci ve taraftarların turnuvaları izlemesiyle turizm canlandırılabilir.

Çalışma yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde ele alındığında, futbol ve turizmin pek çok yönüyle ilişkili olduğu görülmektedir. Futbol turizmin sürdürülebilirliği açısından önemli bir araç, turizm ise futbolun gelişmesinde bir destek faktörü olarak birbirlerine önemli katkılar yaratabilmektedir. Bu nedenle futbol ve turizm ilişkisini konu alan çalışmaların daha geniş boyutlarda yapılması ilgili tüm kesime yararlı sonuçlar ortaya koyabilecektir.

### **Kaynakça**

- Buraimo, B. & Simmons, R. (2009). Market size and attendance in English Premier League football. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6 (2), 200-214.
- Collins, M. & Jackson, G. (1996). The economic impact of a growing symbiosis: Sport and tourism. In *Proceedings of the Fourth European Congress on Sport Management*, Montpellier, France.
- Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G. & Goudas, M. (2004). The factors for evaluating service quality in athletic camps: A case study. *European Sport Management Quarterly*, 4 (1), 22-35.
- Çölaşan, E. (2002). Antalya'da güzel şeyler oluyor. *Hürriyet Gazetesi* (15.01.2002).
- Demir, M. ve Demir, Ş.Ş. (2004). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında futbol turizmi: Antalya Bölgesinde bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi*, 6 (2), 94-116.
- Feld, F. (1993). Management of the critically injured football player. *Journal of Athletic Training*, 28 (3), 206-212.
- Gerrard, B. (2006). *The economics of association football, Volume I and II*. UK: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Gibson, H. J., Willming, C. & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism Management*, 24 (2), 181-190.
- Godbey, G. & Graefe, A. (1991). Repeat tourism, play, and monetary spending. *Annals of Tourism Research*, 18 (2), 213-225.
- Green, B. C. & Chalip, L. (1998). Sport tourism as the celebration of subculture. *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 275-291.
- Hamil, S. (2009). *Managing football*. UK: Routledge
- Higham, J. & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23 (2), 175-185.

- Higham, J. (2005). *Sport tourism destinations*. UK: Routledge.
- Humphreys, B. R. & Prokopowicz, S. (2007). Assessing the impact of sports mega-events in transition economies: EURO 2012 in Poland and Ukraine. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 2 (5), 496-509.
- Koç, E. (2005). New product development in the Turkish tourism market: The case of football tourism. *Journal of Sport Tourism*, 10 (03), 165-173.
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (2003). A Wave in time-The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8 (1), 35-47.
- Kurtzman, J. (2005). Economic impact: sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, 10 (1), 47-71.
- Maenning, W. & Zimbalist, A.S. (2012). *International handbook on the economics of mega sporting events*. Edward Elgar Publishing.
- Neale, L. & Funk, D. (2006). Investigating motivation, attitudinal loyalty and attendance behaviour with fans of Australian football. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 7 (4), 307-319.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. NY: McGraw-Hill.
- Ohmann, S., Jones, I. & Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents. *Journal of Sport & Tourism*, 11 (2), 129-152.
- Olszak, C. A. (2012). *The impacts of weather on a Mid-American conference university football team and players' perceptions regarding weather*. Doctoral dissertation, Kent State Uni.
- Özdamar, K. (1999). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Perryman, M. (2003). *New world cup resources*. Leicester: The University of Leicester.
- Preuss, H. (2007). FIFA World Cup 2006 and its legacy on tourism. In *trends and issues in global tourism 2007* (pp. 83-102). Springer Berlin Heidelberg.
- Sekaran, U. (2000). *Research methods for business: a skill building approach*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Smith, C. & Jenner, P. (1998). The impact of festivals and special events on tourism. *Travel & Tourism Analysis*, 4, 73-91.
- Stevens, T. & Wootton, G. (1997). Sports stadia and arena: realising their full potential. *Tourism Recreation Research*, 22 (2), 49-56.
- Szymanski, S. (2010). *Football economics and policy*. Palgrave Macmillan.
- Vrooman, J. (2007). Theory of the beautiful game: The unification of European football. *Scottish Journal of Political Economy*, 54 (3), 314-354.
- Wangerin, D. (2006). *Soccer in a football world: the story of America's forgotten game*. USA:WSC Books Limited.