

## Türkiye'nin yeni turizm potansiyeli; golf turizmi

DR. AYHAN GÖKDENİZ

### I. GİRİŞ

Golf, küçük bir topu çeşitli sopalarla ve mümkün olan en az sayıda vuruşla küçük deliklere sokma temeline dayanan bir açık hava oyunudur. Golf oyununda çeşitli yüzey biçimleri ve uzaklıklarda uygulanacak değişik vuruşlar için 14 farklı sopa kullanılmaktadır. Uçları kıvrık olan sopalara "clup" adı verilmektedir. 18 delikli, 60 - 70 hektarlık alanlarda oynanan golf oyununda herdelik için "teeing ground" olarak adlandırılan ayrı bir başlangıç noktası bulunmaktadır. Bu başlangıç noktası ve delik arasındaki düz çimlik alandan oluşan delik hatına ise "fairway" denilir. Bu delik hatlarında oyunu zorlaştırmak için doğal veya yapay çeşitli engeller konulmaktadır. Profesyonel oyuncular her delik hattı için "par" olarak adlandırılan ve 3-4 vuruş rasında değişen standart bir vuruş sayısına sahiptir. 18 delikli bir saha, genel olarak 72 parlaktır (Türsab Dergi 1990, s. 15).

Bu oyunu oynamak veya seyretmek amacıyla yer değiştiren tüketicilerin oluşturduğu seyahat ve tatil olayına "golf turizmi" denilmektedir.

### II. GOLF TURİZMİNİN GELİŞİM SÜRECİ

Kral II. James tarafından hazırlanan 1457 tarihli bir belge ile golf sporunun 15. yüzyıldan önceki tarihlerde de oynandığı belirlenmiştir. Bugün çeşitli tartışmalara karşın oyunun kökeninin İskoçya olduğu kabul edilmektedir. Golf oyununun yaygınlaşması 20. yüzyılın başında gerçekleşmiş, kuralları da 1967 yılında kesinleştirilmiştir. Dünya çapındaki golf organizasyonlarında Amerikan USGA (United States Golf Association) ve İngiliz R.

and A. (Royal and Ancient Golf Clup) kulübü, golf sporunun kural koyucu organlarıdır. Oyunun en yaygın olduğu Amerika'da 20 bin, Japonya'da 6 bin, İngiltere'de 3 bin golf sahası bulunmaktadır (Gökdeniz 1994, s. 255).

Dünyada turist gönderen orijin ülkelerde yaklaşık 37 milyon golfçü vardır. Avrupa'da da golcü sayısı her yıl % 20 oranında artmaktadır. Golf oynamak amacı ile seyahat eden insanlar oldukça varlıklı kişilerdir. Örneğin, Amerika'da golf oynayan grubun yaklaşık 1/3'ünün ortalama yıllık geliri 50 bin Amerikan Doları'nın üzerindedir.

Milli Golf Vakfı (NGF), Amerika'daki 23.8 milyon golfçü sayısının 2000 yılına kadar kolaylıkla 30 milyona çıkabileceğini ve aynı şekilde golf endüstrisinin de bugünkü 30 milyar dolarlık hacminin 5 yıl sonra 40 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşacağını tahmin etmektedir. Bu büyümeyi sağlamak için ise; 2000 yılına kadar 4500 yeni tesise ihtiyaç olduğu belirtilmektedir (Pulley 1990, s. 8).

### III. GOLF TURİZMİNİN PAZAR PAYI VE GELECEĞİ

Golf Digest dergisinin Mart 1989 sayısına göre; golf turizminde patlama Avrupa'da daha yeni başlamıştır. Golfün gelişimi dünyayı saran bir akımdır ve kıta Avrupa'sındaki hızı, Amerika'da olduğundan daha fazladır. İspanya'dan Almanya, Fransa ve Belçika'ya kadar pek çok yeri golf alanları ve kulüpleri doldurmuştur. En soğuk iklimlerden birine sahip olduğu için ancak beş aylık golf mevsimi bulunan İsveç'in, kıtadaki en kalabalık golf mer-

#### ABSTRACT

#### GOLF TOURISM: NEW TOURISM POTENTIAL FOR TURKEY

Objective of this article, is to explain the market share and importance of golf tourism which's market share increasing continuously all over the world recently. Article points out that golf tourism targets high income level tourists and has 50 million participant worldwide is an increasing type of tourism so that it promises a bright future. For these reasons Turkey should prioritize investments related to golf tourism in order to take share from this market. Necessities of this investments articulated with relevant figures.

Dr. Ayhan Gökdeniz, Balıkesir University, School of Tourism and Hotel Management, Balıkesir, Turkey.

Yrd. Doç. Dr. Ayhan Gökdeniz: Lisans, Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1987); yüksek lisans, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Programı (1990); doktora, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Programı (1994). Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğretim üyesi.

kezlerine sahip olması şaşırtıcıdır. Son 15 yılda golfçü sayısının dört kat artarak 200 bine ulaşmış olması, önümüzdeki beş yıl için % 50 artış beklentilerine yol açmıştır. Avrupa'da İsveç'den fazla golfçü bulunan tek ülke İngiltere'dir. Örneğin, Fransa'da 1974 yılında 24 bin golfçü varken, bu sayı günümüzde 120 bine çıkmıştır. Batı Almanya, 1974 yılında 103 olan golf alanı sayısını 1988'de 233'e yükseltmiştir. Avrupada golfçü sayısı son 15 yılda % 231 oranında artarken, golf alanı sayısı sadece % 78 artmıştır (Hunt 1991, s. 23).

İngiltere'de 1990 yılında yapılan bir araştırmaya göre; yaklaşık 2 milyon kişi düzenli olarak golf sporu ile uğraşmakta ve aktif olarak oynamaktadır. İngiltere'de bu potansiyel talebi karşılamak için, son yıllarda golf turizmine yönelen birçok seyahat acentesi türemiştir. 1990 yılı verilerine göre; İngiltere'de 100 bine yakın golfçü golf tatillerine çıkmıştır. Karşılaştırma açısından 1990 yılında Noel ve yeni yıl etkinlikleri çerçevesinde 250 bin İngiliz vatandaşı kayak sporu yapmak için tatile çıkmıştır. Golf oynama sporu, İngiltere'de yeni bir aktivite çeşidi değildir. Sadece, 1991 yılında İngiltere'de 2 bin kişi golf öğrenmek için golf okullarına başvurmuştur. Bu rakam, İngiltere'nin toplam nüfusu ile karşılaştırıldığında oldukça düşük bir orandır. Ama, yine de İngiltere'de yılda ortalama 10 bin kişinin golf kurslarına katıldığı saptanmıştır (Smith 1992, s. 73).

Son zamanlarda İngiltere'de golf tatili paketleri popüler hale gelmiştir. İngiliz golfçüleri için Kuzey Fransa moda olmuş bir bölgedir. Bu gelişmede en büyük katkının mesafe olarak bu bölgenin İngiltere'ye yakın olması yatmaktadır. Genellikle golf seyahatleri Temmuz ve Ağustos aylarının haricinde kalan diğer aylarda, özellikle sonbahar ve ilkbaharın ilk aylarında yapılmaktadır. Avrupa'da İngiltere ve Fransa arasındaki Manş tünelinin geçtiğimiz yıl ulaşılabilirliği bu iki ülkeyi birbirine daha da yakınlaştırmış ve

Fransa Avrupa'da bir numaralı golf ülkesi olmuştur.

Uzun mesafeli ve uzun süreli golf tatillerinde İspanya'nın "Costa Del Sol" ile Portekiz'in "Algarve" bölgesi talep edilmektedir. Geçtiğimiz yıllarda, Akdeniz'in golf tatil merkezlerinin liderliğini müsabaka düzenlenecek büyüklükte 15 alanı ile İspanya'nın Costa de Sol bölgesi ve 8 alanı olan Portekiz'in Algarve bölgesi almıştır. Fakat son yıllarda bu bölgelerde fiyatlarının yükselmesi ve aşırı turist akını gibi nedenlerin ortaya çıkması ile talep başka ülkelere kaymıştır.

Amerika'da golf yatırımlarının odaklaştığı bölge "Ventane Kalyonu" vadesidir. Bu bölgede, konaklama ünitelerinin bitişine yapılan golf alanları ile yoğun turist talebi sağlanmıştır. Örneğin Amerika'nın Ojai kentindeki otellerde haftasonu gecelerinin % 30'unu ve hafta içi gecelerinin % 40'unu golf müşterilerinin yaptığı saptanmıştır (Smith 1992, s. 73).

Amerika'da, golf tatilleri Avrupa'ya göre daha ucuzdur. Örneğin, Amerika'da fünübirlik golf turları, 1991 yılı rakamları ile 15-18 dolar arasında değişmektedir. 1989 yılında yapılan bir araştırmada;

**Milli Golf Vakfı (NGF), Amerika'daki 23.8 milyon golfçü sayısının 2000 yılına kadar kolaylıkla 30 milyona çıkabileceğini ve aym şekilde golf endüstrisinin de bugünkü 30 milyarlık hacminin 5 yıl sonra 40 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşacağını tahmin etmektedir.**

TABLO -1 : Golf sporunun dünyada gelişimi (1990)

ÜLKELER VE KITALAR	Oyuncu artış Oranı (%)	Golf alanı artış Oranı (%)
Avrupa	231	78
Asya	140	34
Avustralya - Pasifik	123	0
Kuzey Amerika	87	16
Afrika	63	-8
İngiltere	33	-4
Kuzey Amerika	-19	64
Dünya Genelinde	99	16

KAYNAK : Pulley, TYD Dergisi, Haziran 1990, s. 10.



Amerikalı golfçülerin ortalama olarak her yıl golf için tatil yaptıkları süre 11 ila 13 gün arasında değiştiği saptanmıştır. Aynı araştırmaya göre, her bir golf gezisi için geçirdikleri süre 3 veya 4 gündür. Dolayısıyla, bu grubun her yıl golf amaçlı 3 veya 4 defa seyahat ettiğini söyleyebiliriz.

Golf, bir sıcak iklim sporudur. Günümüzde Moskova, Tokyo, Seul ve Norveç'te yapılan golf sporlarını daha sıcak iklimi olan bölgelere ve ülkelere taşımak gerekmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda, golf amaçlı tatile çıkan tüketicilerin özellikle mimarisi farklı olan yerleri ve kültürel açıdan otantik bir görünüme sahip olan bölgeleri tercih ettikleri saptanmıştır.

Uzun dönemde golf sporu ne kadar ayrıcalıklı ve pahalı bir spor da olsa, geleceği iyi gözükmektedir. Örneğin, Japonya'da bir golf kulübüne sadece üyelik aidatı, 40 bin Amerikan dolarıdır. Bu ülkede, mevcut golf kulüplerinde bu sporu yapmak için bekleyenlerin listesi üç aya kadar uzamaktadır. Özellikle, yaşlıların toplam nüfus içerisindeki paylarının artması, serbest zamana sahip olması ve gerçek gelirlerinin yükselmesi gibi nedenlerle bu spora olan ilgi artacaktır. Bunun yanında, televizyon aracılığıyla çeşitli golf kurslarının ve önemli golf karşılaşmalarının gösterilmesi bu spora olan talebi yükseltecektir. Örneğin, 1993 yılında İspanya'nın Costo del Sol bölgesinde yapılan golf müsabakalarının televizyondan yaklaşık 700 milyon kişinin izlediği saptanmıştır. Bugün golf turizminin dünya turizm pazarındaki payı, 15 yıl önceki kış-kayak turizminin payına eşittir. Turizm otoriteleri, dünyadason 15 yıl içerisindeki kayak turizmi sektöründe meydana gelen gelişmenin aynısının, gelecek 15 yılda golf turizmi sektöründe de yaşanacağını iddia etmektedirler (Morse ve Lanier 1992, s. 45).

Önümüzdeki 10 içerisinde golf alanında önemli bir destinasyon ülkesi, Endonezya'dır. Günümüzde golf yatırımları

bu ülkeye yönelmektedir. Çünkü, Endonezya'nın 13 bine tane irili ufaklı adası ve mükemmel güzellikte doğası vardır. Yine, son yıllarda golf yatırımlarına sahne olan bir diğer ülke, Singapur'dur. Singapur'un Butang adası sadece golf sahaları ve otelleri ile golf turizminin yeni bir destinasyon bölgesidir.

#### IV. GOLF TURİZMİNE YÖNELİK SATIŞ GELİŞTİRME STRATEJİLERİ

Dünyada golf tatillerini geliştirmek için, özellikle son yıllarda ciddi pazarlama çalışmalarına gidilmektedir. Örneğin, İngiliz Havayolları (British Airways), golf tatillerini geliştirmek için bu gruba yönelik indirimli uçuş tarifeleri uygulamaktadır. Ayrıca, Güney Portekiz'in bu bölgesine yapılan seferlerde indirimli otomobil kiralama, yöresel otellerde konaklama ve havayollarından koltuk garantisi gibi promosyonlar da uygulanmaktadır. 1991 yılı itibarıyla, İngiliz havayollarının golf tatillerinin % 50'sini Portekiz'deki Algarve bölgesine, % 30'unu İspanya'nın Costo del Sol bölgesine organize ettiği saptanmıştır. Diğer uzun mesafeli golf seyahatleri, Kanarya Adaları ve Kuzey Afrika'daki diğer bölgelere düzenlenmiştir.

Golf tatil pazarı, henüz daha olgunluğa erişmemiş bir pazardır. Hatta tanımlama sorunu bile mevcuttur. Bazı kişiler hala golf tatillerini sadece golf oynayan kişilerin kullanabileceğine inanmaktadır. Golf tatil pazarının olgunlaşmaması paket tatillere de yansımaktadır. Şu anda golf tatilleri, seyahat sektörünün diğer elemanları ile içiçe girmiş durumdadır.

İngiltere'de bu pazarın en büyük müşterisi grubu, bağımsız, özel otosu olan ve İskoçya'ya kısa bir tatil için gelen tüketicilerdir. Seyahat acenteleri, golf tatillerinin yakın gelecekte uluslararası turizm hareketleri içerisinde yerini alacağını iddia etmektedirler. İngiltere'de bu pazarın 1/3'ünü elinde tutan Thomson firması, 1992 yılında yeni bir broşür ve sloganla peyasaya gir-

**Golf yatırımları, çevre en az zarar veren ve yöre mimarisi ile uyumlu olan yatırımlardır. Dolayısıyla, bu yatırımların doğaya ve yöreye olan tahribatı, diğer turistik yatırımlara göre daha azdır.**

miştir. Buna rağmen birçok tur operatörü bu potansiyel pazara daha yeni yeni girmektedir (Boioley 1992, s. 47).

Golf yatırımları oldukça pahalı ve kompleks yatırımlardır. Örneğin 18 delikli bir golf tesisi için en az 60 hektarlık alana ihtiyaç vardır. Büyük bir golf tatil merkezi tesis etmek için birbirine yakın mesafede çeşitlilik arzeden ve konaklama imkanı olan birçok golf alanı yapmak gerekmektedir. Kapasiteye örnek vermek için, başarılı golf alanlarına sahip Costo del Sol'da yılda yaklaşık 50 bin tur veya bir yıl içinde günde 135 tur yapıldığını söylemek mümkündür (Ünal 1990, s. 9).

## V. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, Pasifik kıyılarından Akdeniz'e kadar uzanan iş ve turizm merkezlerine kaliteli golf sahaları yeterince bulunmamaktadır. Artan serbest zaman ve gezi olanaklarıyla golf merakı birleştiğinde, belli bir yerdeki birkaç golf alanında yer alacak oyun zamanları üzerinde yoğun bir rekabet ortaya çıkmaktadır. Günümüzün golf pazarı uluslararası seyahatlerde çeşitlilikten yanadır. Golf turizminde müsabaka yapmak için hafta sonları farklı ülkelere gidilir. Uluslararası golfçü, istediği grupla istediği alanda oynamak üzere yılda birkaç kez, iki-üç tatil yerine uğrar.

Elli milyondan fazla insanın golf oynadığı günümüzde özellikle 40-45 yaş üzerindeki gruplar salt bu amaçla seyahatler yapmaktadır. Önceliğini Japonların çektiği bu grupları Amerikalılar ve İngilizler izlemektedir. Sadece Avrupa'da kışı Akdeniz ülkelerinde geçiren 200 bin golfçü olduğu bilinmektedir. 15 senedir İspanya, Fransa ve İtalya'ya gitmekten bıkmış bu insanların sadece % 20'sini Türkiye'ye çekebilmenin sağlayacağı yararlar oldukça fazladır. Ama öncelikle bu sektörde, dünya standartlarında golf alanları ve tesisleri yapmamız gerekmektedir.

Türkiye'de golf turizmi yatırımlarının desteklenmesi, ülke turizminin mevsimlik özelliğine orta vadede çözüm getirilebilir. Bu sporun özellikle gelir düzeyi yüksek kişilerce yapılması, ülkemize giren döviz akışının artacağına bir göstergesidir. Ayrıca, ülkede yapılan golf yatırım alanları ile üçüncü yaş turizmi de desteklenmiş olacaktır. Çünkü bu sporu yapan kişilerin büyük çoğunluğu üçüncü yaş grubuna giren kişilerdir.

Bütün bunların yanında, golf yatırımları çevreye en az zarar veren ve yöre mimarisi ile uyumlu olan yatırımlardır. Dolayısıyla, bu yatırımların doğaya ve yöreye olan tahribatı, diğer turistik yatırımlara göre daha azdır. Yapılan araştırmalar, orman arazisi üzerine yapılan golf yatırımlarının orman yangınlarını bile önlediğini göstermektedir.□

## KAYNAKÇA

BOIOLEY, Steve, "Fifty Sokething-Tourism and Older People", *Innsights The Tourism Marketing Intelligence Service*, English Tourist Board, London, November 1992.

— "Golf Turizmi", *TÜRSAB Turizm Dergisi*, Mayıs 1990.

GÖKDENİZ, Ayhan: "Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi ve Türkiye'de Üçüncü Yaş Turizminin Yapısal Analizi ve Geliştirilmesi (Basılmamış doktora Tezi)", Balıkesir Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 1994.

HUNT, Jill, "Prospects for International Tourism in 1992", *EIU Travel & Tourism Analyst*, Business International Ltd., No. 2, London, 1992.

MORSE, Sarah ve PAMELA, Lanier, "Golf Resorts-Driving into the 90s", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol. 3, No. 4, August 1992.

PULLEY, Algie, "Günümüzde ve 1990'larda Golf", *Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) Dergisi*, Haziran 1990.

SMITH, D. Peter, "Golfing Holidays, A.U.K. Market Profile", *Travel & Tourism Analyst*, No. 2, 1992.

ÜNAL, Tankut, "Golf Turizmi", *Turizm Dünyası Dergisi*, Mart 1990.

**Türkiye'de golf turizmi yatırımlarının desteklenmesi, ülke turizminin mevsimlik özelliğine orta vadede çözüm getirebilir. Bu sporun özellikle gelir düzeyi yüksek kişilerce yapılması, Türkiye'ye giren döviz akışının artacağına bir göstergesidir.**