



2. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU

İNSAN ÇEVRE ÜRÜN
Bildiriler Kitabı



28 Şubat 2014
Dokuz Eylül Üniversitesi - İZMİR



2. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU BİLDİRİLER KİTABI



2. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU

İNSAN ÇEVRE ÜRÜN
Bildiriler Kitabı



EDİTÖRLER
Yrd. Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ
Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK



28 Şubat 2014
Dokuz Eylül Üniversitesi - İZMİR



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

2. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU (İNSAN, ÇEVRE, ÜRÜN)

BİLDİRİLER KİTABI

1988

Editörler

Yrd. Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ

Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK

28 Şubat 2014, İzmir

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

Dokuz Eylül Üniversitesi

Editörler

Yrd. Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ

Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK

Yayın No : 09.7777.1003.000/DR.014.022.733

1. Baskı

İsteme Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi Kaynaklar Yerleşkesi Buca 35160 İZMİR

Tel: (232) 453 49 92 Faks: (232) 453 81 97 e-posta: denizturizmi2014@gmail.com

KAPAK VE DİZGİ: Öğr. Gör. Güven ŞENGÖNÜL

Basım Yeri : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

Basım Tarihi : 20 Şubat 2014

Basım Yeri Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

DEÜ Sağlık Yerleşkesi Mithatpaşa Cad. No: 1606 Balçova 35340 İzmir

Tel : 0(232) 412 33 40 - Fax : 0(232) 412 33 39

©Her hakkı saklıdır. Bu yayının tümü veya bir bölümü önceden izin alınmaksızın hiçbir şekilde çoğaltılamaz, basılıp yayımlanamaz, kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.

SUNUŞ

Türkiye, turistik arz potansiyeli dikkate alındığında, dünya ülkeleri arasında iddialı bir konuma sahiptir. Deniz-kum-güneş üçlüsünün Türk turizminde çekicilik açısından ne derece önemli olduğu özellikle kıyı şeritlerine olan talep dikkate alındığında daha da iyi anlaşılmaktadır. Birçok turistik ürün çeşidinin talep doğrultusunda şekillendiği görülmekte ve *Deniz Turizmi* de bu bağlamda dikkati çekmektedir. Buradan hareketle ilki 1998 yılında gerçekleştirilen 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu'nun amacı; doğal kaynakları ile büyük potansiyele sahip Türkiye'nin, yıllardır turistik gelir düzeyinde önemli rol oynayan turistik ürün çeşidi, deniz turizminin, dünyadaki eğilimler doğrultusunda, artılarını, eksilerini, fırsat ve tehditlerini tartışmak, sorunlara ayna tutarak, çözüm önerilerini ortaklaşa geliştirmek ve paylaşmaktır.

Kongrenin amacına hizmet edebilmesi amacı ile Sempozyum Konuları şu şekilde belirlenmiştir; a) Bilgi ve İletişim Teknolojileri, b) Dalış Turizmi, c) Deniz Çevresinin Korunması, d) Deniz Turizmi Eğitimi, e) Deniz Turizminde Emniyet ve Güvenlik, f) Deniz Turizmi İşletmeciliği ve Yönetimi, g) Deniz Turizmi Mevzuatı ve Politikaları, h) Deniz Turizmi ve Ulaştırma, i) Ekoturizm, j) İnsan ve Deniz Turizmi, k) Kıyı Bölgesi Yönetimi ve Yönetişim, l) Kruvaziyer Turizmi, m) Marina Yönetimi, n) Pazarlama ve Dağıtım Kanalları, o) Su Altı Arkeolojisi, p) Su Sporları, r) Su Ürünleri Turizmi, s) Sürdürülebilirlik ve Deniz Turizmi, t) Talassoterapi-Deniz Kürleri, u) Tarih ve Deniz Kültürü, v) Yat Turizmi. Konu başlıklarındaki çeşitlilik, 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı'nın içeriğini zenginleştirmiş olup bu kitap, siz değerli katılımcıların ve araştırmacıların ilgisine sunulmaktadır.

2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, 28 Şubat 2014 tarihinde Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi ve İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nün ev sahipliğinde; Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlüğü, Bilim Kurulu, Düzenleme Kurulu, Denizcilik Fakültesi Dekanlığı, İşletme Fakültesi Dekanlığı ve yine ev sahibi fakültelerin idari personeli, Sempozyum Bildirileri Kitabı'nın basımını üstlenen Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası destekleri ve katkıları ile İzmir'de gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda desteklerini esirgemeyen kişi, kurum ve kuruluşlara şükranlarımızı sunarız.

Sempozyumun değeri Bilim Kurulu'nun yoğun çalışmaları ile güçlenmiş; editörlüğünü Yrd.Doç.Dr.Gürhan Aktaş ile

Yrd.Doç.Dr.Oğuz Atık'ın yaptığı, dizgi aşamasında Öğretim Görevlisi Güven Şengönül'ün katkı sağladığı 2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı konu hakkında değerli çalışmaları bir araya getirmiştir.

2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, yoğun bir ekip çalışması ile ortaya çıkmış olup bu süreçte çabalarını ve özverilerini esirgemeyen ekip üyelerine teşekkürü borç biliriz.

Doç. Dr. Ebru Günlü
Yrd.Doç.Dr.Serim Parker
Düzenleme Kurulu Eş Başkanları

ONURSAL BAŞKAN

Prof. Dr. Mehmet FÜZÜN, Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörü

BİLİM KURULU ÜYELERİ

- Prof. Dr. A. Güldem CERİT**, Dokuz Eylül Üniversitesi (Başkan)
Prof. Dr. Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Asker KARTARI, Kadir Has Üniversitesi
Prof. Dr. Atila YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Bahar TANER, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DEMİR, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevat TOSUN, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŐ, University of Central Florida-Rosen College
Prof. Dr. Fusun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hakkı KİŞİ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Işın DENER, Çankaya Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim BİRKAN, Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. İge PIRNAR, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University
Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU, Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet YEŐİLTAŐ, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Meral KORZAY, Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat ÜNER, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer TUNA, Muğla Üniversitesi
Prof. Dr. Muhlis HALİS, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL, Virginia Tech University
Prof. Dr. Nazmi KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Nilüfer KOÇAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Okan TUNA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Oya AYTEMİZ SEYMEN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Saime ORAL, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Şeymus BALOĞLU, University of Nevada Las Vegas
Prof. Dr. Tamer BOLAT, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Adnan TÜRKSOY, Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Asım SALDAMLI, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç. Dr. Atilla AKBABA, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Avşar KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe BAŞ COLLINS, Bilkent Üniversitesi
Doç. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Beykan ÇİZEL, Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University
Doç. Dr. Durmuş Ali DEVECİ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ender ASYALI, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Işıl ÖZGEN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Medet YOLAL, Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet SARIŞIK, Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Metin TEBERLER, İstanbul Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Murat EMEKSİZ, Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Murat GÜMÜŞ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Murat Selim SELVİ, Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KALKAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa TEPECİ, Celal Bayar Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Osman ÇOLAKOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Sabah BALTA, Yaşar Üniversitesi
Doç. Dr. Selçuk NAS, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Soner ESMER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Zafer ÖTER, Katip Çelebi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Adil KORUYAN, Dokuz Eylül Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ali Cemal TÖZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Barış KULEYİN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Çağrı Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Çimen KARATAŞ ÇETİN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Derya Atlay IŞIK, Muğla Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Devrim YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Didem ÖZER ÇAYLAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ece ÖNCÜER, Adnan Menderes Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Emrah ERGİNER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. H. Rafet YÜNCÜ, Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Lütfi ATAY, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nurser GÖKDEMİR IŞIK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ozan AKSÖZ, Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Serdar AYAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Serim PAKER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yakın EKİN, Katip Çelebi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yusuf ZORBA, Dokuz Eylül Üniversitesi

DÜZENLEME KURULU

- **Eşbaşkan: Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ**
- **Eşbaşkan: Yrd. Doç. Dr. Serim PAKER**

- Doç. Dr. Burcu Selin YILMAZ
- Doç. Dr. Işıl ÖZGEN, Dokuz Eylül Üniversitesi
- Yrd. Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ
- Yrd. Doç. Dr. Ali Cemal TÖZ
- Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK
- Öğr. Gör. Güven ŞENGÖNÜL
- Araş. Gör. Burcu ÇELİK
- Araş. Gör. Cemile SOLAK
- Araş. Gör. Fevzi BİTİKTAŞ
- Araş. Gör. Remzi FIŞKIN
- Araş. Gör. Resul TEPE
- Araş. Gör. Volkan BAHÇECİ

PROGRAM

28 Şubat 2014

(DEÜ Denizcilik Fakültesi Çakabey Deniz Feneri Konferans Salonu)

09:00-09:30 Kayıt

09:30-10:30 Açılış Konuşmaları

- **Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ** - Sempozyum Düzenleme Kurulu Eşbaşkanı
- **Metin KALKAVAN** - İMEAK Deniz Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı
- **Emel ÇELİK** - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Deniz Turizmi Daire Başkan V.
- **Suat Hayri AKA** – T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı
- **Prof. Dr. Mehmet FÜZÜN** – Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörü

Plaket Töreni

10:30-12:00 Deniz Turizmi Paneli Başkan: Yrd. Doç. Serim PAKER

- **Ali Erkan BEZİRGAN** - Doğu Marinalar Yönetim Kurulu Üyesi
- **Yılmaz DAĞCI** – TURMEPA ve The Yacht Harbour Association Onursal Üyesi
- **Edhem DİRvana** – Bozburun Yat Kulübü
- **Savaş ERCAN** – MSC Gemi Acenteleri Koordinatörü
- **İlker MEŞE** – İMEAK Deniz Ticaret Odası Meclis Üyesi
- **Özgür SERT** - Port Akdeniz Liman İşletmesi Genel Müdürü

12:00-14:00 Öğle Arası

14:15-15:45 Oturum - 1A Başkan: Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN

- **Turizm Yazınında “Deniz Turizmi”nin Olgusal Gelişimi**
Gökçe Yasemin KOZAN - Dokuz Eylül Üniversitesi
Sami Sonat ÖZDEMİR – Balıkesir Üniversitesi
Ebru GÜNLÜ - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Türk Mutfağı Tarihinde Deniz Kültürünün Yeri ve Önemi**
Turgay BUCAK - Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Oğuz TAŞPINAR - Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
- **Türkiye’de Deniz Turizminde Antik Liman Kentlerinin Önemi ve Alternatif Turizm Önerileri**
Gülsüm TÜTÜNCÜ ESMER - Dokuz Eylül Üniversitesi
Osman ERKURT - 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği

- **Deniz Turizminin Dünü, Bugünü, Sürdürülebilirliği**
İpek SAPMAZ – İMEAK Deniz Ticaret Odası
M. Faruk OKUYUCU – İMEAK Deniz Ticaret Odası
- **Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi**
Osman ERKURT -360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği
Serim PAKER – Dokuz Eylül Üniversitesi

14:15-15:45 Oturum - 1B Başkan: Prof. Dr. Cevat TOSUN

- **Türkiye'nin Yat ve Kruvaziyer Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi**
İbrahim Alpay YILMAZ - Kırklareli Üniversitesi
Şule Aydın TÜKELTÜRK - Trakya Üniversitesi
- **Gulet Tatili ve Kadınların Gulet Tatili Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Araştırma**
Serim PAKER - Dokuz Eylül Üniversitesi
Özlem ÖZGEZMEZ - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Yat Satın Alma Kararında Yat Tipi Tercihi: IC Çeşme Marina Uygulaması**
Nur ÖZDELİBAŞ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Selçuk NAS - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Deniz Turizminde Yat Limanı Tercihini Etkileyen Faktörlerin Tespiti: Çeşme Bölgesi Yat Limanları Üzerine Bir Çalışma**
Buse COŞAR – Dokuz Eylül Üniversitesi
Selçuk NAS - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Kartondan Tekneler Yarışı**
K. Emrah ERGİNER - Dokuz Eylül Üniversitesi

15:45-16:15 Çay-Kahve Arası

16:15-18:00 Oturum - 2A Başkan: Prof. Dr. Vahap TECİM

- **Yatçılık ve Marinacılık Eğitiminde Uzaktan Eğitim Modeli**
Meryem AKOĞLAN KOZAK - Anadolu Üniversitesi
Gökçe YÜKSEK - Anadolu Üniversitesi
- **Yat Turizminde Yat Kaptanlığı Eğitimi Uygulaması ve Sorunları: İzmir Örneği**
Murat ÖZBEK - Dokuz Eylül Üniversitesi
Selçuk NAS - Dokuz Eylül Üniversitesi

- **Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlerin Uygulamasına Yönelik Talimatlar ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Uygulamaları**
Zeynep GÖÇMEN – İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Berna DOĞAN – İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- **Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetler: Bugünü ve Geleceği**
Murat ÖZBEK - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Dünyanın Bir Sınıfta En Kalabalık Katılımcı Sayısına Sahip Yelken Yarışı**
Gürbüz ARIKAN – Urla Yelken Kulübü, Türkiye Yelken Federasyonu
Aysun ATAY ARIKAN - Urla Yelken Kulübü
- **Urla Uluslararası Bağ Bozumu Optimist Yarışları**
Gürbüz ARIKAN - Urla Yelken Kulübü, Türkiye Yelken Federasyonu

16:15-18:00 Oturum - 2B Başkan: Yrd. Doç. Dr. Derya ATLAY IŞIK

- **Hızla Gelişen Dünya Turizminde Yeni Trend: Kruvaziyer Turizm**
Reha KILIÇHAN - Erciyes Üniversitesi
İbrahim İLHAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
- **Kruvaziyer Yolcuların Liman Alanında Satın Alma Davranışlarına İlişkin Bir Araştırma**
Görkem DİKEÇ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Yavuz BAYAR - Dokuz Eylül Üniversitesi
A. Güldem CERİT - Dokuz Eylül Üniversitesi
- **Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri ile Satın Alma Sıklıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**
Erdal ARLI - Kocaeli Üniversitesi
- **Çanakkale’de Dalış Turizmi ve Potansiyeli**
Turgay BUCAK - Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Senem Ezgi YILMAZ - Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
- **Türkiye ve Doğu Akdeniz Kruvaziyer Limanlarının Karşılaştırılması**
Ayfer ERGİN - İstanbul Üniversitesi
İpek EKER - İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi

- **Ziyaretçi Yatçuların Yat Limanlarını Tercih Etme Sebepleri: IC
Çeşme Marina Uygulaması**
Can AKALTAN – Dokuz Eylül Üniversitesi
Selçuk NAS - Dokuz Eylül Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
Turizm Yazınında “Deniz Turizmi”nin Olgusal Gelişimi Gökçe Yasemin KOZAN, Sami Sonat ÖZDEMİR, Ebru GÜNLÜ	1
Türk Mutfağı Tarihinde Deniz Kültürünün Yeri ve Önemi Turgay BUCAK, Oğuz TAŞPINAR	13
Türkiye’de Deniz Turizminde Antik Liman Kentlerinin Önemi ve Alternatif Turizm Önerileri Gülsüm TÜTÜNCÜ ESMER, Osman ERKURT	29
Deniz Turizminin Dünü, Bugünü, Sürdürülebilirliği İpek SAPMAZ, M.Faruk OKUYUCU	45
Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi Osman ERKURT, Serim PAKER	49
Türkiye’nin Yat ve Kruvaziyer Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi İbrahim Alpay YILMAZ, Şule AYDIN TÜKELTÜRK	63
Gulet Tatili ve Kadınların Gulet Tatili Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Araştırma Serim PAKER, Özlem ÖZGEZMEZ	81
Yat Satın Alma Kararında Yat Tipi Tercihi: IC Çeşme Marina Uygulaması Nur ÖZDELİBAŞ, Selçuk NAS	93
Deniz Turizminde Yat Limanı Tercihini Etkileyen Faktörlerin Tespiti: Çeşme Bölgesi Yat Limanları Üzerine Bir Çalışma Buse COŞAR, Selçuk NAS	111
Kartondan Tekneler Yarışı K. Emrah ERGİNER	125
Yatçılık ve Marinacılık Eğitiminde Uzaktan Eğitim Modeli Meryem AKOĞLAN KOZAK, Gökçe YÜKSEK	133
Yat Turizminde Yat Kaptanlığı Eğitimi Uygulaması ve Sorunları: İzmir Örneği Murat ÖZBEK, Selçuk NAS	149
Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlerin Uygulamasına Yönelik Talimatlar ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Uygulamaları Zeynep GÖÇMEN, Berna DOĞAN	169

Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetler: Bugünü ve Geleceği Murat ÖZBEK	189
Dünyanın Bir Sınıfta En Kalabalık Katılımcı Sayısına Sahip Yelken Yarışı Gürbüz ARIKAN, Aysun ATAY ARIKAN	209
Urla Uluslararası Bağbozumu Optimist Yarışları Gürbüz ARIKAN	217
Hızla Gelişen Dünya Turizminde Yeni Trend: Kruvaziyer Turizm Reha KILIÇHAN, İbrahim İLHAN	227
Kruvaziyer Yolcuların Liman Alanında Satın Alma Davranışlarına İlişkin Bir Araştırma Görkem DİKEÇ, Yavuz BAYAR, A. Güldem CERİT	247
Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri İle Satın Alma Sıklıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Erdal ARLI	277
Çanakkale’de Dalış Turizmi ve Potansiyeli Turgay BUCAK, Senem Ezgi YILMAZ	289
Türkiye ve Doğu Akdeniz Kruvaziyer Limanlarının Karşılaştırılması Ayfer ERGİN, İpek EKER	307
Ziyaretçi Yatçıların Yat Limanlarını Tercih Etme Sebepleri: IC Çeşme Marina Uygulaması Can AKALTAN, Selçuk NAS	323

TURİZM YAZININDA “DENİZ TURİZMİ”NİN OLGUSAL GELİŞİMİ

Gökçe Yasemin KOZAN¹

Sami Sonat ÖZDEMİR²

Ebru GÜNLÜ³

ÖZET

Turizm disiplini birçok disiplin ile ilişkili olduğundan multidisipliner bir alan olarak kabul görmektedir. Turizm olayının karmaşık, entegre yapısı zaman zaman kavramı başka disiplinler ile birlikte incelenmeye mahkum bırakmış-turizm sosyolojisi, turizm ekonomisi vb.- zaman zaman da olgunun farklı açılardan incelenmesini ve zengin içeriğini oluşturan turistik ürün çeşitlerinin ayrı ayrı araştırma konusu olmasına neden olmuştur. Deniz turizmi de turizm sektörünün temel bileşenleri olarak yıllarca yazında kabul gören deniz-güneş-kum üçlüsünden deniz bileşeninin önemini gözler önüne seren ve en popüler turistik ürün çeşidi olarak gündeme gelen yeni bir araştırma alanı olarak popülerlik kazanmaktadır. Bu çalışma, deniz turizminin ulusal ve uluslararası yazında günümüze dek süren gelişimini irdelemeyi ve konunun çok yönlü boyutuna dikkati çekerek deniz turizmine dikkati çekmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Deniz, Literatür, Turizm

GİRİŞ

Turizm yazınında sayısız kavram üzerine sayısız araştırma olduğu açıktır. Söz konusu araştırmalarda birbirinden farklı değişkenler arası ilişkileri inceleyen ampirik yoğunlaşmanın yanı sıra kuramsal çerçevenin oluşturulduğu yaklaşımlar da dikkati çekmektedir. Ancak turizm yazınında hangi konunun ne tür araştırmalarda ele alındığı, ne kadar sıklıkla gündeme geldiği ve ne tür alt başlıklara ayrıldığı irdelenmektense genelde ampirik araştırmalara

¹Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir
gokce.kozan@hotmail.com.

²Araş.Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balıkesir
ssonatozdemir@balikesir.edu.tr

³Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir
ebru.gunlu@deu.edu.tr

eğilim bir akım haline gelmiştir. Oysaki bir disiplinin gelişimi, hangi kavramların ön plana çıktığı, ilgili alanı anlayabilmek açısından önem arz etmektedir ve bu tür bir inceleme konunun genel görünümüne de ışık tutarak eğilimleri ortaya çıkarmak açısından gereklidir. Bu araştırmada da turizm yazınında deniz turizminin yeri irdelenmekte ve gerek ulusal gerekse uluslararası yazında alana özgü ele alınan kavramlar, konu başlıkları, kullanılan araştırma yöntemleri hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır.

Betimleyici nitelikte olan bu araştırmada Dünya’da ve Türkiye’de Deniz Turizmini konu alan ulusal ve uluslararası akademik çalışmaların özellikleri ortaya konulmaktadır. Günümüze kadar ‘*Deniz Turizmi*’ yazını bu çerçevede ele alana her hangi bir çalışmaya rastlanılmamaktadır (Kozak, 2000; 22). Bu bağlamda bu çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaktadır;

- ✓ Deniz turizmi yazınında yıllara göre yapılan çalışmalar nelerdir?
- ✓ Yapılan çalışmalarda konu ve araştırma yöntemi eğilimleri nelerdir?
- ✓ Ulusal ve uluslararası yayınlarda ne gibi benzerlikler veya farklılıklar bulunmaktadır?

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma kapsamında üniversitelerin kütüphanelerinin web sayfalarında, ulusal ve uluslararası veritabanlarında literatür taraması yapılmıştır. Taramada deniz turizmi kapsamında ele alınan konulara ait bazı anahtar kelimeler sınıflanmış ve söz konusu anahtar kelimeler aranmıştır. Bu anahtar kelimeler hem Türkçe hem de İngilizce karşılıkları dikkate alınarak, eşzamanlı şekilde Türkçe ve İngilizce olarak sorgulanmıştır. Söz konusu anahtar kelimeler;

a) Türkçe- Deniz Turizmi, Kıyı Turizmi, Kruvaziyer Turizmi, Dalış-Sualtı Turizmi, Yat Turizmi, Ada Turizmi, Su Sporları Turizmi, Su Ürünleri Turizmi,

b) İngilizce Sea- Marine-Nautical Tourism, Seaside-Coastal-Shoreline Tourism, Cruise Tourism, Diving-Underwater Tourism, Yacht-Sailing Tourism, Water-Aquatic -Surf-Angling Tourism, Island Tourism ve Aquaculture-Fishery Tourism’dir.

Ancak aşağıda yer alacak olan bulgular, araştırmacıların erişebildikleri kaynak ile sınırlı olmakta, bu kapsamda çeşitli nedenler -ulaşılabilirlik, olanaklar, zaman vb- ile ulaşılamamış kaynaklar

olabileceği de özellikle belirtilmelidir. Bu da araştırmanın kısıtı olarak değerlendirilmelidir.

Yapılan yazın taraması sonucu 250 adet çalışmaya ulaşılabilmektedir. Bulunan bu akademik çalışmalara yapısal özellikleri (konu, yöntem, yapım yılı vb.) bakımından yaklaşılmıştır (Çakıcı, 2013; 1432). Çalışmada Kozak (2000)'ın "*Türkiye'de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme*" adlı çalışmasında kullandığı inceleme yöntemi referans alınmıştır.

Kozak (2000), tarafından gerçekleştirilen çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da '*Deniz Turizmi*' yazının gelişimine katkı sağlayan iç faktörler incelemeye alınmıştır. Bu kapsamda, deniz turizmi yazınının gelişmesinde etkili olan ve "*içsel faktörler*" şeklinde adlandırılan unsurlar, bu çalışma kapsamında "*birincil faktörler*" ve "*ikincil faktörler*" olmak üzere iki ana grupta toplanmıştır. Birincil faktörler olarak; tezler, makaleler, bildirimler, kitaplar, istatistikler ve araştırmalar; ikincil faktörler olarak da, dergiler, akademik eğitim programları, kongre, sempozyum vb. toplantılar incelemeye alınmıştır. (Kozak, 2000; 22)

Araştırma Bulguları

Yapılan taramada '*Deniz Turizmi*' alanında yapılan akademik çalışmaların yeni bir çalışma alanı olduğu tespit edilmiştir. İnceleme kapsamında ulaşılan en eski çalışmanın Türkiye'de 1988, yurtdışına ise 1991 olduğu, yani alan araştırmalarının geçmişinin 25 yıla dayandığı görülmektedir. Son yıllarda ise yapılan çalışmaların arttığı gözlenmiştir. Yıllara göre çalışma sayıları aşağıda Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Yıllara Göre Deniz Turizmi Alanında Yapılan Araştırma Sayısı

1988	1	1998	12	2006	7
1991	1	1999	11	2007	8
1992	1	2000	1	2008	20
1993	2	2001	5	2009	17
1994	3	2002	9	2010	32
1995	3	2003	7	2011	27
1996	6	2004	5	2012	25
1997	3	2005	19	2013	25

Birincil Faktörler

Literatürde yer alan tezler, makaleler, bildiriler, kitaplar, istatistikler ve araştırmalar birincil faktörler kapsamında incelemeye tabi tutulmuştur (Kozak, 2000; 22).

Tezler

Alandaki ulaşılabilen akademik çalışmalar içerisinde tezlere bakıldığında, sayının yurtdışında 8, Türkiye’de ise 29 olduğu görülmüştür. Ulaşılan tüm araştırmalar içinde tezlerin payı %14.8 dir.

Türkiye’de hazırlanan tezlerin 19’u ‘yat turizmi’ konusunda iken, yurtdışında bu konuda ulaşılan tez bulunmamaktadır. Bulunan bu tezlerin içeriği genellikle bölgesel yat turizminin gelişmesindeki sorunlar ve geliştirilmesine yönelik önerilerdir. Ayrıca yat turizminin bulunduğu bölgeye ekonomik olarak katkısı ve sürdürülebilir turizm kapsamında ekolojik yat turizmi yaklaşımını inceleyen tezler de bulunmuştur. Ayrıca ulaşılan akademik çalışmalar içinde, Türkiye’de yapılmış ilk çalışmanın da 1988 yılında ‘yat turizmi’ konusunda bir yüksek lisans tezi olduğu görülmektedir.

Yat turizmi dışındaki konulara bakıldığında;

- ✓ Deniz turizmi konusunda Türkiye’den 1, yurtdışından 1;
- ✓ Kıyı turizmi konusunda Türkiye’den 4, yurtdışından 2;
- ✓ Kruvaziyer turizmi konusunda Türkiye’den 3, yurtdışından 2;
- ✓ Dalış turizmi konusunda Türkiye’den 1, yurtdışından 2;
- ✓ Su sporları turizmi konusunda Türkiye’den 0, yurtdışından 2;
- ✓ Ada turizmi konusunda Türkiye’den 1, yurtdışından 0 çalışmaya ulaşılmıştır.
- ✓ Su ürünleri turizmi konusunda ise hiç tez bulunmamaktadır.

Tezlerin içeriklerine bakıldığında, genellikle, belli bir bölgenin, konu alınan turizm bakımından gelişiminin incelendiği görülmektedir. Bölgesel kalkınma, gelişme olanakları ve sorunların incelendiği bu çalışmalarda varılan sonuçlar ışığında birtakım önerilerle o turizm çeşidinin canlandırılması amaçlanmaktadır. Bunun dışında seçilen konuya sürdürülebilir turizm açısından yaklaşımlarda bulunan araştırmalar ve konu hakkındaki tüketici algı ve tercihlerine yönelik yapılan araştırmalar da çalışılma sıklığı bakımından üst sıradadır.

Ulaşılan tezlerin 7 tanesi doktora (%18,9), 30 tanesi ise yüksek lisans tezidir (%81.1). Yöntemine ulaşılamayan tezler

bulduğundan tam yüzde vermek doğru olmasa da, çalışmaların genellikle içerik analizi ve durum tespiti olduğu gözlenmiştir. Ayrıca anket ve mülakat tekniklerinin kullanıldığı da görülmüştür.

Makaleler

Alandaki ulaşılabilen akademik çalışmalar içerisinde makalelere bakıldığında, en yüksek sayının bu kapsamda ortaya çıktığı görülmektedir. Ulaşılan makale sayısı yurtdışında 129, Türkiye’de ise 27’dir. Tüm araştırmalar içerisinde makalelerin payı %62,4’tür.

Makalelerin içerikleri incelendiğinde, ilk yıllarda daha genel konular üzerine eğilen kavramsal çalışmalara sık rastlanırken, özellikle 2010’lu yıllara gelindikçe değinilen konular daha ayrıntılı irdelenmiş özel konular ve uygulanabilir mikro araştırmalar olarak dikkati çekmektedir. 90’lı yıllar ve 2000’li yılların başında çoğunlukla, konu alınan turizm çeşidi ile ilgili (deniz, kıyı, kruvaziyer vb.) “*gelişimi ve katkıları*”, “*karşılaşılan sorunlar ve öneriler*”, “*bölgeye potansiyel etkileri*” gibi genel kavramsal çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Son yıllarda ise “*sürdürülebilirlik*”, “*ekoturizm*”, “*tüketici algısı ve tercihleri*”, “*pazarlama*” gibi konulara eğilim artmıştır. Aynı şekilde çalışma sayısı ve konusu arttıkça, araştırmaların yöntemleri de çeşitlenmiştir. Gözlenen yöntemler arasında; anket, mülakat, gözlem, deney, odak grup çalışması, amprik tahminleme, içerik analizi, lineer regresyon, swot analizi gibi yöntemler bulunmaktadır.

Erişilen makaleler arasında, yurtdışında yazılan makale sayısı en çok “*kruvaziyer turizmi*” konusunu ele alırken, Türkiye’deki çalışmalarda ilk sırayı “*kıyı turizmi*” konusu almaktadır. Ayrıca “*yat turizmi*” konusunu ele alan yurtdışında yapılmış akademik makaleye erişilemezken, Türkiye’de de “*su sporları turizmi*” konusunda çalışmaya erişilebilen kaynaklar arasında rastlanmamıştır.

Bildiriler

Alanda ulaşılabilen akademik çalışmalar içerisinde bildirilere bakıldığında, ulaşılan bildiri sayısı yurtdışında 14, Türkiye’de ise 25’dir. Tüm araştırmalar içerisinde bildirilerin payı %15,6’dır.

Bildirilerin yayımlandığı konulara bakıldığında, “*su sporları turizmi*” ve “*su ürünleri turizmi*” konularında hiç bildiriye rastlanmamış, “*dalış turizmi*” konusunda ise yalnızca Türkiye’de bir çalışma bulunmuştur. Ayrıca sahip olunan ada sayısı bakımından avantajlı konumda olan bir ülke olmamıza rağmen, Türkiye’de “*ada*

turizmi” ile ilgili bir bildiriye de ulaşlamamıştır. Bununla birlikte, Türkiye’de yapılan deniz turizmi alan çalışmalarının son yıllarda artmaya başlamasına rağmen, bildiri sayısının da çok düşük olmadığı görülmüştür.

Bildirilerin içeriğine bakıldığında yine daha çok durum tespiti yapılan kavramsal çalışmalar öne çıkarken, “*pazarlama*”, “*sürdürülebilirlik*”, “*çevresel etkileşim*” konuları da dikkati çekmiştir.

Kitaplar

Bu çalışmada toplam 16 adet deniz turizmi konularını ele alan kitaba ulaşılmıştır. Bunlardan 2 tanesi Türkiye’ye, 14 tanesi ise diğer ülkelere aittir. Tüm araştırmalar içerisinde kitapların payı %6.4’tür.

Türkiye’den ulaşılabilen 2 kitap da, İstanbul Ticaret Odası basımıdır. İlki 1999 yılında yayınlanmış olan, “*Sorularla turizm işletmeciliği ve yat turizmi el kitabı*” adında Çağrı Oluç tarafından hazırlanmış bir çalışmadır. Görüldüğü gibi, Türkiye’deki 90’lı yıllarda görülen yoğun “*yat turizmi*” konulu çalışmalara kitap olarak da bir ekleme yapılmıştır. Diğer kitap ise, Ahmet İncekara tarafından hazırlanan “*Dünyada ve Türkiye’de kruvaziyer turizmi*” adlı çalışmadır ve 2002 yılında yayınlanmıştır. Bu çalışmada da erken yıllara ait diğer farklı türdeki çalışmalarda görüldüğü gibi “*kruvaziyer turizminin geliştirilmesi, kruvaziyer turizminin dünyada ve Türkiye’deki yeri ve önemi*” gibi genel konular üzerinde durulmuştur.

Son yıllarda deniz turizmi konusunda hazırlanmış sayısı giderek artan farklı türde çalışmalara rağmen hiçbir kitaba rastlanmamış olması alandaki eksikliği göstermektedir.

Yurtdışında hazırlanmış olan kitaplara bakıldığında ise 14 kitaptan 7’sinin Büyük Britanya’dan çıkmış olduğu görülmektedir. Ulaşılan kitapların %50’sinin tek bir yerden çıkmış olması kayda değer bir orandır, bu durum Birleşik Krallığı’n deniz turizmi alanındaki çalışmalara olan ilgisini ortaya çıkarmıştır. Bunun dışında Yeni Zelanda, ABD, Hırvatistan, Kanada ve Almanya yayınlanan kitapların ait olduğu ülkeler arasındadır.

Bu kitapların konularına bakıldığında, çalışmaların çoğunun “*deniz turizmi*” ve “*kıyı turizmi*” konularında gelişim, etki ve yönetime ilişkin kapsamlı bilgi sağlayan, diğer turizm çeşitlerinden farkını ortaya koyan bilgiler içerdiği görülmüştür. Yine burada da “*sürdürülebilirlik ve ekoturizm*” ve “*iklim değişikliğinin etkileri*” gibi konular kitaplarda ele alınmış özel konular kapsamındadır. Ayrıca yine genel betimleyici bilgi ve gelişmeleri aktaran “*kruvaziyer*

turizmi”ni konu almış iki kitap da ulaşılan çalışmalar içerisinde yer almaktadır. Ayrıca “*ada turizmi*” konulu bir kitaba da ulaşılmıştır.

Bunların dışında, değinilmesi gereken ilgi çekici mikro konuları ele almış üç kitaba erişim sağlanmıştır. “*Marine Wildlife and Tourism Management: insights from the natural and social sciences*” adlı kitapta, “*deniz vahşi yaşam turizmi*” konu alınmış ve bu turizme olan talebin, katılımcıların özelliklerinin, deniz vahşi yaşam turizminin bireysel ve toplumsal açıdan sosyal ve ekonomik etkilerinin, deniz vahşi yaşam turizminin yönetiminin ve etik konuların incelendiği bir çalışma aktarılmıştır.

“*Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*” adlı kitapta, spor ve boş zaman aktivitesi amaçlı yapılan “*su sporları turizmi*” konusu ele alınmış, tüm su sporları bölümler halinde incelenmiş, sürdürülebilirlik açısından yaklaşımlar yapılmış ve söz konusu turizm çeşidinin geleceğine de değinilmiştir.

“*Extreme Tourism: Lessons from the World's Cold Water Islands*” adlı kitapta ise “*ada turizmi*” konusu, kuzey ve güney kutuplara yakın seçilen 14 tane adanın örnek incelemesi ile anlatılmış, ayrıca sonuçta soğuk ve ılık iklim adalarının turizm destinasyonları olarak karşılaştırılması yapılmıştır.

İstatistikler ve Araştırmalar

Deniz turizmi konusunda ulusal istatistik ve araştırmalara genel bir bakış yapıldığında bu alanda çok fazla gelişme olmadığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “*Yat istatistikleri*” yapılmaktadır. Burada her liman için ayrı ve ülke bazında toplu olarak, gelen yat sayısı, ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin uyuğu vb. gibi istatistikler tutulmaktadır.

Bunun dışında Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü ve İzmir Ticaret Odası, Bodrum Ticaret Odası gibi kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan “*Kruvaziyer istatistikleri ve araştırmaları*” mevcut bulunmaktadır. Bu çalışmalar sayesinde kruvaziyer turlarında sefer sayısı, ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin uyuğu, harcamaları gibi konuların istatistiklerine ve durum tespiti yapılan araştırmalara ulaşılabilmektedir.

Uluslararası kapsamda istatistik ve araştırmalara bakıldığında, çeşitli ülkelerde çalışmalara rastlanmıştır. Bu ülkelerde genellikle ulusal veya uluslararası çalışmalar yapan, çoğunlukla kar amacı gütmeyen, birlik, kuruluş, dernek gibi kurumların istatistik ve araştırma raporlarına ulaşılmıştır. Bulunan bu çalışmalar içerisinde

dikkat çeken bazı araştırmalar olmuştur. Avrupa Komisyonunun, Avrupa Birliği bölgeleri dahilinde deniz - kıyı ulaştırması ve turizmi ile ilgili araştırma ve istatistikleri dikkate değerdir. “*The Florida-Caribbean Cruise Association*” adlı örgütün 2011 yılında gerçekleştirdiği “*Cruise Industry Overview*” adlı çalışma da kruvaziyer endüstrisini ayrıntılı inceleyen bir rapor sunmuştur. “*Center on Ecotourism and Sustainable Development*” adlı örgütün, “*Global Trends in Coastal Tourism*” isimli çalışması da 2007 yılında yapılmış ve kıyı turizmi alanında kapsamlı bilgiler sunmuştur. Uluslararası çalışmalar arasında, verilen örnekler gibi örgütler tarafından yapılmış çeşitli araştırmalara ulaşmak mümkündür.

İkincil Faktörler

İkincil faktörler olarak, kongre, sempozyum vb. toplantılar, akademik süreli yayınlar, akademik eğitim programları incelemeye alınmıştır (Kozak, 2000; 31).

Kongre, Sempozyum vb. Toplantılar

Deniz turizmi alanında yapılan en önemli uluslararası kongre “*International Congress on Coastal and Marine Tourism*” dir. İlki 1990’da yapılan kongrenin ilk 4’ü dört ve altı yıllık aralıklarla yapılmışken, son üç kongre ise iki veya üç yıllık aralıklarla gerçekleşmiştir. Son yıllarda artan çalışmalara oranla kongre tarihlerinin de sıklaşmış olduğu görülmektedir. Ayrıca deniz turizmine yönelik çalışmaların sunulması konusunda önemli bir yeri olan bu kongrenin biri de 2005’de Türkiye’de Dokuz Eylül Üniversitesi ev sahipliğinde yapılmıştır.

Ayrıca ulaşılan bildirilerin sunulduğu uluslararası kongreler arasında “*World Congress on Coastal and Marine Tourism*” ve “*International Symposium on Coastal and Marine Tourism*” kongreleri de bulunmaktadır.

Deniz turizmi konusunda ulusal kongrelere bakıldığında ise yalnızca 1998 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi tarafından yapılan “*1. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu*” bulunmaktadır. Türkiye’de deniz turizmi alanında yapılan çalışmaların teşvik edilmesi, değerlendirilmesi ve sunulması açısından oldukça önemli olan bu sempozyum, ilk yapıldığı tarih itibariyle dünyanın çok gerisinde olmadığını da bir göstergesidir. Ancak 2014 yılında ikincisi düzenlenen bu sempozyuma da 15 yıllık bir ara verilmiştir.

Akademik Süreli Yayınlar

Ulaşılan 156 makalenin yayınlandığı dergilere bakıldığında, “*Journal of Sustainable Tourism*” ve “*Ocean&Coastal Management*” dergilerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmüştür. Ayrıca “*Annals of Tourism Research*”, “*Tourism and Hospitality Management*” ve “*Tourism Geographies*” dergilerinin de sıkça görüldüğü gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, dünyada turizm ve ilgili alanlarında yayımlanan akademik dergiler arasında giderek daha fazla ön plana çıkmakta olan (Kozak, 2000) uluslararası yayım yapan Türkiye dergisi “*International Journal of Tourism Research*”de araştırmalarda ulaşılan akademik dergilerdendir. Öte yandan 2004 yılından bu yana yayımlanan “*Tourism in Marine Environments*” adlı hakemli dergi bu alanda dikkati çekmektedir.

Ulaşılan makalelerin bir kısmı da turizm ve denizcilik alanları dışındaki dergilerde yayımlanmıştır. Bunlar ise konu itibariyle; işletme, yönetim, ekonomi, ekoloji, coğrafya ve çevre gibi bilimleri esas alan dergiler olmuştur. Ayrıca ulusal makalelerin üniversitelerin sosyal bilimler dergileri tarafından yayımlandığı da gözlemlenmiştir.

Akademik Eğitim Programları

Türkiye’de deniz turizmi konularında sadece Dokuz Eylül Üniversitesi’nde lisansüstü programlar bulunmaktadır. Bunlar; “*Deniz Turizmi Yüksek Lisans*” ve “*Deniz Turizmi ve Yat Kaptanlığı Yüksek Lisans*” programlarıdır. Türkiye’nin konumu ve potansiyeli düşünüldüğünde program sayısının artırılması gerektiği düşünülebilir.

Yurtdışında ise “*Coastal and Marine Tourism*”, “*Coastal, Marine and Water-Based Tourism*” gibi master programları bulunmaktadır.

SONUÇ

Turizm sektörünün başlıca unsurlarından biri olan deniz faktörünün ortaya çıkardığı bir turizm çeşidi olan “*deniz turizmi*”, gün geçtikçe sektörde daha fazla önem kazanmaktadır. Bu çalışmada da deniz turizmi konusundaki ulusal ve uluslararası akademik çalışmaların özelliklerini genel bir bakış açısıyla ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan literatür taramasında, ulusal ve uluslararası toplam 250 adet akademik çalışmaya ulaşılmıştır.

Ulaşılan bu çalışmalar, literatürün gelişmesine katkıda bulunan “iç faktörler” kapsamında “birincil” ve ikincil” olmak üzere

iki ana başlık altında incelenmiştir. Birincil faktörler, tez, makale, bildiri, kitap, istatistik ve araştırmaları içerirken; ikincil faktörler ise kongre, sempozyum vb. toplantılar, akademik süreli yayınlar ve akademik eğitim programlarıdır.

Yapılan bu çalışmanın sonucuna kısaca değinmek gerekirse, deniz turizmi akademik çalışmalarının geçmişinin yirmi beş yıl önceye dayandığı görülmektedir. Başlarda çok sık olmayan çalışmalar, deniz turizmi popülerliğini arttırmaya başladıkça artış göstermiştir. Deniz, turizm sektörünün ana etmenlerinden birisi olmasına rağmen, bu turizm çeşidi alanındaki çalışmaların son senelerde yoğunluk kazanması, sektör için dikkat çekici bir eksikliklerdir.

Bulunan akademik çalışmalara bakıldığında en fazla hazırlanan çalışmanın makaleler olduğu görülmüştür. Deniz turizminin hemen her alanında, hem genel konulara değinen hem de özel bazı alt başlıklara göre hazırlanan çalışmalara rastlamak mümkündür. Bildiriler sıklık bakımından ikinci sırada gelmektedir. Deniz turizmi alanında düzenlenen ve yinelenen ve yinelenen ve sempozyumlar sayesinde bu sayının giderek artacağı tahmin edilebilir. Bildirilerde daha çok genel konuların kavramsal açıdan işlendiği dikkat çekmiştir, ancak son yıllarda mikro konulara yönelim de görülmüştür. Bulunan tezlerle bakıldığında ise bu alanda tez çalışmasının çok düşük olduğu, sadece deniz turizminin bir çeşidi olarak kabul edilebilecek olan “yat turizmi” konusunda bir dönem çok sık ulusal tez yapıldığı görülmüştür. Yat turizmi dışındaki konuları konu edinen tezlerin tüm çalışmalar içinde %14’lük bir oranda kalmasının, deniz turizmi adı altında akademik eğitim programlarının fazla olmayışından kaynaklandığı düşünülebilir. Yine kitaplara bakıldığında da, Türkiye’de bu alanda sadece 2 tane, uluslararası taramada ise 14 kitaba ulaşılmıştır. Deniz turizmi açısından çok avantajlı konumda bir ülke olmamıza rağmen, özellikle ulusal anlamdaki eksiklik dikkat çekicidir.

İkincil faktörler olarak sınıflandırılan kongre, sempozyum vb. toplantılar, akademik süreli yayınlar ve akademik eğitim programları kapsamında, deniz turizmi alanına karşı çok fazla eğilim olmadığı, son yıllarda hareketlenmeye başladığını söyleyebiliriz. Son yıllarda yapılmaya başlayan ulusal ve uluslararası toplantıların yapılma sıklıkları da giderek artmaktadır. Tüm bu toplantıların alan çalışmalarına büyük katkı sağlayacağı kesindir. Bu nedenle alan içinde önem kazanması beklenmektedir. Akademik süreli yayınlarda, spesifik olarak deniz turizmi konulu bir dergiye rastlanmamıştır. Bu alandaki çalışmaların çoğunlukla turizm alanındaki ve denizcilik alanındaki dergilerde yayımlandığı görülmüştür. Ayrıca işletme,

yönetim, coğrafya gibi deniz ve turizm yönetimi ile ilgili dergiler de bu çalışmalar için uygun görülmektedir. Deniz turizmi alanında Türkiye’de sadece tek bir üniversitede akademik eğitim programı bulunmuştur, ayrıca uluslararası alanda da çok yaygın değildir. Bunun sonucunda da yukarıda da belirttiğimiz gibi bu alandaki tez çalışmalarının sayısı beklenenin altında kalmıştır. Akademik eğitim programlarının bir alandaki akademik çalışmalara çok büyük katkısı olduğu düşünülünce, bu alandaki eksikliğin de giderilmesi sektörün kazanımı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Baldacchino, G. (2011). *Extreme Tourism: Lessons from the World's Cold Water Islands*, Routledge, Kanada.
- Higham, J. ve Lück, M. (2008). *Marine wildlife and tourism management: insights from the natural and social sciences*, CABI Publishing, Birleşik Krallık.
- Jennings, G. (2007). *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*, Elsevier Inc., Birleşik Krallık.
- Çakıcı, A.C. ve Yıldırım, O. ve Karacaoğlu, S. (2013) “*Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili*”, 14.Ulusal Turizm Kongresi. 05-08 Aralık 2013. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Erdoğan, U.E. ve Çağiltay, K. (2009) “*Türkiye’de Eğitim Teknolojileri Alanında Yapılan Master ve Doktora Tezlerinde Genel Eğilimler*”. Akademik Bilişim’09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. 11-13 Şubat 2009. Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.
- Kozak, N., (2000) “*Türkiye’de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme*”. Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 1, Sayı 1. Aralık 2000. s:15-55.
- Bodrum Ticaret Odası. *Veri Setleri Serisi*
<http://www.bodto.org.tr/pdf/istatistik/kruvaziyer.pdf> Erişim Tarihi: 20.01.2014.
- Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü. *Kruvaziyer İstatistikleri*.
https://atlantis.denizcilik.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.asp
Erişim Tarihi: 20.01.2014.

Center on Ecotourism and Sustainable Development. *Global Trends in Coastal Tourism*. http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Global_Trends_in_Coastal_Tourism_by_CESD_Jan_08_LR.pdf Erişim Tarihi: 20.01.2014.

European Commission – Eurostat. *Coastal region statistics*. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Coastal_region_statistics#Coastal_tourism Erişim Tarihi: 20.01.2014.

The Florida-Caribbean Cruise Association. *Cruise Industry Overview*. http://www.f-cca.com/downloads/2011-overview-book_Cruise%20Industry%20Overview%20and%20Statistics.pdf Erişim Tarihi: 20.01.2014.

TÜRK MUTFAĞI TARİHİNDE DENİZ KÜLTÜRÜNÜN YERİ VE ÖNEMİ

Turgay BUCAK¹
Oğuz TAŞPINAR²

ÖZET

Bir toplumun mutfak kültürünün oluşmasında en önemli faktörlerden biri, yer aldığı coğrafi konumudur. Toplumların mutfağının içerisinde deniz kültüründen bahsedebilmemiz için öncelikle denize kıyısının bulunması gerekmektedir. Bu bağlamda, Türk mutfağında deniz kültürünün oluşması, Osmanlı'nın Ege denizine, Akdeniz'e ve Karadeniz'e komşu olmasından sonra gerçekleşmiştir.

Günümüz Türk mutfağı içerisinde deniz ürünleri azımsanmayacak bir yere sahiptir. Bu da Türk mutfağının zenginliğini ve dünya mutfakları arasında ilk sıralarda yer almasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca deniz kültürünün Türk mutfağına girmesi ile sağlıklı beslenme açısından da Türk mutfağı ön plana çıkan mutfaklar arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada, deniz kültürünün Türk mutfağını tarihten günümüze nasıl etkilediği ve ne gibi boyutlar kazandırdığı araştırılmıştır. Türk mutfağındaki deniz ürünlerinin nerelerden temin edildiği, nasıl hazırlandığı, sunulduğu ve servis edildiği konuları üzerinde durulmuştur. Çalışma, boğaz kenti olan ve deniz ürünlerinin bol miktarda bulunduğu Çanakkale'de yapılmıştır. Böylelikle bu çalışmayla, köklü bir geçmişe sahip Türk mutfağında, deniz kültürünün yeri ve önemi ortaya konulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Deniz Kültürü, Deniz Ürünleri, Türk Mutfağı.

TÜRK MUTFAĞI VE DENİZ KÜLTÜRÜ

Bir toplumun mutfak kültüründen bahsetmek için öncelikle o coğrafyanın kültürünü değerlendirmek gerekmektedir. Mutfak kültürünü, bulunduğu coğrafyanın yapısı, dini, dili, yaşam şekli ve örf-adet gelenekleri şekillendirmektedir. Bu doğrultuda hazırlanan yemekler özgün bir hal alır ve dünya mutfakları arasında yaşamını sürdürür. Toplumun kültürünü mutfağın her alanında görmek mümkündür.

¹ Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, tbucak@yahoo.com

² Öğr. Gör. Oğuz TAŞPINAR, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Ayvacık M.Y.O., Çanakkale, oguztaspinar@comu.edu.tr

Her topluluk ve toplum özgün bir yemek kültürüne ve elbette bunun uzantısında bir mutfak kültürüne sahiptir. Ancak dünya üzerinde yaşayan toplumların bazıları, doğanın kendilerine bahsettiği ürünleri öylesine işlemişlerdir ki bu onların yemek kültürlerini bir ihtiyacın ötesinde, bir estetik değer, bir zevk ve sanat ürünü haline getirmesine sebep olmuştur (Akkor ve Çakmakçı, 2013: 112).

Türk mutfağında kastedilen, çağlar boyunca üç kıtada yaşam süren Türklerin, damak zevkinin oluşturduğu bütün bir kültürdür. Aynı zamanda Türk mutfağı dünya mutfakları arasında lezzet yarışında ilk akla gelen mutfaklardandır. Türk mutfağının çok yönlü yapısı, yani geniş bir coğrafyaya yayılmış olması, çeşitli kültürlerle iç içe geçmesi, ekolojik yapı ile olan ilişkileri, tarih içindeki siyasal ve sosyal yapıdaki konumu henüz yeni ele alınmaya başlayan konulardır. Maalesef bu mükemmel mutfak sanatının bazı nüansları kaybolmaktadır veya kaybolma tehlikesi altındadır.

Günümüz Türkiye'sinin değişen sosyal yapısı içerisinde, mutfak kültüründe de belirgin bir biçimde değişim görülmektedir. Bu değerli hazinenin yok olmasını engellemek gerekir. XI. yüzyılın iki büyük Türk yazarı, Yusuf Has Hacib ve Kaşgarlı Mahmud, hemen hemen her konuda olduğu gibi Türk mutfağı konusunda da çok ayrıntılı bilgiler aktarmışlardır. Yusuf Has Hacib, daha çok ziyafet sofralarının hazırlanması ve bu sofralarda nelerin nasıl ikram edilmesi gerektiği konuları üzerinde durmuştur. Ayrıca XI. yüzyıl Türk sofra adabı ile gençlikte ve yaşlılıkta, yemek yerken dikkat edilmesi gereken noktalara vurgu yapmıştır. Kaşgarlı Mahmud ise XI. yüzyıl Türk mutfağını hem mekan hem de içindeki maddi kültür eşyası ile tanımlarken, çeşitli yemeklerin ve içkilerin nasıl yapıldıkları konusunda, zaman zaman oldukça teferruata varan bilgiler vermiştir (Turkish Cuisine, 2013).

TÜRK MUTFAĞINDA DENİZ KÜLTÜRÜ

Osmanlı İmparatorluğu, büyük bir coğrafyada hakimiyet sürmüştür. Birçok medeniyetin ev sahipliğini yapan bu bölgede, denizin varlığı büyük önem arz etmektedir. Deniz, gerek toprak bütünlüğünü korumak, gerekse sosyo-ekonomik yapı için etkin bir role sahiptir. Bu durum toplumun kültürünün gelişmesi ve şekillenmesine yardımcı olmaktadır. Bir toplumun kültürünün, yenilen yemeklere yansıdığı düşünüldüğünde denizle harmanlanmış bir kültürün mutfağında deniz ürünleriyle karşılaşmamak kaçınılmazdır. Osmanlı İmparatorluğu, denizi her alanda en iyi şekilde kullanmıştır. Osmanlı, denizden sadece savaş alanı olarak değil ekonomisini geliştirmek, yani ticaret yapmak amacıyla da fazlasıyla yararlanmıştı.

Deniz ticaret yollarıyla, dünyanın birçok ülkesiyle ekonomik anlaşmalar yaparak ticaretini geliştirmiş ve zengin bir imparatorluk haline gelmiştir. Denizin bu kadar önemli olduğu bir dönemde, denizden çıkan ürünlerin Osmanlı mutfağında geniş yer tutması kaçınılmazdır. İmparatorluğun üç tarafının da denizlerle çevrili olması ve çok sayıda akarsu ve göllerin yer alması, su ürünlerinin çeşitliliğini dolayısıyla deniz mutfak kültürünün zenginleşmesini sağlamıştır (Yerasimos, 2005).

Bu kadar çok su ürününün yer aldığı coğrafyada pişen birçok yemek balıklarla şekillenmiştir. Osmanlı mutfağı olarak nitelendirilen Saray Mutfağı bu durumun en büyük ispatçısıdır. Hanedan için haftanın çoğu gününde deniz ürünleriyle hazırlanmış yemeklerin hazırlanması ya da verilen törenlerde, ziyafetler ve davetlerin menülerinde deniz ürünlerini görmemiz mümkündür. (<http://osmanliansiklopedisi.blogspot.com/2012/07/topkapsaray.html>).

Türk Deniz Mutfak Kültürü ve Dil

Osmanlı İmparatorluğu'nun, farklı coğrafyadan birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması, kullandığı dillerden ve lehçelerden anlaşılmalıdır. Bu durum, Osmanlı mutfağını oluşturan yemek isimlerinde de çokça görülmektedir. İmparatorluğun denizlerle, akarsularla ve göllerle çevrili olması ve bunların bulunduğu yerlerin kültürel farklılıkları, balıkların farklı anlamlarda isimlendirilmesine sebep olmaktadır (Eren, 1974:216). Bunlara örnek olarak aşağıdaki balık isimleri gösterilebilir:

Hamsi: Karadeniz mutfağının vazgeçilmez bir ürünü olan bu balığın ismi Yunanistan'da **χάμψι** olarak kullanılmaktadır.

Lüfer: Türk mutfağının birçok balık yemeklerinde yer alan lüfer, eski Yunancada **louphári** olarak bilinmektedir.

Levrek: Anadolu'nun en eski halklarından Luviler ve onlardan sonra bugünkü Muğla ili sınırlarına hakim olan Karialılar'dan gelmektedir. Karialılar çift yüzlü ünlü baltalarına "labriks" demektedir. Antik Luvi ve Karia dilinde labrik balta demektir (<http://www.tdk.gov.tr>).

Ayrıca çipura, uskumru, palamut Türk mutfağının vazgeçilmez deniz ürünleridir. Dil kökenine baktığımızda ise Yunanca'dır. Bu kadar çok deniz ürünü bulunup, isimlerinin Türkçe dışındaki bir dilden türemiş olması bile Türk deniz mutfağının zengin bir temel üzerine kurulduğunun ispatıdır. Bu durum Türk mutfağının, Yunan mutfağının bir kopyası olarak değil, yüzyıllar boyunca birlikte yaşamış iki kültürün ortaklıkları olarak düşünülmelidir. Diğer bir

deyişle Türk deniz mutfağında yemek dilinin ağırlıklı olarak Yunanca kelimelerden geldiğini söylemek mümkündür. (Eren, 1974:222).

Türk Deniz Mutfak Kültürü ve Din

Türkler Müslüman olduktan sonra, yaşam biçimlerini değiştirmeye ve İslamiyet'in uygun gördüğü biçimde yaşamaya başladılar. Bu durum toplumun birçok alanında kendini gösterdiği gibi yemek kültürünün belirlenmesinde de etkili rol oynamıştır. İnsanlar yedikleri yemeklerin İslamiyet açısından herhangi bir sakıncası olup olmaması konusunda titiz davranmaktadır. Toplumda yemekte yenebilecek ürünler genel olarak 'haram' ve 'helal' olarak ikiye ayrılmaktadır (Demirbaş, 2005:5).

İslamiyet, yenilebilecek hayvanlar konusuna açıklık getirmekle kalmamış, aynı zamanda su ürünleri hakkında da emir ve yasaklarını açıkça belirtmiştir. Bu konuda Kur'an-ı Kerim yol gösterici olmaktadır. Bu bağlamda Kur'an-ı Kerim'de su ürünleri hakkında temel oluşturan ayetlerden bazıları şunlardır (Halıcı, 1997: 67-65):

“Deniz avı ve onu yemek size ve (yeryüzünde) dolaşanlara bir yarar olarak helal kılındı” (Maide, <http://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir.html>). Kasaplık konusunda, deniz ürünlerinde mezhepler arasındaki uygulamada farklılıklar bulunmaktadır. Bu bağlamda İslâm mezheplerinden sınırı en fazla geniş tutan Malikiler olup su ürünleri ile ilgili ayetlerin genel nitelikte olması nedeniyle istisnasız tüm deniz ürünlerinin tüketilmesine izin vermişlerdir ([http://tr.cyclopaedia.net/wiki/ Abdullatif_Ba%C4%9Fdadi](http://tr.cyclopaedia.net/wiki/Abdullatif_Ba%C4%9Fdadi)).

Mezheplerden sınırı en dar tutan Hanefiler olmuşlardır. Hanefi mezhebine göre, deniz ürünlerinden yalnızca daima suda yaşayan ve su içinde hayatını devam ettiren her nevi balık türleri tüketilebilir. Balık olması kaydıyla, yılan balığı dâhil her türlü balığın tüketilmesine izin verilmiştir. Balık dışındaki deniz ürünlerinden çirkin görülen yengeç, midye, istiridye, köpek balığı, ıstakoz, kurbağa tüketimine ise izin verilmemiştir. Suda kendi kendine ölüp, su yüzüne çıkan balıklar yenmez. Ancak soğuktan ölen veya avcı kuşlar tarafından yaralanarak öldürülen balıkların etleri yenir (Sevinç, 1997:179).

Osmanlı'nın gerçekleştirdiği her faaliyeti, İslam kuralları doğrultusunda şekillendirmesi, mutfağının da bu yönde oluşmasına sebep olmaktadır. Bundan dolayı Türk deniz mutfağı, İslamiyetin uygun gördüğü deniz ürünlerinden oluşmaktadır. Hazırlanan, servis

edilen deniz yemekleri, coğrafyada hâkim olan mezheplerin izlerini taşımaktadır (Öktem, 2002: 209).

Türk Deniz Mutfak Kültürü ve Toplum Kuralları

Bir toplumun kendisine ait olan örf-adet ve gelenekleri, o toplumun mutfak kültürüne de yansımaktadır. Sokaklarda yemek yememek, yemeğe önce büyüğün başlaması, toplu yemeklerde herkes kalkmadan yemekten kalkmamak gibi birçok örf-adet bulunmaktadır. Bu durum, “Türk Deniz Mutfak Kültürünü” şu boyutlarda şekillendirmektedir. Öncelikle av yapılan yerlerde avlanan balıkların hepsi avlayan kişiye ait değildir. Balıklar, hangi deniz, akarsu ya da gölde avlandıysa o bölgenin halkına tutulan balıkların üçte biri dağıtılmaktadır. Çünkü deniz, akarsu ya da göl avcıya ait değildir. O bölgedeki diğer kişiler de oralardan yararlanmaktadır. Kısaca o insanların bu yerlerde hakkının olduğu düşünülerek, avcı bölgenin yetkilisine, halka dağıtması için avladığı balıklardan verirdi (Güler, 2008:7).

Diğer bir alışkanlığımız, avlanan ya da satın alınan balıkların arasından en büyüğünü evin en yaşlısına servis edilmesidir. Bu durum toplu yemeklerde de geçerlidir. Eğer hacimce büyük balık başkasına servis edilirse, bu durum kişiye saygısızlık olarak kabul edilmektedir. Her masada her kişi için balık kılçıklarında kullanılacak boş bir tabak bırakılır ve ayrıca masada parmakları ıslatmak için su dolu bir kâse bulunur. Çünkü gerek toplu yemeklerde gerekse aile içinde balığı elle yemek yanlış bir davranış olarak karşılanmamaktadır. Aksine tutulan balığa karşı bir saygı olarak görülmektedir (Tezcan, 1993,56).

Türk deniz mutfağının, bu denli zengin ve çeşitli olmasında avlanan deniz ürünlerinin sürdürülebilirliği için gösterilen çaba etkili olmaktadır. Belli boyutlara gelmemiş deniz ürünleri avlanmaz, eğer toplu avlarda yakalanırsa tekrar suya geri gönderilirdi. Bu durum deniz ürünlerinin neslinin devam etmesine ve çeşitlenmesine sebep olmaktadır. Bu doğrultuda sofralarda sunulan deniz ürünleri zenginleşerek yok olmaması sağlanmaktadır (www.turkish-cuisine.org/articles.php?Pages= Articles).

Yukarıda da belirtildiği gibi deniz ürünleri Osmanlı Mutfağı için vazgeçilmez lezzetler arasındadır. Hatta 1502 yılında çıkarılan ‘*Kanunname-i İhtisab-ı Bursa*’ da balık ve balıkçılar üzerine maddeler bulunmaktadır. Bu maddeler: *Balıkçılar, bilirkişiler ve şehir halkı toplanıp eski kanunları sorulduğunda şu anlaşıldı ki, geçmişte bir yük balığı iki akça (vergi) verdiklerinden sonra koyun eti narhı iki yüz elli dirhem bir akçaya olduğu tarihte sazan balığının bir okkası bir*

akçaya, yayın balığının beş yüz dirhemi, tuz balığının altı yüz dirhemi, İznik'in akbalığının okkası bir akçaya idi dediler. Bundan böyle bu şekilde karalaştırıldı. Fakat bugüne kadar buna göre işlem yapılmazdı. Değişikliğin nedeni belli. Dört beş yıl var ki balığın her yüküne adı geçen iki baş akçasından başka on beş akça daha karalaştırılıp konulmuştur. Bundan böyle yalnız baş akçasını verin. Sonradan konulanı vermeyin. Eski narh üzerine satın denildikten önce buna taraftar olmuşlardı. Sonradan kabul etmeyip yine eksik satarlar (Akkor ve Çakmakçı, 2013: 20). Anlaşıldığı gibi balık üzerine ilk düzenlemeler Osmanlı İmparatorluğu tarafından yapılmıştır. Günümüzde ise bu durum şu şekilde açıklanmaktadır (Tarım Bakanlığı, 2013):

Madde 1- (1) Denizlerimizde ve iç sularımızdaki doğal yaşam alanlarının korunması, buralarda bulunan su ürünleri kaynaklarımızdan amatörce yararlanılması, sorumlu ve sürdürülebilir avcılık için balıkçılığın belirli kurallar çerçevesinde yapılmasının sağlanması amacıyla, 22/3/1971 tarihli 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan Su Ürünleri Yönetmeliği'nin 6 ncı maddesi gereğince, 1/9/2006- 31/8/2008 tarihleri arasında geçerli olmak üzere Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nca, belirtilen yasak, sınırlama ve yükümlülükler getirilmiştir.

Türk Deniz Mutfak Kültüründe Saklama Yöntemleri

Türk deniz mutfağında önemli bir yere sahip olmaları nedeniyle balıkların muhafazası da önemlidir. Balıklar çok çabuk bozulabilmekte ve raf ömürleri çok kısa olmaktadır. Bu durum balıklı yemekleri hazırlarken üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Balıkların tazeliğinin ve lezzetinin kaybedilmemesi için bir takım yöntemler kullanılmaktadır. Geçmişten günümüze kadar kullanılan em önemli yöntemler: tuzlama, tütsüleme ve kurutmadır (Akkor ve Çakmakçı, 2013:52).

Tuzlama

Tuzlama, su ürünlerinin tuz ile işleme geçirilmesidir. Balığın içine tuzun girmesi ile bir miktar su dışarı çıkar, böylece ette bulunan su miktarı azalır. Bu azalma bakteri üremesini olumsuz yönde etkiler ve bozulmayı geciktirir. Tuz aynı zamanda dezenfektan maddedir. Tuz bakterinin yapısını bozar ve ölümüne sebep olur. Tuzlama kuru ve salamura olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır (Gökoğlu vd., 1994).

- Kuru tuzlamada balığın üzerine kuru tuz serpilmesiyle tuzun ete geçmesi ve suyun dışarı çıkması sağlanır.

- Salamura tuzlama ise balıklar temizlendikten sonra istenilen oranlardaki tuz çözeltilerine konulmasıdır.

Türk deniz mutfağında özellikle salatalar ve mezelerde bolca kullanılan tuzlanmış balıklar, belli boyutlarda, belli aralıklarla kesilmiş ya da belli bir uzunlukta olan balıklardır. Tuzlanan balığa göre servis şekli olan başlıca deniz ürünleri; palamut, torik, uskumru, orkinos, hamsi ve sardalyedir (Bilgin, 2003).

Tütsüleme

Tütsülenmiş balık, kışın yaprağını döken sert ağaçların odun talaşı ile elde edilen duman içerisinde belirli tekniklerle tuzlanmış taze balıkların bekletilmesiyle elde edilen ürünlere denir. Dumanlama ile ürünün saklama süresi uzadığı gibi duman bileşenlerinin ürüne verdiği aroma ile de değişik bir lezzet kazandırır. Tütsüleme teknolojisinde prensip; balığın içerdiği suyun bir kısmının uzaklaştırılması ve dumandaki bakterisid maddelerin balığa geçişini sağlayarak mikroorganizmaların gelişmelerini önlemektir (Gülyavuz ve Ünlüsayın, 1999).

Gıdaların tütsülenerek saklanması, bilinen en eski gıda muhafaza yöntemlerinden birisidir. İnsanların ateşi kullanmaya başlamasından itibaren gıda maddelerinin tütsülenmesi ve kurutulması mümkün olmuştur. Arkeolojik bulgular 90.000 yıl önce gıdaların hazırlanmasında tütsünün kullanıldığını göstermektedir (Ertaş, 1998: 58). Ancak modern anlamda işlemin ilk defa ortaçağda ringa balıklarına uygulandığı bilinmektedir. Tuzlanan ve tütsülenen ringa balıklarının tüketimi sırasında hissedilen kuvvetli tütsü koku ve aroması ve nispeten yüzeyde kabuk oluşmuş et tektürü, bugün bile tüketiciler tarafından özellikle tercih edilmektedir. Günümüzde tüketici isteği özellikle kür edilmiş ve hafif tütsülenmiş et ürünlerine doğru kaymaktadır (Gökalp vd, 2002:75).

Balıkların ve diğer deniz ürünlerinin tütsülenmesindeki amaç değişik bir tat, koku, lezzet vermek ve tüketimi tek örneklikten kurtarmaktır. Bununla beraber tütsülemenin mikroorganizmalar üzerindeki bakterisid - germisid (mantar, bakteri gibi mikroorganizmaları öldüren maddelerdir) etkileri olduğundan ürünlerin raf ömrü önemli ölçüde uzar. Tütsüleme için en iyi balıklar yüksek yağ içeriğine sahip balıklardır. Bunlar; mersin balığı, alabalık, somon, istavrit, uskumru, lüfer, sardalye ve yılan balığıdır. Yağsız balık tütsülediği zaman kuru ve sert olma eğilimindedir. Türk deniz mutfağında tütsülenmiş balıklar çoğunlukla; kefal, alabalık, kılıç balığı ve somondur (Gülyavuz ve Ünlüsayın, 1999:73).

Kurutma

Balığın su miktarının kurutma ile giderilip bakteri üreme ve gelişmesine uygun olmayan seviyeye getirilmesi teknolojisi olup en eski balık işleme yöntemidir. Gıda maddesinin içerdiği suyun, kontrollü koşullarda buharlaştırılması işlemidir. Bu işlemin en önemli amacı dayanma süreleri kısa olan ürünlerin dayanma sürelerini arttırmaktır (Anonim, 1988). Ön plana çıkan kurutma yöntemleri 'Açık Havada Kurutma ve Kuru Tuzlama ile Kurutma' dır.

Açık havada kurutma, balığın baş kısmı kesilip iç organları çıkarıldıktan ve iyice yıkandıktan sonra balıklar çift olarak kuyruklarından bağlanır ve kurutulmak üzere çubuklara dizilir. Balık tuzlu su ya da deniz suyu ile yıkanır. Kurutma işlemi mevsime ve hava şartlarına göre 2-8 haftada tamamlanır. Kurutma en iyi ilkbahar ve sonbahar aylarında yapılır. Et beyaz olmalı, kan lekesi veya başka renk değişimleri olmamalıdır. Koku ve lezzet tipik ve hoş olmalıdır. Su miktarı mümkün olduğu kadar düşük olmalıdır. Düşük yağlı gıdalar kurutulur. Büyük balıklar, kurutma için ortadan ikiye bölünür. Kuru tuzlama ile kurutma da tuzlama işleminde balık filetoları kuru veya fiçılarda ıslak olarak tuzlanır. Kuru tuzlamada tuz gereksinimi 100kg balık için ortalama 80kg, ıslak tuzlamada ise 60kg'dır. Balıklar tuzda et kalınlığına göre 1-4 hafta bırakılır ve kurutmadan önce balıklar iyice yıkanır ve fırçalanır (Gökalp vd, 2002:23).

Yararları ve Zararları: Ürünle alınan tuz vücudun inorganik gereksinimi için yararlıdır. Tuz suyun dışarı atılmasını kolaylaştırır. Ürün içindeki tuz mikroorganizmaların gelişmesini bir ölçüde engeller ve kokuşmayı yavaşlatır. Fazla tuz ürüne geçerse tadını bozar. Kullanılacak tuzun kalitesi iyi olmalıdır ([http://www.agri.ankara.edu.tr/su/1323 __isleme_2.pdf](http://www.agri.ankara.edu.tr/su/1323__isleme_2.pdf)).

TÜRK DENİZ MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN ÇANAKKALE BALIK LOKANTALARI ÖRNEĞİNDE İNCELENMESİ

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, zengin bir deniz kültürüne sahip Türk mutfağının günümüze kadar ne gibi değişiklikler geçirdiği ve şu an ki boyutu araştırılmıştır. Bu doğrultuda, Çanakkale ilinin deniz kültürünü Türk mutfağında nasıl yansıttığı incelenmiştir. Balık lokantalarının deniz ürünlerini nerelerden temin ettiği, nasıl hazırladığı, sunduğu ve servis ettiği konuları üzerinde durulmuştur. Sonuç olarak, birçok deniz

ürünün barındığı Çanakkale ilinde, Türk mutfağı içerisinde deniz kültürünün yeri ve önemi incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, görüşme formu yardımıyla yüz yüze görüşme yapılmış, görüşmeler sırasında ses kayıt cihazı kullanılmış, ayrıca notlar tutulmuştur. Araştırma, Çanakkale’de faaliyet gösteren Yalova Balık Lokantası, Kavala Balık Lokantası, 286 Balıkçı, Balıkçı Yaşar ve Sardalye Balık Lokantası üzerine yapılmıştır.

Mevcut çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme formu, uzman bir kişi tarafından incelenmiş ve pilot görüşmede soruların geçerliliği analiz edilmiştir. Bu analiz sürecinde, soruların anlaşılabilirliği katılımcı tarafından doğru algılanıp algılanmadığı incelenmiş, bütün sorular araştırmaya dâhil edilmiştir.

Çalışmanın evrenini Çanakkale’de balık pişirme, saklama ve servis etme ruhsatına sahip 5 balık lokantası oluşturmaktadır. İşletmelerin örneklem olarak seçilmesinin nedenleri arasında, deniz mutfağı konusunda ildeki öncü işletmeler olması, Çanakkale ilinde toplamda 8 balık lokantasının olması ve görüşme için seçilen işletmelerin hizmet kapasitelerinin diğer 3 balık restoranına göre yüksek olması sayılabilir. Bu nedenler, araştırmanın sonuçlarına da katkı sağlamaktadır.

Katılımcılar (2 işletme sahibi, 2 aşçı başı ve restoran şefi) ile yapılan görüşmeler, ortalama 15 dakika sürmüştür. Görüşme esnasında sorulan sorular, konu ile ilgili literatür incelenerek oluşturulmuştur. Görüşme soruları önceden hazırlanmış olmasına rağmen, görüşme sırasında katılımcının vermiş olduğu cevaplara bağlı olarak tekrar bir yapılandırmaya gidilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

‘Türk Mutfağı Tarihinde Deniz Kültürünün Yeri ve Önemi’ isimli çalışmanın Çanakkale ilindeki 5 balık lokantası üzerine yapılan yüz yüze görüşme yöntemi sonuçlarıyla ilgili bulgular aşağıda belirtilmektedir.

Türk mutfağı, geçmişten bugüne birçok kültürün senteziyle oluşan zengin bir mutfaktır. Görüşme yapılan kişiler, Türk mutfağı denince akla ağırlıklı olarak et ürünlerine (kırmızı ve beyaz et) dayalı bir mutfak geldiğini, ayrıca Türk mutfağının çok geniş bir coğrafyanın

üzerine kurulduğunu, bu yüzden bünyesinde çok farklı lezzetleri barındırdığını ifade etmişlerdir.

Ağırlıklı olarak Çanakkale mutfağı denildiğinde zeytinyağlı ve balık yemeklerinden oluşan bir mutfanın akla geldiğini belirtmişlerdir. Katılımcılara göre Çanakkale deniz mutfağı, Yunan mutfağından etkilenerek yerel özelliklere göre şekillenmiştir. Çalışma yapılan tüm işletmelerdeki kişilerin iş deneyimleri deniz ve deniz ürünleri üzerinedir.

Araştırmaya katılan işletmelerde soru yönelttiğimiz aşçıbaşları, işletme sahipleri ve restoran şeflerinin sektörteki deneyimleri 10 ile 30 yılları arasında değişmektedir. Tablo 1'e göre tüm işletmeler, yiyecek-içecek sektöründe faaliyetlerini sürdürmektedir. İşletmelerin hizmet kapasiteleri; Yalova Balık Lokantası 350, Kavala Balık Lokantası 150, 286 Balıkçı 600, Balıkçı Yaşar 500 ve Sardalye Balık 100 kişidir. İşletmelerde çalışan sayısı; Yalova Balık Lokantası 22, Kavala Balık Lokantası 12, 286 Balıkçı 20, Balıkçı Yaşar 24, Sardalye Balık 8 personel şeklindedir.

Tablo 1: Katılımcı İşletmenin Özellikleri

Katılımcı İşletmeler	İşletmenin Faaliyet Alanı	Faaliyet süresi	İşletmenin Kapasitesi	İşletmenin Çalışan Sayısı
Yalova Balık Lokantası	Yiyecek-İçecek	65 yıl	350 kişi	22 Kişi
Kavala Balık Lokantası	Yiyecek-İçecek	7 yıl	150 kişi	12 Kişi
286 Balıkçı	Yiyecek-İçecek	8 yıl	600 kişi	20 Kişi
Balıkçı Yaşar	Yiyecek-İçecek	30 yıl	500 kişi	24 Kişi
Sardalye Balık	Yiyecek-İçecek	15 yıl	100 kişi	8 Kişi

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Mezun olduğu bölüm/üniversite	Sektör Deneyim yılı	Bu işletmedeki deneyim yılı	Görevi
Katılımcı 1	İlköğretim	10	4	Aşçı Başı
Katılımcı 2	İlköğretim	20	4	Aşçı Başı
Katılımcı 3	Üniversite	22	7	Restoran Şefi
Katılımcı 4	Lise	30	30	İşletme Sahibi
Katılımcı 5	Lise	15	4	İşletme Sahibi

Tablo 2'deki Katılımcı 1'i, Yalova Balık Lokantası'nın ilköğretim mezunu aşçıbaşısı temsil etmektedir. Aşçıbaşının sektörde deneyimi 10, işletmedeki deneyimi 4 yıldır. Katılımcı 2'yi Kavala Balık Lokantası'nın ilköğretim mezunu aşçıbaşısı temsil etmektedir. Aşçıbaşının sektörde deneyimi 20, işletmedeki deneyimi 4 yıldır. Katılımcı 3 olarak nitelenen kişi 286 Balıkçı Lokantası'nın üniversite mezunu, sektörde deneyimi 22, işletmedeki deneyimi 7 yıl olan restoran şefidir. Katılımcı 4 olarak belirtilen Balıkçı Yaşar işletmesinin sahibi lise mezunu, sektörde ve işletmedeki deneyimi 30 yıldır. Katılımcı 5, Sardalye Balık'ın işletme sahibi lise mezunu olup, sektörde deneyimi 15 ve işletmedeki deneyimi ise 4 yıldır.

Tablo 3: İşletmelerin Deniz Ürünlerini Tedarik Ettikleri Yerler

İşletmeler	Çanakkale'den	Diğer İller
Yalova Balık Lokantası	X	X
Kavala Balık Lokantası	X	X
286 Balıkçı	X	X
Balıkçı Yaşar	X	X
Sardalye Balık	X	X

Çanakkale'de genellikle lüfer, levrek, sardalye ve palamut avlanmakta olup çipura, ahtapot ve karides ise diğer illerden sağlanmaktadır. İşletmeler, sundukları deniz ürünlerini canlı olarak servis etmek istediklerinden dolayı mümkün olduğunca deniz ürünlerini Çanakkale içinden tedarik etmektedir. Tablo 3'de

katılımcıların ürünlerini hem Çanakkale'den hem de başka illerden tedarik etmekte oldukları görülmektedir.

Tablo 4: İşletmelerin Menüleri ve Sundukları Deniz Ürünlerinin Avlanması

İşletmeler	Karma Menü	Balık Menüsü	Avlanma Kuralları Önemseniyor	Avlanma Kuralları Önemsenmiyor
Yalova Balık Lokantası	X	_____	X	_____
Kavala Balık Lokantası	X	_____	X	_____
286 Balıkçı	X	_____	X	_____
Balıkçı Yaşar	X	_____	X	_____
Sardalye Balık	X	_____	X	_____

Tablo 4'deki katılımcı işletmeler, menülerinde balıkla beraber aynı zamanda kırmızı etli yemekler de sundukları için menülerini sadece deniz ürünlerine göre tasarlamamaktadırlar. Menülerini dizayn ederken misafir taleplerini dikkate almaktadırlar. Bu yüzden menülerinde deniz ürünleri çok kuvvetli bir yerde bulunmamaktadır.

Tablo 5: Mutfak Kültürlerinde Din Kurallarına Yönelik Bulgular

İşletmeler	Hizmet, Toplumun Din Kurallarına Göre mi?	
	Evet	Hayır
Yalova Balık Lokantası	_____	X
Kavala Balık Lokantası	_____	X
286 Balıkçı	_____	X
Balıkçı Yaşar	_____	X
Sardalye Balık	_____	X

Ayrıca işletmeler kendi işletmelerinde deniz mutfak kültürünü yansıttıklarını belirtmişlerdir. İşletmelerin tümü, satın alma sırasında deniz ürünlerinin, avlanma kurallarına göre avlanan ürünler olmasına özen göstermektedir. Yasalara göre avlanması yasak olan deniz ürünleri satın alınmamakta ve servis edilmemektedir. Örneğin; şu sıralar (21.12.2013) çinekop almadıklarını ve servis etmediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların tümü işletmelerinde ayrı olarak balık menüsü kullanmamaktadır. Hatta misafir taleplerinde balık, kırmızı etten sonra gelmektedir.

Tablo 5'te de görüldüğü üzere işletmelerin tümü, toplumun din değerlerine saygı göstermektedir. Ancak her dinden misafire hitap edildiği için talep edilen her türlü deniz ürününün servisi yapılmaktadır. Din kurallarından çok misafir memnuniyetini baz aldıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 6: Menülerdeki Ürünlerin Saklama ve Pişirme Yöntemleri

İşletmeler	Tava	Izgara	Fırın	Tütsüleme	Kurutma	Tuzlama	Şoklama
Yalova Balık Lokantası	X	X	—	—	—	—	X
Kavala Balık Lokantası	X	X	—	—	—	—	X
286 Balıkçı	X	X	—	—	—	—	X
Balıkçı Yaşar	X	X	X	X	—	—	X
Sardalye Balık	X	X	—	—	—	—	X

Tablo 6'da tüm katılımcılar, pişirme tekniği olarak ızgara ve tava yöntemlerini kullanmaktadır. Ayrıca katılımcılardan bir tanesi bunların haricinde fırınlama ve tütsüleme yöntemlerini kullandığını belirtmiştir. İşletmelerin çoğu canlı balık kullandıklarından, saklama yöntemlerini tercih etmemektedirler. Fakat ahtapot, karides ve istakoz gibi deniz ürünleri için şoklama yöntemi kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar, Türk mutfağında deniz kültürüne yeteri kadar önem verilmediğini belirtmişlerdir. Deniz kültürünün ekmek arası servis edilen deniz mahsulleri olduğunu, ayrıca kırmızı etli yemeklerin Çanakkale gibi bir liman şehrinde ön sırada yer aldığından yakınmışlardır.

İşletmeler, aşırı, kontrolsüz avlanma ve çevre kirliliği konusunda önlem alınması gerektiğini belirtmişlerdir. Aynı zamanda bu konular hakkında daha güçlü makamların müdahil olmasının önemini dile getirmişlerdir. Mevsiminde ve doğru tekniklerle avlanmanın deniz mahsullerinin lezzetlerinde ve sürdürülebilirliğinde oldukça önemli olduğunu savunmaktadırlar. Katılımcılar, Türk mutfağında deniz kültürünün yer edinmesinde ve ön plana çıkmasında aşçıların önemli bir yere sahip olduğunu vurgulamışlardır. Bu doğrultuda aşçılar, deniz ürünleri üzerine özel yemekler hazırlamalı ve tanıtımını yapmalıdır. Ayrıca balık lokantalarının sayısının artırılmasıyla, deniz kültürünün Türk mutfağına katkısının Çanakkale'de daha da artacağını belirtmişlerdir.

SONUÇ

Osmanlının denizlere inmesiyle, deniz kültürünün Türk mutfağını etkilemesi kaçınılmaz olmuştur. Günümüzde de özellikle deniz kıyısındaki illerimizin mutfaklarında deniz ürünleri önemli yer tutmaktadır. Türk mutfağında deniz kültürü, Osmanlı mutfağının deniz kültürünü yansıttığından dolayı eski dönemlere dayanmaktadır. Fakat zamanımızda bu durum bazı yer ve durumlara göre değişiklik göstermektedir. Bu zengin mutfak kültürü, önemini yitirmiş ve hak ettiği yeri bulamamıştır. Türk mutfağında son derece önemli olan deniz kültürüne ait yemeklerin unutulmaya yüz tutmuş olması, Türk toplumu adına üzücü bir durumdur. Türk deniz kültürünün diğer dünya mutfak kültürleriyle yarışabilir olması için özellikle tanıtım ve pazarlama konusunda yapılması gerekenler vardır. Öncelikle deniz ürünlerini kapsayan yemek yarışmaları ve festivaller yapılarak halka tanıtılmalıdır. Sonrasında da bilimsel çalışmalar ve etkinliklerle tanıtımına destek verilmelidir. Bunlara ek olarak, Türk deniz mutfak kültürünün ağırlıklı yaşandığı yerler araştırılarak bilinirliği sağlanmalıdır.

Boğaz ve deniz kenti olan Çanakkale'nin mutfağında da deniz ürünleri bulunmaktadır. Ancak bu çalışmanın araştırma kısmından da görüldüğü üzere deniz ürünleri Çanakkale mutfağında beklenen yeri alamamıştır. Bunun en önemli sebeplerinden birisi, işletmelerin ticari kaygılarından dolayı menülerinde kırmızı eti daha çok kullanmalarıdır. Deniz ürünleri ise ikinci sırada yer almaktadır. Deniz ürünü servis eden katılımcı işletmeler, dini kuralları çok fazla dikkate almamaktadır. Bundan dolayı Çanakkale'den ve dışından tedarik edilen deniz ürünlerinin tamamı servis edilmektedir. Servis edilen bu ürünler tava ve ızgara pişirme teknikleriyle hazırlanmaktadır.

Sonuç olarak uzun bir kıyı şeridine ve boğaza sahip Çanakkale'nin mutfağında deniz ürünleri hak ettiği yeri alamamaktadır. Ancak özellikle deniz ürünleri konseptinde yapılacak olan yemek yarışmaları, festivaller ve tanıtımlarla deniz kültürü, mutfakta daha fazla yere sahip olabilir. Kamu kurumları, deniz ürünlerinin avlanmasında daha yapıcı kurallarla faaliyet göstermelidir. Avlanma kuralları, deniz ürünlerinin sürdürülebilirliğini sağlayarak Türk mutfağında deniz kültürüne ait yemeklerin varlığına katkı verecektir. Bu doğrultuda yapılan bu çalışma sonuçlarının, Türk mutfağında deniz kültürünü daha farklı açılarla ele alınabilmesini ve evrensel mutfak kültürüne ulaşmasına yol açacaktır. Ayrıca bu çalışma ileride yapılacak olan paralel araştırmalara fikir ve destek verecektir.

KAYNAKÇA

- Akkor, Yunus Emre ve Çakmakçı, Zennup (2013). '*Osmanlı Deniz Mutfağı*'. Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Bilgin, Ş. (2003). '*Farklı İşleme Yöntemlerine Göre Dağ Alabalığının Kimyasal Yapısındaki Değişimler*'. Doktora tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi. Fen. Bil. Enst. Isparta.
- Demirbaş H, Doğan YB. (2005). '*Çıracılık Eğitime Devam Eden Çalışan Gençlerde Alkol Kullanımı Üzerine Bir Çalışma*'. Türk Psikiyatri Dergisi.
- Eren, Hasan (1974) '*Eski Dilden Yeni Dile*' Dil Yazıları II Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Ertaş, Hamdi. (1998). '*Tütsünün Bileşimi*'. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bölümü, Ankara.
- Gökcalp HY, Kaya M ve Zorba Ö (2002). '*Et ve Et Ürünlerinde Düşük ve Yüksek Sıcaklık Uygulaması ve Temel Prensipleri*'. Et Ürünleri İşleme Mühendisliği, Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Gökoğlu, N. ve Gün, H. ve Varlık, C. (1994). '*Gökkuşluğu Alabalığının Lakerdasının Dayanma Süresinin Belirlenmesi*'. İst. Ün. Su Ürünleri Dergisi, 173-180.
- Güler, Sibel (2008). '*Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları*'. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:26.
- Gülyavuz, H. ve Ünlüsayın, M. (1999). '*Su Ürünleri İşleme Teknolojisi*'. Şahin Matbaa, Isparta.
- Halıcı, Nevin (1997). '*Anadolu Bayramlarında Beyaz Renkler. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*'. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:20, Ankara.
- Öktem, Niyazi (2002), '*Din-İnanç Özgürlüğü ve Site*' Doğu-Batı Dergisi No:2, Ankara.
- Sevin, Eyüp Kemal (1997). '*Sonsuz Menü*'. Bileşim Yayınları, İstanbul.
- Tezcan, Mahmut (1993). '*Yemeklerin Toplumsal Fonksiyonları*'. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:20, Ankara.
- Yerasimos, Marianna (2005). '*500 Yıllık Osmanlı Mutfağı*'. Boyut Yayın Grubu, İstanbul.
- Yemek Sanatları Merkezi.2013.
<http://www.turkishcuisine.org/pages.php?ParentID=1&FirstLevel=7&SecondLevel=99&99&PgingIndex=1> Erişim Tarihi:07.12.2013.
- Türk Dil Kurumu.2013.www.tdk.org.tr Erişim Tarihi:15.11.2013.
- Ankara Üniversitesi. 2013
http://www.agri.ankara.edu.tr/su/1323__isleme_2.pdf Erişim Tarihi: 16.11.2013.

Diyanet Bakanlığı. 2013. www.diyamet.gov.tr Erişim Tarihi:
13.11.2013.
T.C. Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. www.tarim.gov.tr Erişim tarihi:
20.11.2013.

TÜRKİYE’DE DENİZ TURİZMİNDE ANTİK LİMAN KENTLERİNİN ÖNEMİ VE ALTERNATİF TURİZM ÖNERİLERİ

Gülsüm TÜTÜNCÜ ESME¹
Osman ERKURT²

ÖZET

Türkiye'nin sahip olduğu tarihsel ve kültürel miras pek çok alanı olduğu gibi deniz turizmini de olumlu yönde etkilemektedir. Özellikle tarihin bilinen en eski antik liman kentlerinin Türkiye’de yer alması uluslararası boyutta ilgi çekmektedir.

Bu çalışmanın amacı; antik liman kentlerinin alternatif turizm önerileri ve deniz turizmi açısından önemini bilimsel bakış açısıyla ortaya koymak, antik liman kentlerinden hareketle alternatif turizm yöntemlerinin nasıl geliştirilebileceği ve deniz kenti kavramının niteliğini açıklayabilmektir.

Çalışma; bu amaç çerçevesinde tarihsel araştırma yöntemleri kullanarak Türkiye’deki antik liman kentlerinin deniz turizmine olan etkisini tartışarak, antik limanların alternatif turizm önerileri ile deniz turizmine olan olumlu katkısının nasıl artırılabileceğini ortaya koymaya çalışacaktır.

Elde edilen bulgulara dayanılarak, işletmecilere, yerel yönetimlere ve ileride yapılabilecek akademik çalışmalara yol gösterecek öneriler üretilecektir.

Anahtar Kelimeler: Antik Liman Kentleri, Deniz Turizmi, Alternatif Turizm

GİRİŞ

Türkiye, insanlık tarihinin önemli maddi kültür kalıntılarına sahiptir. Bu maddi kültür kalıntıları sayesinde medeniyetin gelişiminin izleri basamak basamak takip edilebilmekte ve geçmiş hakkında bilinmeyenlerin aydınlatılması sağlanmaktadır.

Antik liman kentleri ise sadece tarih ve arkeoloji bilimleri açısından değil, denizcilik birikim ve gelişiminin öğrenilmesi açısından denizcilik bilimine ve turizm sektörüne de katkı sağlamaktadır. Özellikle üç tarafı denizlerle çevrili olan ve çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapan Anadolu’da antik liman kentlerinin

¹ Araş. Gör. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, İzmir, gulsum.esmer@deu.edu.tr

² Arkeolog, 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği, İzmir, osman.erkurt@360derece.info

sayısı oldukça fazladır³. Hatta bu antik limanların önemli bir kısmında gün ışığına çıkartılması için arkeolojik kazı çalışmalarına başlanmamıştır. Kazı çalışmalarının artması ile hem daha fazla veri elde edilecek hem de turizm sektörü olumlu yönde etkilenecektir.

Antik limanlar özellikle kruvaziyer turizmine katkı yapmaktadır. Kruvaziyer limanlar genellikle turizm yerleşim alanlarına yakın yerde konuşlanmıştır. Sınırlı süre limanda kalan gemi yolcularının, zaman kaybetmeden ilgi alanlarına giren yerleri gezmeleri temel hedeftir. Turizm yerleşim alanları kimi zaman tarihi bir kent kimi zaman ise tanınmış büyük bir şehirdir. Bunun en belirgin örneği Türkiye'nin en önemli kruvaziyer limanlarından olan Kuşadası'nın öne çıkmasında yakınlarındaki Efes Antik Kentinin varlığıdır⁴. Efes Antik Kentinin etkisiyle Kuşadası Kruvaziyer Limanı, Tablo 1'de görüldüğü gibi, gemi ve yolcu sayıları açısından İstanbul'u zaman zaman geride bırakarak İstanbul'la yarışabilmektedir.

Tablo 1: İstanbul ve Kuşadası Limanlarına Uğrayan Kruvaziyer Gemi ve Yolcu Sayıları

	2009		2010		2011		2012	
	Gemi	Yolcu	Gemi	Yolcu	Gemi	Yolcu	Gemi	Yolcu
İstanbul	313	476.541	342	508.246	296	627.897	297	596.027
Kuşadası	506	462.746	517	493.911	423	662.456	378	564.317

Kaynak: Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı
http://www.kugm.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/YAYINLAR/20120810_150422_64032_1_64346.pdf, s.101. (13.01.2014)

Efes Antik Kenti, uzun zamandır ören yerleri içerisinde en fazla ziyaretçi alan ören yeridir⁵. 2012 yılında Efes Antik Kenti Müzesi'nin ziyaretçi sayısı 1.888.173 kişidir ve bu ziyaretçilerden 4.653.325 TL gelir sağlanmıştır. 2013 yılında ise ziyaretçi sayısı 1.889.231 ile bir önceki yıla göre çok az artarken bu ziyaretçilerden

³ Antik limanların ayrıntılı listesi için bakınız:

<http://www.ancientportsantiques.com/the-catalogue/turkey/> (13.01.2014)

⁴ 2012 yılında Sabah Gazetesi'ne verdiği bir demeçte İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürü Abdülaziz Ediz, Kuşadası ve İzmir'e kruvaziyer ile gelen turistlerin özellikle Efes Antik Kentini ziyaret ettiklerini belirtmektedir. <http://www.emlaktasondakika.com/t/efes-antik-kent-ziyaretci-rekoru/haber23407.aspx/23407.aspx> (13.01.2014)

⁵ <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43336/muze-istatistikleri.html> (13.01.2014)

9.338.450 TL gelir sağlanmıştır⁶. Ziyaretçi sayısındaki artışın nispeten daha az olmasına rağmen sağlanan gelirdeki artışın daha fazla olmasına en büyük etken alternatif turizm yöntemlerinin çeşitlenmesidir. Gelir artışında Yamaç Evlerine giren ziyaretçi sayısının artmasının ve müzekart uygulamasının etkisi vardır.

Türkiye’de alternatif turizm yöntemleri ise sadece antik limanlar üzerinden değil pek çok alandan gerçekleştirilebilecek potansiyele sahiptir. Antik limanların bu konudaki avantajı ise deniz yoluyla ulaşım kolaylığı, kruvaziyer ve yat turizmi ile kültür seviyesi yüksek, para harcama eğilimi fazla olan turisti çekme potansiyeline sahip olmalarıdır.

Kaynakların Değerlendirilmesi

Antik liman kentleri çerçevesinde bir çalışma yapmak oldukça güçtür. Çünkü ülkemizdeki antik limanların önemli bir kısmının varlığı bilinmekle birlikte arkeolojik kazı çalışmaları ve yüzey araştırmaları ile gün ışığına çıkmamışlardır.

Antik dönem liman kentleri ve denizciliği hakkındaki en önemli bilgiler ise Herodot⁷, Vitruvius⁸, Strabon⁹ ve Scylax¹⁰ gibi antik dönem yazarlarından elde edilmektedir. Ancak bu antik kaynakların bazılarının günümüze kadar ulaşmamış olması ya da tamamının ulaşmaması ve kaynaklardaki bazı bilgilerin günümüzdeki kazı bulguları ile karşılaştırıldığında bazen birbirini tutmaması bu konuyu çalışılması zor konulardan biri haline getirmektedir. Ayrıca özellikle Roma öncesi döneme ait bilgiler daha da sınırlı olup çoğunluğu Mısır duvar resimlerine dayanmaktadır. Konuyla ilgili bilgiye ulaşmanın zorluğu nedeniyle uluslararası literatürde yapılan yayın ve değerlendirmeler yeterli seviyede değildir.

⁶ Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri,
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43336/muze-istatistikleri.html>
(13.01.2014), <http://www.buyuyenturkiye.com/haber/gelir-sampiyonu-efes-antik-kenti> (13.01.2014)

⁷ Herodot, **Tarih**, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2012.

⁸ Vitruvius, **Mimarlık Üzerine On Kitap**, (çev. S. Güven), İstanbul, 1990. Kitabın bir bölümü liman mimarisine ayrılmıştır.

⁹ Strabon, **Antik Anadolu Coğrafyası (Geographika: XII-XIII-XIV)**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1993.

¹⁰ **Priplus of Pseudo ve Geographica Antiqua** kitaplarının yazarı gezgin. Özellikle Akdeniz ve Karadeniz limanları hakkında önemli bilgiler vermektedir.

Alternatif turizm yöntemlerinin ise teorik açıdan yeni bir tanımlama olduğu ve öneminin özellikle 2000'li yıllarda arttığı görülmektedir. Dolayısıyla bu dönemde antik liman kentleri üzerinden geliştirilebilecek alternatif turizm yöntemleri ilk örneklerden olacak ve turizme önemli katkılar sağlayacaktır.

Alternatif yöntem örneklerine bakıldığında 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği'nin çalışmaları bu alanda model oluşturacak önemli çalışmalardır¹¹.

1. Antik Liman Kentleri ve Genel Özellikleri

Antik çağlarda deniz ticareti yerleşim alanlarının ihtiyaçlarını karşılayan en önemli unsurdur. Antik dönemde her kıyı şehrinin önemli ya da önemsiz bir limanı bulunmaktadır. Bu nedenle Eski Dünya'nın kalbi olan Akdeniz'de antik liman sayısı oldukça fazladır.

Limanlar tarihsel olarak ortaya çıkışlarına ve coğrafi konumlarına göre nehir limanları ve deniz limanları olarak ikiye ayrılırlar. Tarihteki ilk liman örnekleri nehir kenarlarında ortaya çıkmıştır¹². Bunun nedeni teknik açıdan deniz teknelerinin henüz gelişmemesi ve açık deniz seyrine olanak vermemesidir. Daha sonraki dönemde gemi teknikleri geliştikçe ve deniz ticareti arttıkça deniz limanlarının önemi artmıştır.

Deniz limanlarının gelişiminde deniz ticareti kadar önemli bir diğer unsur da inşa tekniklerinin gelişimi olmuştur. Önce doğal liman alanları, basit inşa teknikleri ile liman olarak kullanılabilirken, tekniklerin gelişmesi özellikle sualtı yapım tekniklerinin (M.Ö. 7. yy.) ilerlemesi ile limanlar büyümüş ve sayıları artmıştır¹³.

Antik liman kentlerinin ortaya çıkışında ise iki farklı fiziki yapı söz konusudur¹⁴:

1. İyi savunma olanakları ve verimli topraklar nedeniyle iç kesimde kurulan bir kentin liman ihtiyacını gidermek üzere kıyıda ikinci bir liman kenti kurmaları ile oluşan antik liman kentleri. Bunların en bilinenleri; Atina'nın

¹¹ 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği'nin bu konudaki çalışmaları için bakınız: <http://www.360derece.info/>

¹² Harun Özdaş, "Antik Çağ'da Liman Olgusu", İ. Metin Akyurt Bahattin Devam Anı Kitabı, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1995, s.259.

¹³ Özdaş, s.260-261.

¹⁴ Özdaş, s.261.

- Pire, Korinth'in Lekhaion, Kolophon'un Notion, Kirene'nin Apollonia... kentleridir.
2. Deniz aşırı göçler sonucunda kıyı yerleşmeleri ile oluşan antik liman kentleridir. Topografik açıdan ise üç farklı kıyı kenti bulunmaktadır. Bu kentler topografik yapıya göre tek, çift ya da çok limanlı olabilmektedirler.
 2. 1. Liman çevresinde yelpaze şeklinde oluşan kentler. Örneğin; Halikarnassos, Knidos, Rodos, Samos, Pire, Thasos.
 - 2.2. Yarımada üzerinde kurulmuş kentler. Örneğin: Miletos, Lebedos, Smyrna, Phokaia, Gryneion, Pithane, Kerasos, Phiskos, Phaselis, Side.
 - 2.3. Küçük bir tepe veya plato üzerinde kurulan kentler. Örneğin: Notion, Amisos.

Antik liman kentleri, yaptıkları ticaretin hacmine göre önem kazanan kentler olmuşlardır. Elbette bu ticaret hacmini etkileyen en önemli unsur ise stratejik konumları olmuştur. İyi bir stratejik konuma sahip liman kentlerinin tarih boyunca farklı medeniyetlerin bünyesinde varlıkları devam etmiştir.

2. Alternatif Turizm Yöntemleri

Türkiye gelişmekte olan bir ülke olarak hem dünyada turizm sektöründeki payını arttırmak hem de değişen dünyaya uyum sağlayabilmek için turizm hizmet ve ürünlerini çeşitlendirmelidir. Dünyada bu çeşitlendirme sonucunda alternatif turizm yöntemleri ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm faaliyetleri ana hatlarıyla şunlardır; kongre turizmi, golf turizmi, spor turizmi, macera turizmi, kültür turizmi, eko turizm, termal turizm ve gençlik turizmi¹⁵. Kısacası, alternatif turizm yöntemleri doğal, kültürel ve tarihi mirası daha fazla kullanabilmek, daha fazla gelir elde ederek kalkınma adaletsizliğini ortadan kaldırmaya yardım etmek amacıyla geliştirilmiş her türlü turizm faaliyetini kapsamaktadır¹⁶.

¹⁵ Yüksel Öztürk- İrfan Yazıcıoğlu, "Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma", **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi**, Yıl:2002, sayı:2, s.184.

<http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi2/183-195.pdf>

¹⁶ Çiğdem Keleş-Erdem Temeloğlu-Hayri Uygun, "Ayvacak İlçesinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi",(ed: Ali Akdemir, Osman Demircan, Selahattin Yılmaz, Turan Takaoğlu, Evren Erginal), **Ayvacak Değerleri Sempozyumu 29-30 Ağustos 2008**, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Yayınları, no:87, Çanakkale, 2008.

Antik liman kentleri özellikle kültür turizminin önemli bir parçası olabilmektedir. Kültür turizmi en geniş tanımıyla “ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi, bir ulusa ait değerleri görmesi ve tatması¹⁷” olarak tanımlanmaktadır. Kısaca kültür turizmi, kültür turizmine katılan ziyaretçilerinin en basitinden bazı bilgilere, görgü ve deneyime sahip olmasını gerektirmektedir. Kültür turizmiyle ulaşılabilecek kitle bu anlamda entelektüel ve para harcamaktan kaçınmayan kültür turisti grubunda olacaktır.

Kültür turizmi ayrıca kültürel değerlerin korunmasına yardımcı olmaktadır. Kültürel değerleri ve çevresi bozulmuş bir bölgeye kültür turizmi yapmak mümkün olmayacaktır. Ancak planlaması iyi yapılmamış kültür turizminde, kültürel değerlerin aşırı bir şekilde ticari hayatın parçası haline gelmesi tehlikesi vardır¹⁸. Çoğu turistik bölgede en basit yeme ve barınma ihtiyaçlarında bile bir ‘turizm fiyatı’ kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu aşırı ticarileşme sadece kültür turizmini değil bütün turizmi olumsuz etkilemektedir. Kültür turizmi açısından aşırı ticarileşmenin en olumsuz etkisi ise doğal ve kültürel değerlerin değer kaybında görülür¹⁹. Bu nedenle kültür turizmi iyi bir planlama, uygulama ve koruma politikası gerektirmektedir. Alternatif turizm yöntemlerinin tamamı iyi planlama ve geleceğe dönük yatırımlar olmadan başarı sağlanamayacak yöntemlerdir.

3. Türkiye’deki Önemli Antik Limanlar ve Alternatif Turizm Projeleri

Ülkemize bakıldığında ise antik limanlar Ege ve Akdeniz bölgelerinde daha yaygındır. Bunun nedeni coğrafi olarak doğal liman koylarının bu bölgelerde daha fazla olmasının yanı sıra daha fazla ticaret yolunun bu bölgelerden geçmesi ve ticari faaliyet açısından daha işlek olmalarıdır.

¹⁷ Öztürk, Yazıcıoğlu, s. 189.

¹⁸ Öztürk, Yazıcıoğlu, s. 189.

¹⁹ Örneğin; dünyanın bilinen en eski liman kentlerinden birine ev sahipliği yapan günümüz Urla’sında tamamen ticarete dönük yapılaşma; çok sayıda sitenin hızla inşa edilmesi ve asırlık ağaçların olduğu merkez parkına ağaçların kesilerek alışveriş merkezi yapılması bu değer kaybının tehlikeli sinyallerini göstermektedir. Oysa yapılması gereken doğal ve kültürel mirasın korunmasına yönelik planlama yapılması ve çevre ve alt yapı düzenlemelerinin sağlanmasıdır.

Karadeniz bölgesinde ise topografik durum antik limanların az olmasının en önemli nedenidir. Bugün Karadeniz'deki antik liman kentlerinin çok azı gün ışığına çıkmış durumdadır.

Marmara bölgesinin ise İstanbul'dan dolayı farklı bir konumu vardır. İstanbul, antik çağlardan günümüze dünyanın büyük kentleri arasında yer almıştır. Dolayısıyla İstanbul gibi bir kentin yaşesinde özellikle limanlar önemli bir rol oynamıştır. Bölge antik çağlardan itibaren nüfusun yoğun olarak yerleştiği bir bölgedir. Bu nedenle yapılar zaman içerisinde kolaylıkla unutulmakta ve yer altında kalmaktadır. Bunun en önemli kanıtı İstanbul Metrosu'nun inşaatı sırasında başlayan Yenikapı kazıları esnasında elde edilen materyal ve bulgulardır. Yenikapı kazılarında 100 ada olarak isimlendirilen bölgede bulunan kalıntılar koruma altına alınarak bölgede alternatif turizm yöntemi olarak bir arkeopark oluşturulması çalışmalarına başlanmıştır²⁰.

Türkiye'deki antik limanların tümünün bu bildiri içerisinde yer alması imkânsız olduğundan bildiriye turizm yönünden antik liman örnekleri seçilerek değerlendirilmeye çalışılmıştır.

3.1. Attaleia (Antalya) Antik Liman Kenti

Eski çağlarda Attaleia olarak bilinen şehir Türkçe çoğu eser de dâhil olmak üzere doğulu kaynaklarda Adalya olarak, batı kaynaklarda ise Adalia ve bazen de Satalia olarak ve günümüzde ise Antalya olarak geçer²¹.

Attaleia kenti, Side'yi ele geçirmeye çalışırken başarısızlığa uğrayan ve donanmasına bir üs kurmayı amaçlayan Pergamun kralı II. Attalos tarafından kurulmuştur. Strabon, kentin adının kurucusunun tam adı olan Attalos Philadelphos'tan geldiğini söylemektedir²². Bu nedenle kuruluşundan itibaren kent, güçlü bir donanmaya sahip olmuştur. Bizans döneminde ise iç kesimlerdeki yüksek platolara karayolu bağlantısının olması nedeniyle aynı zamanda önemli bir ticaret limanı haline de gelmiştir.

²⁰ Yenikapı kazıları ve arkeopark için bakınız:
http://www.istanbularkeoloji.gov.tr/web/41-225-1-1/muze_-tr/muze/kazilar/yenikapı_kazilari (13.01.2014)

²¹<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44899/attaleia-antalya.html>
(13.01.2014)

²² Strabon, s.195. Bilge Umar ise Attaleia adının "Attalos Yurdu" anlamına geldiğini belirtmektedir. Bilge Umar, **Türkiye'deki Tarihsel Adlar**, İnkılâp Kitapevi, İstanbul, 1993, s.135.

Günümüzde Antalya’da antik çağa ait az sayıda kalıntı ayakta. Buna karşın günümüzde Alanya, Side, Phaselis, Perge, Aspendos gibi diğer antik kent ve limanların yakınlığı; doğal güzellikleri nedeniyle Antalya Türkiye’de turizmin başkenti olarak kabul görmektedir.

3.2. Coracesium (Alanya) Antik Liman Kenti

Coracesium, korumalı limanı nedeniyle çağlar boyunca korsanların ve ayaklanmacıların sığınağı olmuştur. Roma döneminde donanma, hububat gemilerini basan korsanlara karşı bu bölgede mücadele vermiş ve uzun uğraşlardan sonra Roma yönetimi şehri kontrolü altına almıştır²³.

Coracesium ile birlikte düşünülmesi gereken ve kentin 6 km. kuzeybatısında yer alan ikinci bir liman kenti olarak Hamaxia vardır²⁴. Strabon, Hamaxia’dan gemi yapımında kullanılan sedir ağacı kerestesinin bol olduğu bir kent olarak söz etmektedir²⁵. Bu da kentin önemli bir tersaneye sahip olduğunu düşündürmektedir.

3.3. Side Antik Liman Kenti

M.Ö. 7. yy. da Kyme göçmenleri tarafından kurulmuştur. Geniş bir limana sahiptir. Roma, Coracesium’daki korsanları etkisiz hale getirdikten sonra Side’nin ticaret hacmi artmış ve başta Mısır olmak üzere tüm Akdeniz ülkeleri ile ticaret yapmıştır²⁶.

Arif Müfid Mansel, bir liman kenti olarak Side’den Aiol ve İonların Pamfilya’da kurdukları şehirlerden en önemlisi olarak bahsetmektedir²⁷.

Günümüzde aynı coğrafyada yer alan Antalya, Alanya ve Side antik liman kentleri arasında deniz yoluyla ulaşım imkanı antik rotalar üzerinden antik dönemdeki aslına uygun olarak inşa edilecek

²³ <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44877/coracesium-alanya.html> (13.01.2014)

²⁴ <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44878/hamaxia.html> (13.01.2014)

²⁵ Strabon, s.199.

²⁶ <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44876/side.html> (13.01.2014)

²⁷ Arif Müfid Mansel, **Ege ve Yunan Tarihi**, Türk Tarih Kurumu, Ankara, 1999, s. 169.

teknelerle sağlanabilirse ilgi çekici bir alternatif turizm yöntemi olarak öne çıkacaktır²⁸.

3.3. Efes (Ephesos) Antik Liman Kenti

Antik Ephesos kentinin ilk kuruluşunun M.Ö. 6000 yıllarına, Neolitik Dönem olarak adlandırılan Cilalı Taş Devri'ne kadar indiği tahmin edilmektedir. M.Ö. 14. yy. ait Hitit kaynaklarında adı geçen Apaşa kentinin ise Ephesos olduğu kesinlik kazanmıştır²⁹.

Ephesos antik kentinde bulunun erken dönem Miken seramikleri Ephesos'in erken dönemde bile önemli bir ticaret merkezi olduğunu göstermektedir³⁰.

Ephesos kentinin erken dönemlerine ait ayrıntılı bilgilerin çoğu ise Herodot ve Strabon gibi antik yazarlardan edinilmektedir. Bu dönemde Ephesos'un ayrıca bir kültür merkezi olduğu da anlaşılmaktadır³¹.

Bugün gezilen Ephesos ise, Büyük İskender'in generallerinden Lysimakhos tarafından M.Ö. 300 yıllarında kurulmuştur. Roma döneminde kent Seleukos sülalesinin ikamet yeri ve Mısır'ın bir vasalı olmuştur. (M.Ö. 3.yy.) Roma döneminde limanın bir dalgakıran inşası ile derinleştirilmeye çalışıldığı ancak başarısız olduğu bilinmektedir³².

Strabon'un, Ephesos'ten "*Toroslar'ın öte tarafındaki Asya'nın en büyük ticari merkezi*"³³ olarak bahsetmesinde Ephesos limanın rolü büyüktür. Ayrıca Ephesos kenti Gediz ve Menderes nehirlerinin oluşturduğu iki büyük vadi arasında ulaşımı sağlamaktaydı. Deniz yolunun yanı sıra karayolu ulaşımı da iyiydi ve ticaret yolları aracılığıyla Orta Asya'nın iç kesimlerine kadar

²⁸ Buna benze bir proje 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği tarafından Alanya Belediyesi işbirliği ile Alanya'daki tersanede gerçekleştirilmiştir.

²⁹ Elmar Schwertheim, **Antikçağ'da Anadolu**, (çev. Nuran Banu), Kitap Yayınevi, İstanbul, 2009, s. 33.

³⁰ Schwertheim, s.34.

³¹ Ekrem Akurgal, **Anadolu Kültür Tarihi**, TÜBİTAK Yay., Ankara, 2008, s.342.

³² David Magie, **Anadolu'da Romalılar Batı Anadolu Kent Devletleri**, cilt 3, (çev. Nezih Başgelen- Ömer Çapar), Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 2003, s. 45.

³³ Magie, s. 45.

ulaşılabilirdi. Bu ulaşım ağı Ephesos'un antik çağın en önemli ve kalabalık merkezlerinden biri olmasını sağlamıştı³⁴.

Ephesos Antik Kenti, Türkiye'nin en iyi kazı yapılan antik kentlerinden biri olmasına rağmen liman bölümünün kazı çalışmaları henüz başlamamıştır. 2012 yılında Ephesos Limanı ile ilgili alternatif bir turizm projesi hazırlanmış ancak maliyetin yüksekliği nedeniyle gerçekleştirilememiştir. Bu projeye göre, Ephesos Limanı kazılarına başlanarak; limandan denize kadar açılan kanallarla Pamucak sahiline ulaşılması ve küçük tekneler ile Ephesos'e deniz yolu ile ulaşımın mümkün kılınması planlanmaktaydı³⁵.

Ephesos'te pek çok alternatif turizm yöntemi kullanmak mümkündür. Öncelikle en az maliyetli yöntemlerden biri Artemis Tapınağı ve Celsus Kütüphanesi'nin simülasyonu yapılarak üç boyutlu olarak Ephesos Ören Yeri Müzesi içinde sergilenirse ziyaretçilerin ilgisini çekecektir³⁶. Çünkü Artemis Tapınağı dünyanın yedi harikasından biri olarak kabul görmektedir. Celsus Kütüphanesi ise hem kütüphane hem de anıt mezar görevini üstlenen antik çağın en büyük kütüphanelerinden biridir.

3.5. Klazomenai (Limantepe) Antik Liman Kenti

Kentin tarihi oldukça eskidir. M.Ö. 1050 civarında İonlar tarafından kurulduğu düşünülmektedir. Kuruluşundan itibaren Limantepe mevkiinde bir ticaret limanı vardır³⁷. Heredot, İonya'nın başlıca 12 kenti arasında Klazomenai'yi de saymaktadır. İonya'nın bu 12 kentinde siyasal ve kültürel hayat o zamana kadar hiç olmadığı şekilde ilerlemiş ve şehir devleti anlamı bu şekilde ortaya çıkmıştır³⁸.

³⁴ Zehra Taşkın, "İlkçağ Uygarlıklarında Kitap ve Kütüphane: Efes Celsus Kütüphanesi", **Türk Kütüphaneciliği**, cilt:25, sayı:1, 2011, s.91.

³⁵ <http://www.emlaktasondakika.com/Kent-Bolge-Haberleri/Izmirdeki-Efes-Antik-Kenti-eskisi-gibi-liman-kenti-olup-denizle-bulusacak/haber-31761.aspx> (13.01.2014)

http://www.haber365.com/Haber/Efes_Antik_Kentini_1_Milyon_Kisi_Ziyaret_Etti/ (13.01.2014)

³⁶ Aynı yöntem İtalya'da Collesium'da kullanılmaktadır. Collesium Müzesi'nin içinde ayrıca para ödeyerek girdiğiniz bir bölümde üç boyutlu simülasyon modellemesi kullanılmaktadır.

³⁷ www.klazomeniaka.com (13.01.2014)

³⁸ Mansel, s.91. Bu 12 kent şunlardır: Güneyde; Milet, Myus, Priene. Orta Bölgede; Efes, Kolophon, Teos, Lebedos. Kuzeyde; Erithrai, Klazomenai, Phokaia, Samos ve Khios.

Klazomenai adının anlamı üzerinde çeşitli teoriler vardır. Ancak bunlardan en akla yatkını Anadolu’lu bir adın Hellen dilinden gelme ad görünüşüne büründürülmüş olabileceği ve bu teoriye göre adın “İskele Kenti Halkı” anlamına geldiğidir³⁹.

Klazomenai kazılarında M.Ö. 6.yy.a tarihlenen Anadolu’nun bilinen en eski zeytinyağı üretim tesislerinden biri ortaya çıkmıştır. Daha sonra aynı döneme tarihlenen iki tesis daha bulunmuş ve bu dönemde Klazomenai’nin zeytinyağı ticareti konusunda önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca Klazomenai’de ticari amfora üretiminin de yapıldığı ortaya çıkmıştır. Kısacası Klazomenai bu dönemde işlediği zeytinyağının ürettiği amfora ile ihracatını yapmaktadır. Ancak İzmir Limanı’nın Antigonos döneminde yeniden canlanmaya başlaması ile Klazomenai, İzmir Limanı ile rekabet edemeyerek ticari önemini kaybetmiştir⁴⁰.

Günümüzde alternatif bir turizm yöntemi olarak Hasan Balaban tarlası mevkiindeki zeytinyağı işliği antik dönemdeki aslına uygun olarak düzenlenmiş ve eski tekniklerle elde edilen zeytinyağının sergilendiği bir müze haline getirilmiştir.

3.6. Knidos (Datça) Antik Liman Kenti

Knidos adının anlamına ilişkin en güçlü olasılık “*Karadaki ada*” olarak görülmektedir⁴¹. Kentin tarihi M.Ö. 2000’li yıllara kadar uzanmaktadır. Kentin bilinen ilk yerli halkı Karyalılardır. Knidos, en parlak dönemini ise Dorlar döneminde yaşar ve bir Dor Kenti olarak anılır. Kent, M. Ö. 4. yy.da ticari nedenler ile günümüzdeki kalıntıların bulunduğu mevkiye taşınmıştır⁴².

Knidos, antik dönemde konumu nedeniyle biri askeri biri ticari olmak üzere iki limana sahipti. Bu limanlardan ticari olanı açık, askeri olanı ise trierleri⁴³ içine alabilen yirmi gemilik bir donanma merkezi olan ve kapatılabilen bir limandır⁴⁴.

Karayolundan ulaşımın güçlüğü Knidos’ta deniz ticaretinin gelişmesine neden olmuştu. Özellikle Knidos şarabı antik çağda

³⁹ Umar, s.364.

⁴⁰ Magie, s. 52.

⁴¹ Umar, s.449.

⁴² <http://tr.wikipedia.org/wiki/Dat%C3%A7a> (15.01.2014)

⁴³ Antik çağda üç sıra kürekli savaş gemisi.

⁴⁴ Strabon, s.179.

yaygın olarak biliniyor ve ticareti yapıyordu⁴⁵. Strabon, Knidos ve Smyrna'nın şaraplarını "...hem zevk veren hem de tıbbi amaç için kullanılan çok iyi cins şaraplardır." şeklinde tanımlamaktadır⁴⁶.

Knidos aynı zamanda antik çağın önemli bir sanat ve kültür kentiydi. Tarihin büyük astronomi ve matematik bilimcisi Eudoksus, doktor Euryphon, ünlü ressam Polygnotos ve dünyanın yedi harikasından biri sayılan İskenderiye Feneri'nin mimarı Sostratos burada yaşadı. Eudoksus'un geliştirdiği ve dönemin büyük buluşu olan güneş saati, ören yerinde bugün de görülebilir.

Knidos, deniz yoluyla ulaşımı kolay son derece güzel manzaraya sahip bir antik kenttir. Bu nedenle yaz aylarında yat turizmi alternatif bir turizm yöntemi olarak öne çıkar. Ayrıca aslına uygun olarak yapılan bir trierleri tekrar Knidos'un askeri limanında görmek ve geminin gezilmesini sağlamak alternatif bir turizm yöntemi olarak gerçekleştirilebilir.

Günümüzde Knidos'taki arkeolojik kazı çalışmaları durdurulmuştur. Yeni bilgilerin kazanılması adına kazılar yeniden başlatılmalıdır.

3.7. Miletos (Milet) Antik Liman Kenti

Miletos kuruluşunda bir liman kenti olmakla beraber, Büyük Menderes nehrinin getirdiği alüvyonlarla liman doldurulduğu için bugün denizden içeride bulunmaktadır.

Miletos, kuruluşunda Büyük Menderes'in ağzında bir yarımadanın üzerinde kurulmuştur. Miletos'un kurulduğunda dört ayrı limanı olduğu ve kolonilerden gelen yüklerin geniş bir yükleme boşaltma alanında işlendiği bilinmektedir⁴⁷. Miletos'un dört limanının en büyüğü donanma içindir ve kentin denizlerdeki gücü kurduğu kolonilerin çokluğundan da anlaşılır⁴⁸. Miletos'un en önemli ticari ürünü yün kumaştır⁴⁹.

Miletos, dönemin kültür-sanat ve siyaset merkezi olarak bilinmektedir. Ünlü matematikçi ve doğa felsefesini başlatan Thales Miletoslu'dur.

⁴⁵ Magie, s. 69.

⁴⁶ Strabon, s.153.

⁴⁷ Magie, s.39.

⁴⁸ Strabon, s.149.

⁴⁹ Mansel, s. 499.

Günümüzde var olan kalıntılar çoğunlukla Roma dönemine aittir. Miletos Antik kenti için öncelikle kazı çalışmaları devam etmektedir.

3.8. Smyrna (İzmir) Antik Liman Kenti

Smyrna kentinin varlığı M.Ö. 3000'den beri bilinmektedir. Kuruluşu ile ilgili farklı rivayetler olmasına karşın Bayraklı'da yapılan kazılardan kentin bir Aiol kenti olarak kurulduğu anlaşılmaktadır⁵⁰.

Strabon'a göre Smyrna, hem Ephesos'u hem de İzmir'i kuran ve bu kentlerde hüküm sürmüş bir Amazon'un adıdır⁵¹. Buna göre; aslı "*Tismurna*" olan kelimenin, ön eki olan "*i*" nin düşmesiyle Smurna veya Smyrna şeklini aldığı kabul edilir⁵².

Smyrna, M.Ö. 800'lerde Ege kıyılarında güçlü bir ticaret ağı kurmuş olan on iki İon kentinden Ephesos veya Kolophonlular tarafından ele geçirilerek İon ticaret ağına dâhil olmuştur. Daha sonra ise sırasıyla Lydia ve Pers hâkimiyetine girmiştir⁵³.

Pers hâkimiyetinin Büyük İskender tarafından sona erdirilmesinden sonra Smyrna kenti Antigones'in kontrolüne girdi. Ancak Antigones, M.Ö. 302'de Trakyalı Lysimakhos'la yaptığı savaşta, hem hayatını hem de İzmir kentini kaybetti. Smyrna, Atina'dan destek alan Lysimakhos tarafından yeniden canlandırıldı.

M.Ö. 300'lerde ise 13. üye olarak İon kent devletleri birliğine katıldı. Hellenistik dönem süresince "*özgür kent*" statüsünü korudu. Ancak İonia kıyı kentleri üzerinde Bergama Krallığı'nın hâkimiyet kurmasından sonra Bergama Krallığı'na bağlanan İzmir, M.Ö. 133 yılında III. Attalos'un ölümüyle, Bergama Krallığı ile birlikte Roma İmparatorluğu egemenliğine girdi⁵⁴. Bu dönemi Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemleri takip etti.

Smyrna Antik Kentinin limanı hakkında ayrıntılı bilgi bulunmamaktadır. Ancak antik kaynaklardan anlaşılmaktadır ki

⁵⁰ Ekrem Akurgal, **Anadolu Uygarlıkları**, Net Turistik Yayınları A.Ş., İstanbul, 2000., s.294.

⁵¹ Strabon, s.24.

⁵² Mübahat Kütükoğlu, "*İzmir*", **İslam Ansiklopedisi**, Cilt: XXIII, Türkiye Diyanet Vakfı Yayını, İstanbul, 2001, s.515.

⁵³ Fikret Yılmaz- Sabri Yetkin, **İzmir Kent Tarihi**, İzmir B. B. Kültür Yay. , İzmir, 2002, s.26

⁵⁴ Yılmaz- Yetkin, s. 30.

Smyrna kenti her yükseliş döneminde çevresindeki liman kentlerinin (Klazomenai, Phokai gibi) ticaretini sekteye uğratmıştır.

Günümüzde Antik Smyrna Kenti bölgesinde arkeolojik kazı çalışmaları devam etmektedir. Ancak bölgedeki nüfus yoğunluğu ve ticari iş yerlerinin çokluğu kazı çalışmalarının istenen seviyede ilerleyememesine neden olmaktadır. Yine de önceki dönemlere göre konuyla ilgili kentsel dönüşüm çerçevesinde olumlu gelişmeler yaşanmaktadır. İyi bir planlama ile gelecek nesiller Antik Smyrna Kentinin kalıntılarından daha fazlasını görebilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Antik liman kentlerinin deniz turizminin bir parçası olarak düşünülmesi başlı başına alternatif bir turizm yöntemidir. Bu açıdan daha fazla fayda sağlamak için ise öncelikle antik liman kentlerinde yapılacak arkeolojik kazı çalışmalarının artırılmasına ihtiyaç vardır.

Alternatif turizm yöntemleri, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için gelir artırımı sağlayan önemli bir yöntemdir. Türkiye, alternatif turizm yöntemleri geliştirmek konusunda sahip olduğu tarihi ve kültürel miras nedeniyle çok avantajlı bir konumdadır. Zekice düşünülmüş basit yöntemler bile Türkiye'nin turizmden sağladığı gelirlerin önemli ölçüde artmasını sağlayacaktır. Bu nedenle tarihi ve kültürel değerlerimize sahip çıkılması ve bu konuda bir kamuoyu bilinçlendirilmesi oluşturulması hayati önemdedir.

Antik liman kentleri üzerinden ise deniz turizmi ve çeşitli alternatif turizm yöntemi gerçekleştirilebilmesi maddi olanaklara bağlıdır. Yapılacak stratejik planlamalar ile geleceğe dönük olarak özel sektörden bu tür projelere kaynak aktarımı sağlanabilecektir. Ancak, öncelikle planlamalar ile hedeflenen amaçların net bir şekilde ortaya konabilmesi önemlidir.

Alternatif turizm yöntemlerinin çoğunlukla geleceğe dönük yatırımlar olması planlamanın önemini arttırmaktadır. İyi planlanarak belirlenmiş alternatif turizm projelerinin kaynak aktarım sıkıntısı daha az olacaktır. Çünkü hiçbir yatırımcı sonucu kestirilemeyen belirsiz projelere yatırım yapmak istemez.

Aynı zamanda başarıyla gerçekleştirilen alternatif turizm yöntemlerinin varlığı bu konuda yatırımcıları teşvik edici bir rol oynayacaktır. Bu nedenle alternatif turizm yöntemlerinin; gerçekleştirilmesi kolay, küçük çaplı projelerden daha büyük projelere doğru planlanması ve uygulanması başarıyı arttıracaktır.

KAYNAKÇA

Akurgal, Ekrem. **Anadolu Kültür Tarihi**, TÜBİTAK Yayınları, Ankara, 2008.

Akurgal, Ekrem. **Anadolu Uygarlıkları**, Net Turistik Yayınları A.Ş., İstanbul, 2000.

Heredot, **Tarih**, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2012.

Keleş, Çiğdem -Erdem Temeloğlu-Hayri Uygun, “*Ayvacık İlçesinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi*”,(ed: Ali Akdemir, Osman Demircan, Selahattin Yılmaz, Turan Takaoğlu, Evren Erginal), **Ayvacık Değerleri Sempozyumu 29-30 Ağustos 2008**, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Yayınları, no:87, Çanakkale, 2008.

Kütükoğlu, Mübahat. “*İzmir*”, **İslam Ansiklopedisi**, Cilt: XXIII, Türkiye Diyanet Vakfı Yayını, İstanbul, 2001.

Magie, David. **Anadolu’da Romalılar Batı Anadolu Kent Devletleri**, cilt 3, (çev. Nezih Başgelen- Ömer Çapar), Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 2003.

Mansel, Arif Müfid. **Ege ve Yunan Tarihi**, Türk Tarih Kurumu, Ankara, 1999.

Özdaş, Harun. “*Antik Çağ’da Liman Olgusu*”, **İ. Metin Akyurt Bahattin Devam Anı Kitabı**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1995.

Öztürk, Yüksel - İrfan Yazıcıoğlu, “*Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma*”, **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi**, Yıl:2002, sayı:2.

Schwertheim, Elmar. **Antikçağ’da Anadolu**, (çev. Nuran Banu), Kitap Yayınevi, İstanbul, 2009.

Strabon, **Antik Anadolu Coğrafyası (Geographika: XII-XIII-XIV)**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1993.

Taşkın, Zehra. “*İlkçağ Uygarlıklarında Kitap ve Kütüphane: Efes Celsus Kütüphanesi*”, **Türk Kütüphaneciliği**, cilt:25, sayı:1, 2011.

Umar, Bilge. **Türkiye’deki Tarihsel Adlar**, İnkılâp Kitapevi, İstanbul, 1993.

Vitruvius, **Mimarlık Üzerine On Kitap**, (çev. S. Güven), İstanbul, 1990.

Yılmaz, Fikret - Sabri Yetkin, **İzmir Kent Tarihi**, İzmir B. B. Kültür Yayını, İzmir, 2002.

Erişim Adresleri

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Dat%C3%A7a>

<http://www.360derece.info/>

<http://www.ancientportsantiques.com/the-catalogue/turkey/>

<http://www.buyuyenturkiye.com/haber/gelir-sampiyonu-efes-antik-kenti>
<http://www.emlaktasondakika.com/Kent-Bolge-Haberleri/Izmirdeki-Efes-Antik-Kenti-eskisi-gibi-liman-kenti-olup-denizle-bulusacak/haber-31761.aspx>
<http://www.emlaktasondakika.com/t/efes-antik-kent-ziyaretci-rekoru/haber23407.aspx/23407.aspx>
http://www.haber365.com/Haber/Efes_Antik_Kentini_1_Milyon_Kisi_Ziyaret_Etti/
http://www.istanbularkeoloji.gov.tr/web/41-225-1-1/muze_-_tr/muze/kazilar/yenikapi_kazilari
http://www.kugm.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/YAYINLAR/20120810_150422_64032_1_64346.pdf
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43336/muze-istatistikleri.html>
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44876/side.html>
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44877/coracesium-alanya.html>
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44878/hamaxia.html>
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44899/attaleia-antalya.html>
www.klazomeniaka.com

DENİZ TURİZMİNİN DÜNÜ, BUGÜNÜ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

İpek SAPMAZ¹
M.Faruk OKUYUCU²

1. DENİZ TURİZMİNİN DÜNÜ;

Deniz Turizminin tarihini çok eski yıllara taşımak mümkündür. Osmanlı şairleri, "...bir çifte kürek, bir kayık çıkalım sadabada..." benzeri deniz gezilerinden çokça söz etmişlerdir. Boğaz'da, Haliç'te ve Gökusu da kürekli teknelerle geziler yapıldığı da bilinmektedir. Cumhuriyet döneminde birkaç adet yattan söz edilir. Şehir hatları vapurlarıyla kruvaziyer gemi gezileri de Akdeniz de bilinen bir deniz turizmi gezisi tipidir.

Ancak, organize deniz turizmi faaliyeti, ilk kez Bodrum da Halikarnas Balıkçısı diye anılan şair/yazar /felsefeci Cevat Şakir KABAAĞAÇLI'nın sürgün yıllarında, süngerci-balıkçı kayıklarıyla Gökova koylarına yaptığı gezilerle başlamıştır. Sonraları yabancı konukların da geziye katılmaları ile Mavi Yolculuk adı altında deniz gezileri yaygınlaşmıştır. Başlangıçta 6-7 m sandallarla yapılan geziler, sonraları motorlu teknelerle, Marmaris, Fethiye, Antalya gibi güzel koyların olduğu bölgelere yayılmıştır. Bu arada, çevre koylara günübirlik gezilerde başlamıştır.

1960'lı-70'li yıllardan itibaren sualtı dalış faaliyetlerinin de başladığını izlemekteyiz.

1980'li yıllarda Turizm Teşvik Yasası'nın içerdiği Yatçılık ve Marinacılık Bölümleri, Gulet teknelerin ve Marinaların yapımını hızlandırmıştır. Aynı zamanda günübirlik geziler, dalış ve su sporları, yatılı yat gezileri gelişmeye başlamıştır. Ege/Akdeniz kıyılarımızla, yakınlarındaki Yunan Adaları'na yapılan feribot seferleri de Deniz Turizminin desteklemiştir.

¹ İMEAK DTO Deniz Turizmi ve Deniz Kaynakları Birimi Yetkilisi

² İMEAK DTO Yönetim Kurulu Üyesi

Denizde bunlar olurken, bu teknelerin bağlama- kışlama yanaşma gereksinimlerini karşılayan Deniz Turizmi Tesisleri görünmeye başlamıştır. Turizm Bakanlığına bağlı TURBAN Şirketi, önce Kuşadası Marinayı sonra Bodrum ve Kemer Marinalarını işletmeye açmıştır.

2. DENİZ TURİZMİNİN BUGÜNÜ;

Deniz Turizmini, deniz araçları ile denizde (kıyıda, üzerinde, altında) yapılan Turizm amaçlı ticari faaliyetler olarak tanımlamaktayız. İlgili mevzuat (öncelikle 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ve bağlısı Yönetmelikle ile Denizcilik Mevzuatı) Deniz Turizmi Tesisleri ve Deniz Turizmi Araçları olarak iki ana başlığa ayrılmıştır.



Deniz Turizmi, faaliyet gösterdiği alt kollarının tümü, Türkiye Turizm Döviz Gelirinden %20 lik pay almaktadır.

Bugün, Türkiye Deniz Turizmi, 56 adet Marina ile 15.229 adet yat bağlama kapasitesine ulaşmış olup, bu yıl açılacak yeni yat limanlar ile bu rakam 62 adet marina ile 21.000 bağlama kapasitesine ulaşacaktır. Ticari Deniz Turizmi araçları ile Türk Deniz Turizmi

Filosu yaklaşık 10.000 adete ulaşmış, Dalış Turizmi ve Su üstü Hizmetleri Ticari Merkezlerinin sayısı ise 800'lere ulaşmıştır.

Ancak, Kruvaziyer Gemimiz olmamasına rağmen, Ülkemiz Kruvaziyer Limanlarımızı, 2013 yılının son 10 ayında 1458 adet Kruvaziyer Gemi ile 2.086.416 adet yabancı turist ziyaret etmiştir.

Ülkemiz Uluslararası Kruvaziyer Firmaları tarafından özellikle İstanbul ve İzmir kalkış-varış limanı (turn-around port) olarak seçilmiştir.

Sektör olarak, en büyük arzumuz, Uluslararası sularda Türk Bayraklı Kruvaziyer Gemilerin dolaşmasıdır. Son 10 yıldaki istatistiki veriler incelendiğinde, sektör genelinde % 120 lik bir artış olduğu görülmektedir.

3. DENİZ TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ;

Deniz Turizminin vazgeçilmez ögesi, görece temiz Akdeniz-Ege suları, iklim ve dünyada benzeri olmayan koylarımızdır. Başta Gökova, Hisarönü, Fethiye, Göcek, Kekova ve Antalya çevresi olmak üzere birçok özelliği bir arada taşıyan bu doğa parçaları , deniz turizminin varlık nedenidir.

Örnek olarak, Deniz Ticaret Odası Bodrum Şubesinin yaptığı bir çalışmaya göre; Edremit Körfezi -Antalya Faselis arasında yatçılığa uygun toplam 239 adet koy bulunurken, 2013 yılı itibari ile 41 adet koy geri dönüşümsüz bir şekilde tahrip olmuş, 104 tanesi Milli Park kapsamında koruma altına alınmış, 94 adedi ise yoğun yapılaşma ve çevre baskısı ile korumasız bir şekilde tahribat altında bulunmaktadır.

Deniz Turizminin sürdürülebilirliğini sağlamanın tek şartı, eşsiz koylarımızın yapılaşmaya kapatılarak, koruma ile ilgili mevzuatın tam olarak uygulanmasıdır.

SUALTI ARKEOPARKLARI VE DENİZ TURİZMİ

Osman ERKURT¹
Serim PAKER²

ÖZET

Binlerce yıllık tarihe sahip Anadolu Kıyıları birçok antik batığa ev sahipliği yapmaktadır. Bu batıklardan bazıları bilimsel yöntemlerle gün yüzüne çıkarılmış ve çeşitli müzelerde sergilenmektedir. Ülkemizin bu zenginliği dünyanın ilgisini çekmektedir. Su altında kurulacak imitasyon alanlarla bu ilgi daha da çoğalacak ve zenginleşecektir.

Amacımız, dalış turizminin ilgi alanına giren bu konuyu ülkemizin deniz turizmini geliştiren yeni bir boyut haline getirmektedir. Ülkemizin sualtı zenginliklerini deniz ve dalış turizminin kullanımına sunmak için yapılacak yapay arkeoparklar ve aquaparkların bilimsel esaslara uygun olması çok önemlidir.

Anahtar kelimeler: İnsan, deniz, arkeoloji, turizm

GİRİŞ

İnsanlık tarihine baktığımızda Anadolu Topraklarının ve onu çevreleyen denizlerin önemli ve değerli olduğunu görürüz. Bilim dünyası binlerce yıllık geçmişe sahip bu toprakları insanlık tarihinin başladığı topraklar olarak nitelendirir. Günümüzden 11000 yıl önceye ait Göbekli Tepe, 9000 yıl önceye ait Çatalhöyük gibi dünyanın en eski yerleşim yerlerine sahip olan ülkemiz, doğal olarak onu çevreleyen denizlerde de en eski bilgilere sahiptir. Doğu Akdeniz ve Ege kıyılarında yapılan sualtı araştırmaları ve kazıları birçok batığın var olduğunu göstermektedir.

Kara sularımızda yer alan Uluburun, Gelidonya, Yassıada, Serçe Limanı batıklarıyla bir dünya devi olan ülkemizde, bu batıklar bilimsel olarak mükemmel bir çalışma ile gün yüzüne çıkarılmıştır. (Şekil 7)

Bu tekneler her yıl binlerce kişinin gezdiği Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi'nde sergilenmektedir. Kazı sonuçlarından

¹ Arkeolog., 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği, İzmir, info@360derece.info

² Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir. serim.paker@deu.edu.tr

öğrendiğimiz kadarıyla batıkların çok oluşu ve son derece önemli ticaret metallerini taşıyor olması Türkiye'nin sualtı değerlerine olan ilgiyi arttırmıştır.

Dünyanın bilinen en eski batığı olan 'Uluburun Gemisi' National Geographic tarafından 20. yüzyılın en önemli ilk 10 keşfi arasında değerlendirilmiştir (Şekil 1).



Şekil 1: Uluburun Gemisi replikası , Ağustos 2005, Selva Egeli

İzmir-Limantepe Kazıları ABD'de yayımlanan ve dünyanın en popüler arkeoloji dergisi olan "Archaeology" nin 2009 yılı Temmuz sayısında dünyanın en önemli ilk 10 sualtı kazısı arasında gösterilmiştir.

Tüm dünyada ve ülkemizde turizmde geline son nokta fark yaratma ve özgün olmadır. Yani otel ve dar çevresinde geçirilen tatil anlayışı giderek azalmaktadır. Yeni açılımlar, yeni keşifler, yeni sunumlar talep edilmektedir. Ülkelerin kendine has özellikleri ve tarihi değerlerini bilimsel temele dayalı projelerle sunmak turizme yepyeni bir boyut getirecektir.

Bunun için kanımızca, interaktif deniz müzelerinin, imitasyon müzelerinin, imitasyon sualtı arkeoparklarının çoğalması gerekmektedir. Elbette, tüm bu olguların hayat geçmesi ülkemize son derece önemli bir sosyoekonomik fayda sağlayacaktır.

Dalış Turizmi

Özel ilgi turizminin (alternatif turizm) en başında gelen dalış turizmi pahalı bir ilgi alanıdır. Kullanılan ekipmanlar, dalış yerlerinin özelliği ve çeşitliliği bu pahalılığı oluşturmaktadır. Senede 10 milyon Avrupalı turist dalış için Mısır'a gittiğini düşünürsek bu ilginin son derece önemli bir potansiyel olduğunu düşünebiliriz. Dalış sporunu seven bu insan grupları dünyanın her yerinde dalmak için programlar yapmaktadır ve yeni arayışlar içindedir (Şekil 2).



Şekil 2: Dalgıçlar, Eylül 2006, Mualla Erkurt

Ülkemizin ılıman iklimi sayesinde 4 mevsim dalış yapılabilmesi büyük bir olanaktır. Zengin sualtı coğrafyası ve batıklar dalış sporu yapan insanların ilgisini çekmektedir. Dünyada en önemli 50 dalış merkezinden biri ülkemizin Kaş ilçesidir. Sualtı dünyası çok çeşitli olan Kaş, batıklar, mağaralar, kanyonlar, resifler, tüneller, uçaklar ve sualtı canlılarının çeşitliliğinden dolayı önemli bir dalış merkezi olmuştur.

Sualtı Arkeoparkları

İnsanlar denizi merak ettikleri ve tutkuyla bağlandıkları kadar sualtına da meraklıdırlar. Bu merak ve ilgiyi bilimsel ölçüler içinde turizmin kullanımına sunmak büyük kazanım olacaktır.

Sualtı arkeoparklarının en önemli özelliği tarih, arkeoloji, çevre ve kültürel değerlere sahip bir deniz ortamı oluşturmalarıdır. Arkeoloji ve sualtı arkeoloji mirasının bilinçli bir şekilde korunması

ve bu bilgilerin yaygınlaştırılması, çevreyi, denizi, ekolojiyi koruma bilincinin gelişmesini de sağlar. Bu bilinç, eğitim programlarıyla da desteklenirse kalıcı ve daha da koruyucu olur. (Hamer,2005)

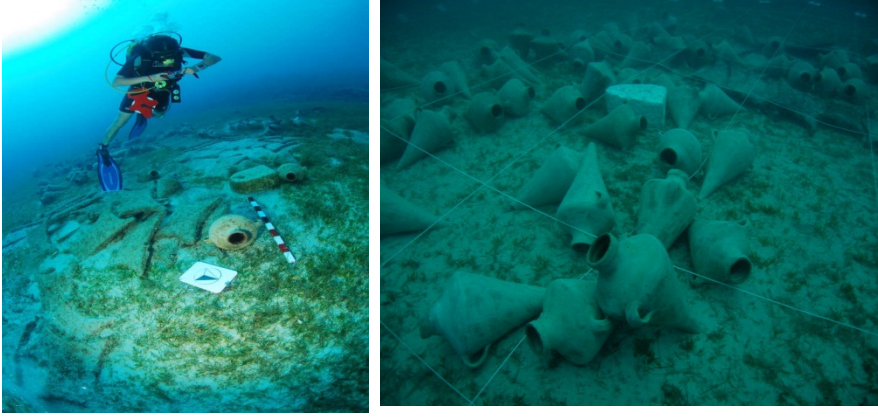
Yerel kuruluşlar (valilik, belediye), eğitim kurumları (üniversiteler, enstitüler), dalış merkezleri, işletmeler ve sivil toplum kuruluşları bu konudaki girişimleriyle, hem çevreye duyarlı hem de arkeolojik bilincinin yayılmasıyla ilgili kültürü teşvik ederek ülke adına değerli bir konuya dikkat çekmiş olurlar.

Arkeopark projeleri aynı zamanda çok yönlü olarak hizmet vermektedir. Öncelik, yöre halkının ilgisini çekmek, onları bilinçlendirmek ve yeni iş sahaları yaratmaktır. Daha sonra tarihe ilgi duyan herkesin dikkatini o bölgeye çekmektir. İşin en vazgeçilmezi ise bilimsel temeldir. Üniversitelerin, bilim adamlarının onaylarıyla yapılacak olan bu alanlar daha değerli olacaktır. Gerçek bilgilerden yola çıkılarak yapılan canlandırmalar insanların daha çok ilgisini çekmektedir. Katılımcıları doğru bilgilendirmenin bir nevi eğitim gibi düşünülmesi gerekmektedir. (Delgado,1997)

Türkiye'nin dünya çapında bilinen sualtı merkezi olan Kaş ilçesinde bu özelliğini daha geliştirmek ve duyurmak amacıyla yerel yönetim, üniversite, sivil toplum kuruluşları ve dalış kulüpleri biraya gelerek uluslararası birçok projeyi hayata geçirmişleridir. Öncülüğünü 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği'nin yaptığı bu projeler Sualtı Araştırmaları Derneği (SAD) tarafından yürütülmektedir (Şekil 3).







Şekil 3: Kaş Sualtı Arkeoparkı ,2006, Mualla Erkurt, A.Şeyda Maraş

2006 yılında Kaş Arkeopark Deneysel Arkeoloji, 2007 yılında Türkiye Sualtı Kültür Mirası Sanal Müzesi (internet ortamında yayın), 2008 yılında Kaş Arkeopark Bilim Kampı, 2009 yılında Genç Arkeopark, 2010 yılında Kaş Kültür Mirası Yüzey Araştırmaları, 2011 yılında da Kaş Tarihtir projeleri yapılmıştır. (Özaygen,Varinlioğlu, Girgin, Baştanlar, 2008) Projelerin bazıları tamamlanmış, bazıları devam etmektedir (Bkz.www.sad.org.tr).

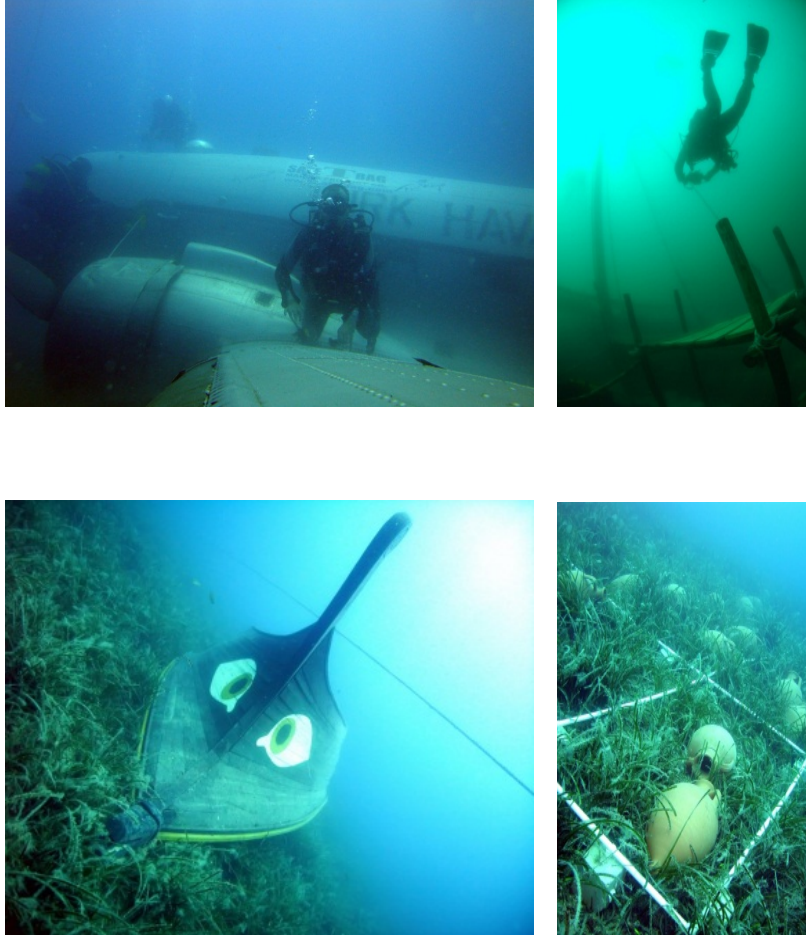
Bu projeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜBİTAK, TÜBA (Türkiye Bilimler Akademisi) NAS (Nautical Archaeology Society), DEGUWA (German Society for the Promotion of Underwater Archaeology), ARİT (The American Research Unstitute in Turkey), AKMED (Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü), Avrupa Birliği, Dünya Bankası, ODTÜ, Başkent Üniversitesi, UCLA (University of California Los Angeles), İTÜ, Kaş Belediyesi ve Kaş Kaymakamlığı'nın destek ve katkılarıyla yapılmıştır. 2014 yılında NAS aracılığıyla tüm Avrupa'ya duyurulan dalış programları uygulanacaktır. (Bkz.http://www.nauticalarchaeologysociety.org)

2009 yılında İzmir, Mordoğan'da sualtı yeni bir sualtı arkeoparkı projesi hayata geçirilmiştir. Proje sahibi 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği, Ankara Üniversitesi, Ege Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi ve Mordoğan Belediyesi işbirliği ile uygulanan bu projeye, İzmir-Mordoğan ilçesinin gerek bilimsel anlamda gerekse sportif anlamda bir sualtı merkezi haline getirilerek bu değerlerin ülkemize ve tüm dünyaya tanıtılmasını amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan sualtı arkeoparkının hem bilimsel çalışmalar yapılan bir alan haline getirilmesi hem de bölgedeki dalış turizmi ivmesinin artırılması hedeflenmiştir (Şekil 4, Şekil 5).



Şekil 4: Mordoğan Sualtı Arkeoparkı 2009, Mualla Erkurt





Şekil 5: Mordoğan Sualtı Arkeoparkı (2009, Barış Şendemir).

Bu amaçla M.Ö 600'lere ait Ege Denzinde kullanılan ticaret ve savaş teknesi yapılarak batırılmıştır. Daha sonra bu alana ilgiyi arttırmak amacıyla 2. Dünya Savaşında kullanılan bir nakliye uçağı olan C 47 batırılmıştır.

2011 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Alanya Müzesi, Alanya Belediyesi projesi olan ‘‘Alanya Kalesi Kızılkule-Tophane Ekseni Denizcilik ve Gemi Müzesi’’ projesinde derneğimizin önerileri üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Tamamen interaktif müzecilik anlayışıyla imitasyon malzemelerle bir sergileme yapılmıştır. 2012 yılında tamamlanan müzeyi ilk sekiz ayında 46.500 kişinin gezdiği tespit edilmiştir (Şekil 6).



YÖNTEM

Ülkemizin eşsiz doğal kaynakları, arkeoloji ve denizin alternatif turizm ile gelişen bağları, özellikle sualtı arkeolojisinin insanları cezbeden yanı sıra bir araya gelince sualtı arkeoparklarının turizm içindeki önemi daha da ortaya çıkmaktadır.

Bilimsel yöntemlerle ele alınması gereken bu konu üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, konu ile ilgili işletmelerin aralarında yapacakları işbirliği ile ele alınmalıdır.

Bu kurumların ortak kararıyla seçilecek bir batığın orijinal bilgilerinden yola çıkarak imal edilecek tekne ve tekneye ait yüklerin imitasyonlarıyla yapılacak özel dalış noktaları oluşturulmalıdır. Hemen yanına ise günümüzde görüldüğü ve bilindiği şekli yerleştirilmelidir. Bu alanlar sualtı arkeolojisinin kazı, restorasyon ve dokümantasyon tekniklerinin öğretildiği alanlar haline getirilmelidir.(Chapelle,1949)

Bu alanların en büyük özelliği arkeolog olmayan başka mesleklere sahip insanların sualtı arkeolojisine olan ilgilerinin ve buna bağlı bilgilerinin artmasını sağlayacaktır. Yıllık programlarla çalışan

bu merkezler dalış turizmine yeni bir boyut katacaktır. Bu yöntemlerle oluşturulmuş olan dalış noktaları, dalanların ilgisini çekebilecek başka objelerle de desteklenmelidir. Bölgeye yakın yere batırılacak uçak ve deniz canlılarının yaşamı ile ilgili yapay resif oluşumları ilgiyi daha da arttıracaktır.

Ayrıca, dalış ağırlıklı programlar içeren kurslar ve seminerler verilmelidir. Bu kurslar, konularında uzman, akademik referanslı kişiler tarafından verilmelidir. Kursların ana amacı deniz, arkeoloji ve insan bağları kurmak olmalıdır. Kursların konuları ana değişmez olan sualtı arkeolojisi ağırlıklı olmalıdır. Konular; sualtı arkeolojisi, dalgıçlık tarihi (antik dalgıçlık), sualtı sörveyi, eserlerin yüzeye çıkarılması, dokümantasyon, restorasyon, sualtı fotoğraf ve film tekniği, sualtı canlıları ve yaşam alanları, deniz mutfağı olmalıdır.

Sualtı arkeolojisi: Projede yer alan sualtı programlarının bel kemiğini oluşturan sualtı arkeoloji tekniklerinin uygulanması ile ilgili bilgilerin verilmesi.

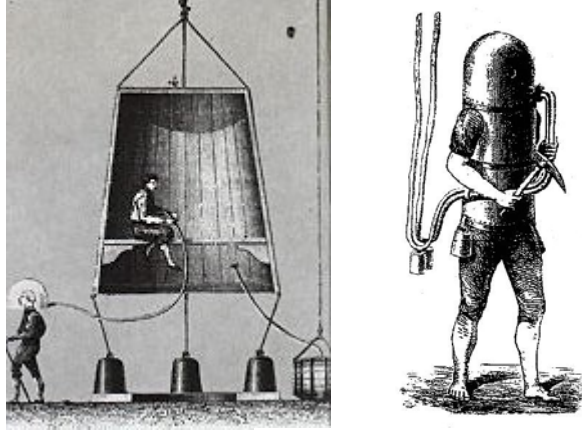


Şekil 7: Uluburun Batığı Sualtı Kazısı



1985, INA

Dalgıçlık tarihi: Konuya interaktif yaklaşımın en önemli olgusudur. Bunun için bilinen en eski dalış aletleri bilimsel yöntemlerle yeniden imal edilip, risksiz programlar içinde kullanılması.



Şekil 8: Antik dalış aletleri 1680, Dr. Edmond Halley Bibliodysey image

Sualtı sömürge: Batıkların tespiti için deniz tabanında yapılan araştırmalardır. Bazı elektronik aletler kullanılabilir (Şekil 9).



Şekil 9:Rov cihazı (www.turbosquid.com).

Eserlerin Yüze Çıkarılması: Sualtı arkeolojisinde arkeolojik malzemenin su üzerine çıkarılabilmesi için uygulanan özel yöntemler (içi hava dolu balonlar).

Dokümantasyon: Yerde tespit edilen arkeolojik malzemenin tarih ve tipoloji göz önüne alınarak incelenmesidir.

Restorasyon-Konservasyon: Özel sualtı arkeoloji teknikleri kullanılarak çıkarılan eserin temizlenmesi, onarılması ve saklanması için gereken kimyasal işlemlerin yapılması.

Sualtı Fotoğraf ve Film Teknikleri: Tüm dalış programlarında kullanılan bu konu, çalışmaların her noktasının nasıl fotoğraflanacağı ile ilgili bilgileri içermektedir. Çok özel bilgiler

gereken, pahalı aletler ile uygulanan bu konu daha çok teorik bilgi gerektirir (foto mozaik).

Deniz mutfağı: Dünyamızda en önemli besin zinciri olan deniz canlıları hakkında bilgi sahibi olmak (Broadwater,2002).

SONUÇ

Süreklilik turizmin ana değişmezidir. Burada amaç bilimsel gerçeklerden yola çıkarak oluşturulan bu yapıları turizm olgusu içinde yumuşatılarak sunmaktır.

Derneğimiz on senedir deneysel arkeoloji projelerini hayata geçirmektedir. Bu süre boyunca gerek yurt içinde gerekse yurt dışında ki deneyimlerimizden edindiğimiz sonuçlar; her meslek ve kültür kesiminden insanın tarih ve arkeolojiye karşı duyduğu inanılmaz ilgi ve merakıdır. Bundan yola çıkarak ülkemizin zengin tarihi ve arkeolojik değerlerini imitasyon müzeler, arkeoparklar, aquaparklar, sualtı arkeoparkları gibi yeni tanıtım projeleriyle çok geniş kitlelere tanıtılabilir ve bundan ekonomik girdiler elde edilebilir.

KAYNAKÇA .

- Hamer,A.,Fry, N.,Stone,G. (2005). Secrets of the Solent, Hampshire & Wight Trust
- Delgado, J.P. (1997). Encyclopaedia of Underwater and Maritime Archaeology, British Museum Press, London.
- Chapelle, H.I., (1949) The History of the American Sailing Navy, Konecky&Konecky, New York.
- Özaygen,A.Ş., Varinlioğlu, G., Girgin, S., Baştanlar, Y. (2008) Tübitak Araştırma Projesi, Ankara
- Broadwater, J.D. (2002). ‘Timelines of Underwater Archaeology’. Chapter 2, International Handbook of Underwater Archaeology. Kluwer Academic/Plenum Publishers, New York.

TÜRKİYE’NİN YAT VE KRUVAZİYER TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

İbrahim Alpay YILMAZ¹
Şule Aydın TÜKELTÜRK²

ÖZET

Deniz turizmi ilk bakışta “deniz-güneş-kum” üçgeni eksenli kitle turizmi ile aynı anlama gelecek şekilde anlaşılacakla birlikte; birer alternatif turizm çeşidi olan “yat turizmi” ve “krvaziyer turizmi” de deniz turizmi kavramı kapsamında ele alınan konuları oluşturmaktadır. Yat turizmi, insanların gezi, dinlenme ve eğlenme amaçları ile, doğal ve tarihi turistik değerlere sahip yöreleri içine alan bir rota boyunca, yatlarıyla yaptıkları gezilerden oluşmaktadır. Türkiye’de yat turizmi 1983 yılında yürürlüğe konulan Turizmi Teşvik Yasası’nın 815 sayılı Kabotaj Yasası’nda değişikliğe yol açmasıyla gelişme göstermiş ve bu dönemde Türkiye’de faaliyet gösteren yerli yat işletmeciliği nitelik ve nicelik yönünden uluslararası standartları yakalayacak bir düzeye gelmiştir. Kruvaziyer turizmi ise liman ziyaretleri ve bu ziyaretler sırasında yapılan alışverişleri içeren bir turizm türüdür ve dünya turizminin son yıllarda hızla büyüyen bir alt sektörünü oluşturmaktadır. Türkiye’nin bu iki alternatif turizm türü açısından sahip olduğu potansiyelin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Kıyılarının toplam uzunluğu 8.333 kilometreyi bulan Türkiye yat ve kruvaziyer turizmde doğal ve kültürel kaynaklar açısından önemli bir zenginliğe sahiptir. Diğer yandan bu turizm çeşitleri; Türkiye’de turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ve katma değeri daha yüksek turizm faaliyetleri yaratılması doğrultusundaki çabalar kapsamında üzerinde önemle durulması gereken konuları oluşturmaktadır. Ancak yine de deniz turizmi açısından Akdeniz çanağındaki İspanya, Fransa, İtalya, Slovenya, Hırvatistan ve Yunanistan gibi rakip ülkelerle karşılaştırıldığında, ülkemizin bu ülkelerin oldukça gerisinde kaldığı ve turizmin bu alanından yeterince pay sahibi olamadığı anlaşılmaktadır. Türkiye’nin deniz turizmde sahip olduğu payın artırılabilmesi için öncelikle çağdaş limancılık hizmeti sunulabilecek liman komplekslerinin geliştirilmesi ve limanlarda verilen hizmetlerin kalite düzeylerinin artırılması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacını; bu bilgiler ışığında Türkiye’nin deniz turizmde sahip olduğu potansiyelin değerlendirilmesi ve bu potansiyeli artırmaya yönelik önlemlerin tartışılması oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Yat Turizmi, Kruvaziyer Turizm, Türkiye

¹ Öğr. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar M.Y.O., Kırklareli
alpay100@gmail.com

² Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Edirne
suleaydin2002@hotmail.com

GİRİŞ

Kitle turizmine alternatif teşkil eden turizm türlerinden ikisi olan yat ve kruvaziyer turizm türleri, turizm sektörünün dünya genelinde hızla büyüyen segmentlerinden ikisini oluşturmaktadır. Her yıl bu iki turizm çeşidine katılan kişi sayısı artış göstermektedir. Yat turizmi ülkelerin kıyı kesimlerindeki koylara yönelik bağımsız bir talep dahilinde gerçekleştirilirken; kruvaziyer turizmi gemilerin limanlara uğramaları şeklinde gerçekleşmektedir. Ülkemiz yat turizmine elverişli koylar bakımından oldukça zengin bir potansiyele sahip bulunurken; kruvaziyer turizmine elverişli limanların kalitesi bakımından bir takım yetersizliklerle karşı karşıya bulunmaktadır. Yat turizminin devlet tarafından desteklenmesi ve kruvaziyer gemilerin uğradığı limanların niteliklerinin iyileştirilmesi, ülkemizin deniz turizminin bu segmentlerinin oluşturduğu dünya ve özellikle de Akdeniz genelindeki pazardan istenilen payı almasını mümkün kılacaktır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı Türkiye'nin yat ve kruvaziyer turizm sektörlerindeki mevcut durumunu rakamlarla ortaya koymak ve bu turizm sektörlerinden daha fazla pay alabilmesi için bir takım önerilerde bulunmaktır.

YAT TURİZMİ

Deniz Turizmi Yönetmeliği'nde "yat" terimi; *gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı onikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracı* şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer yandan aynı yönetmeliğe göre kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak koşulu ile taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeye, tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen deniz turizmi araçları da yat kapsamında değerlendirilmektedir (Deniz Turizmi Yönetmeliği).

Yatlar genellikle dört alt gruba ayrılmaktadırlar (Güzel, 2006: 14-15):

- *Mürettebatlı Yatlar*: Gulet olarak adlandırılan ahşap gövdeli ve kamaralı teknelerdir. Bunlar eski balıkçı teknelerinin gözden geçirilerek yenilenmesi ile oluşturulmuş teknelerdir. 1960'lı yıllarda tirol teknelerine kamara ve alaturka tuvalet eklenmesiyle başlayan bu tekne biçimi günümüzde boyu 20-23 metreyi bulan, her kabininde özel deniz tuvaleti bulunan, 6-8 ton kullanma suyu barındıran ve ferah kamaralara sahip olan bir yapıya ulaşmıştır.

- *Mürettebatsız Yatlar*: Mürettebatsız yatlar, ithal edilerek Türk bayrağı çekilen ya da Türk yat işletmelerinin şemsiyesi altında kendi bayrağı ile kiralanarak teknelerdir. Büyük bir çoğunluğu yelkenli olmakla birlikte, son yıllarda motorlu yatlar da bu amaçla işletilmektedir. Mürettebatsız yatlarda gemicilik ve hizmet görevleri kiralanarak yerine getirilmektedir.
- *Grup Halinde Yat Kiralama*: En az 7 yatın belirli bir düzen dahilinde beraberce gezmek üzere kiralanmasıdır.
- *Özel Yatları Kiralama*: Yat işletmelerinin, özel yat sahipleri ile anlaşma yaparak, bu özel yatların kiralanmalarına aracılık yapma faaliyetleridir.

• Marina (yat limanı) A.B.D.'deki Ulusal Makine ve Gemi Yapımcıları Derneği tarafından; geminin uyuma, yemek yeme, tamir yapma ihtiyaçları ile gemisinin yakıt ve gıda talebini karşılayan, yelkenini gerebileceği, alışveriş yapabileceği; haberleşmenin, ulaşımın ve donanımın sağlanabildiği bir faaliyet alanı yaratan yer olarak tanımlanmaktadır. Yat limanları, Yat Turizmi Yönetmeliği'nde; "*Ana Yat Limanı*", "*Tali Yat Limanı*", "*Yat Yanaşma Yeri*" ve "*Çekek Yeri*" olarak gruplandırılmaktadır. Bu terimlerin tanımları şöyle yapılabilir (Ayaz, 1995: 11,12; Yat Turizmi Yönetmeliği):

- Yat Turizmi Yönetmeliği'nde "*Ana Yat Limanı*"; dalga etkisinden uzak kapalı bir alanı kapsayan; büyük çapta kışlama ve bakım olanakları sağlayan; akaryakıt ikmal iskelesi, hava ve deniz durumu ile ilgili sürekli bilgi sağlayabilecek aygıtlar, teleks hizmeti ve acil yardım merkezi barındıran; yatları karaya çekme ve denize indirme donanımı ile yatların karada park etmelerine olanak verecek alanlara sahip olan; en az iki teknenin birden onarımının yapılabilmesi için bir atölyenin yanı sıra bünyesinde yiyecek-içecek tesisleri, spor tesisleri, yangın ikaz sistemi, satış birimleri, eşya emanet deposu, kapalı depo, otopark, emniyetli bağlama sistemi, çamaşır yıkama ve yıkatma olanağı ve teknik servis bulunduran yat limanı olarak tanımlanmaktadır.
- Yat Turizmi Yönetmeliği'nde "*Tali Yat Limanı*"; doğal veya yapılmış kapalı bir su alanına sahip olan; daha uzun süreli kalış ve onarım olanakları sunan; akaryakıt satışına imkan sağlayan; 5 tona kadar olan tekneleri denizden karaya ve karadan denize çekebilecek nitelikte meyilli çekek veya vince sahip olan; meteoroloji ve denizle ilgili bilgi hizmeti sunan; çamaşır yıkama ve yıkatma olanağı sunan; yangın ikaz sistemine, yatçıların dinlenmelerini ve bir arada bulunmalarını sağlayacak sosyal mahallere, gümrüklü ve gümrüksüz satış

yerlerine, telefon, telsiz ve teleks sistemine sahip olan; bünyesinde eşya emanet deposu, teknik servis hizmeti, kapalı depo, otopark, yiyecek-içecek birimi, emniyetli bağlama sistemi ve en az bir yabancı dil bilen personel bulunduran yat limanıdır.

- “Yat Yanaşma Yeri” yatlarla kısa süreli, küçük çapta ve sadece deniz üzerinde park etme olanağı sağlayan, karada ise park etme olanağının bulunmadığı yat limanıdır.
- “Çekek Yeri” deniz üzerinde yapılaşma zorunluluğu bulunmayan; yatlarla kışlama, karada muhafaza, bakım ve küçük çapta onarım hizmetlerini verebilecek niteliklere ve Bakanlıkça tespit edilmiş bulunan tesis ve donanımına sahip olan yat limanıdır.

Yat turizmine ilişkin temel kavramlara yukarıda yer verilmiştir. Yat turizmi, turizm sektörünün dünya genelinde önemli bir gelişme kaydeden bir alt sektörünü oluşturmaktadır. Bu bağlamda yat turizminin turizm sektörünün geleceği içinde önemli bir yere sahip olacağı söylenebilir. Yat turizminin dünya genelinde bu denli gelişme göstermesinin altında yatan bazı sebepler bulunmaktadır. Bu sebepler kısaca şöyle açıklanabilir (Tandoğan, 1998: 149):

- *Turizmin geniş halk kitlelerine yayılması* (turizmin demokratizasyonu): Turistik demokratizasyon; gezme, eğlenme ve dinlenme gibi olanakların belirli bir düzeyin üzerinde gelire sahip olan toplumsal sınıfa özgü olmaktan çıkarak, geniş halk kitlelerine yaygınlaşması anlamına gelmektedir. Çağdaş turizm eğilimleri, turistik demokratizasyonun gelişimine katkı sağlamaktadır. Ülkemizde henüz gelişim aşamasında olan ve belli bir gelir düzeyinin üzerindeki insanlara hitap eden yat turizmi faaliyetlerinin daha geniş kitlelere yaygınlaşması için sarfedilen çabalar, zaman içinde söz konusu faaliyetlere olan talebin artacağını göstermektedir.
- *Turizmin doğaya yönelen bir seyahat niteliğini kazanması*: Genel turizm kapsamında ortaya çıkan bu yönde bir eğilimin, doğa turizminin önde gelen bir faaliyet alanı olan yat turizminde de kendini önemli ölçüde hissettireceği ifade edilebilir.
- *Turizmin uluslararası düzeyde yaygınlaşması ve küreselleşmesi*: Yerküre üzerinde yaşayan insanların ortak turizm anlayışı kapsamında, daha uzak yerlere daha kısa sürelerde seyahat etmelerini sağlayan olanakların

geliştirilmesi, genel turizm talebi ile birlikte yat turizmine olan talebi de artıracaktır.

Günümüzde dünya yatçılığı özellikle Akdeniz’de öne çıkmakta ve gelişimini sürdürmektedir. 2007 yılı verilerine göre yaz mevsiminde 600.000 teknenin Akdeniz çanağındaki ülkeleri ziyaret ettiği belirtilmektedir. 2007 yılı verilerine göre Akdeniz’de mevcut 718 marinateda yaklaşık 315.000 yat bağlama kapasitesi bulunmaktadır ve bu kapasitenin büyük bölümü Fransa, İtalya ve İspanya gibi Batı Akdeniz kıyılarında yer alan marinalardan oluşmaktadır, dolayısıyla bahsi geçen ülkeler yat turizminde öncü ülkeler olmaktadır. 2007 yılı itibariyle tüm Avrupa’da 800.000 adet özel ve ticari yat bulunmaktadır. Akdeniz çanağında ise 2008 yılı istatistiklerine göre yılda ortalama 600.000 yat faaldir ve bu sayının %85’i Fransa, İtalya ve İspanya tarafından ağırlanmaktadır (T.C. Ulaştırma Bakanlığı Demiryollar Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü, 2010). Tablo 1’de Akdeniz ülkelerinin yat turizmine ilişkin verilerine yer verilmektedir.

Tablo 1: Akdeniz Ülkelerindeki Yat Bağlama ve Yanaşma Yerleri (2005 Yılı)

Ülke	Yat Bağlama ve Yanaşma Yerleri	Rekreasyonel Tekne Sayısı
Hırvatistan	13.878	-
Fransa	227.700	240.113
Yunanistan	7.000	19.620
İtalya	128.042	846.720
Portekiz	10.516	-
İspanya	106.795	47.318
Türkiye	19.301	13.670

Kaynak: T.C. Ulaştırma Bakanlığı Demiryollar Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü, 2010.

TÜRKİYE’DE YAT TURİZMİ

Ülkemizde 1970’li yılların sonuna doğru Datça, Gökova ve Hisarönü körfezlerinin Yunan yat işletmeleri tarafından pazarlanmasıyla başlayan yat turizmi, 1982 yılında yürürlüğe giren Turizm Teşvik Yasası’nın 815 Sayılı Kabotaj Yasası’nda değişikliğe yol açmasıyla hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu yasa değişikliği ile yabancı yatların gezi ve spor amaçlarıyla Türk karasularında seyretmelerine ve limanlarına uğramalarına ve Yunanistan’da faaliyet gösteren yabancı bayraklı yat işletmelerinin, yatları ile birlikte Türkiye’ye yerleşmelerine izin verilmiştir. Bu uygulamanın doğal bir

sonucu olarak Türkiye’de faaliyet gösteren yerli yat işletmecileri ve bu işletmelere ait yatlar nitelik ve nicelik yönünden uluslararası standartlara ulaşmışlardır (www.umatkenanbingol.com/ekitaplar/turizm_yat_r_mlar_.pdf).

Ülkemize her yıl birçok yat uğramakta ve yatçılar ülkemizde deniz turizmi kapsamında faaliyette bulunmaktadır. Ülkemiz limanlarına gelen sarı bayraklı yat sayısı ve bu yatlarla gelen yolcuların yıllara göre dağılımı Tablo 2 ve Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Ülkemiz Limanlarına Gelen Sarı Bayraklı Yat Sayısı

Yıllar	Yerli	Yabancı	Toplam
2007	2.815	7.718	10.533
2008	2.689	6.226	8.915
2009	2.155	9.113	11.268
2010	2.075	6.210	8.285
2011	2.204	6.852	9.056

Kaynak: sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5882,yat-istatistikleri.pdf?0

Tablo 3: Ülkemiz Limanlarına Sarı Bayraklı Yatlarla Gelen Yolcuların Sayısı

Yıllar	Yerli	Yabancı	Toplam
2007	4.314	26.083	30.397
2008	3.886	25.324	29.210
2009	6.213	24.523	30.736
2010	5.632	21.411	27.043
2011	7.463	20.822	28.285

Kaynak: sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5882,yat-istatistikleri.pdf?0

Ülkemizde deniz turizmi potansiyeli çerçevesinde ele alınması gereken bir diğer konuyu da sahip olduğumuz marinaların durumu oluşturmaktadır. Tablo 4’te yat turizminin gelişmesi için en önemli altyapıyı oluşturan marinalarla ilişkili olarak ülkemizin avantajlı ve dezavantajlı durumları gösterilmektedir. Tabloda dikkati çeken başlıca dezavantajlar; bürokratik işlemler, pazarlama ve plansız yapılaşma ile ilgili konulardır. Ancak başta doğal konum ve ucuzluk olmak üzere avantajlı yönlerin dezavantajlardan daha ağır bastığı görülmektedir. Ülkemizde yat turizminin geliştirilmesi ile ilgili Ulusal Kültür ve Turizm Araştırma Programı’nda yer alan projede, tabloda gösterilen dezavantajların olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik bazı hedefler belirlenmiştir. Bu hedeflerin en önemlilerinden birisi, formalitelerin yarattığı olumsuzlukların giderilmesi için bürokratik işlemlerin azaltılmasıdır. Bu proje kapsamında ayrıca, ülkemizin diğer Akdeniz ülkelerine göre geride olan yat limanı arz kapasitesinin artırılması ve

yat limanı yatırımlarında girişimcinin lehine olmak üzere bir inceleme/belgelendirme modelinin oluşturulması yönünde kararlara da yer verilmiştir (Kaya ve Narin, 2008: 377).

Tablo 4: Türk Marinalarının Avantajlı ve Dezavantajlı Yönleri

Avantajlı Yönler	Dezavantajlı Yönler
Marinaların doğal konumu	Ülkeye tekne ile giriş-çıkıştaki formaliteler
Marina ekolojisi	Tekne malzemelerine uygulanan gümrük
Yeni altyapı	Marina çevresinde plansız yapılaşma
Ucuz teknik destek	Uluslararası pazarda üst gelir grubuna hitap edememek
Marina içinde yapılan giriş-çıkış işlemleri	
Full yanaşma hizmeti	
Ücretsiz hizmetlerin varlığı	
Hümanist yaklaşım	
Misafirlere yönelik sosyal aktiviteler	
Yönetim uygulamaları	
Kalifiye personel	
Sürekli ve kaliteli hizmet anlayışı	

Kaynak: Kaya ve Narin, 2008: 378.

KRUVAZİYER TURİZMİ

Deniz turizmi kapsamındaki faaliyetlerin birçoğu yat ve yatçılıkla ilgili olmakla birlikte, deniz turizminin önemli alt segmentlerinden birini de kruvaziyer turizmi oluşturmaktadır. Yat turizmi ile kruvaziyer turizmi benzerlikler taşısalar da, yat turizmi ticari nitelikte faaliyetler içermemesi, limanlar arasında düzenli yolcu taşınmasına yönelik bir faaliyet alanı olmaması ve yat gezilerinin çoğunun hukuken liman sayılamayacak koy, körfez ve barınaklarda gerçekleşmesi nedenleriyle kruvaziyer turizminden ayrılmaktadır (Kaya ve Narin, 2008: 376). Kruvaziyer turizm; misafirlerin, belirli bir rotada işlemekten çok değişik destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı yolcu taşımacılığı değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla bir ücret ödeyerek binneleri yoluyla yapılan seyahatlerden oluşmaktadır. Bu tanıma göre, amacı taşıma ve ulaştırma olmayıp, misafirlerini yani turistleri ağırlamak olan ve bu amaca dönük olarak her türlü hizmet donanımını barındıran büyük gemilerle yapılan deniz seyahatleri, kruvaziyer

turizminin ana eksenini oluşturmaktadır (Kuşadası Ticaret Odası, ___: 4-5).

Kruvaziyer turizminin iki önemli bileşeni kruvaziyer gemi ile liman işletmeciliğidir. Dünya genelinde kruvaziyer gemi işletmeciliği yapan kuruluşların sayısı oldukça azdır. Bu nedenle kruvaziyer gemi pazarı, az sayıda kruvaziyer gemi işletmecisinin kontrolü altındadır. Gerek pazarın az sayıda gemi işletmecisi tarafından kontrol edilmesi, gerekse kruvaziyer gemi yatırımının çok yüksek maliyetleri bulması gemi işletmecisi olarak pazara girişi güçleştirmektedir. Dolayısıyla kruvaziyer turizmde rekabet daha çok kruvaziyer liman işletmeciliğindedir ve kıyı ülkeleri kruvaziyer turizmdeki gelişmelerden pay almaya çalışmaktadırlar. Yaşanan rekabetin en önemli göstergesi ülkelerin kruvaziyer turizmine yönelik olarak gerçekleştirdikleri altyapı yatırımlarıdır. Akdeniz’de İspanya, İtalya, Yunanistan, Rusya, Tunus, Hırvatistan, Malta ve Türkiye kruvaziyer turizminden pay almaya çalışan ülkeler arasında yer almaktadır (Oral ve Esmer, 2010: 825). Kruvaziyer turizminin bu denli önemli bir noktaya gelmiş olmasının ardında bir takım faktörler yatmaktadır. Bu faktörler arasında yerel (ve hatta ulusal) ekonomiler için gelir yaratması; yeni istihdam alanlarına yol açması; yatırım potansiyelini artırması; bir alanın turistik gelişimini hızlandırması ve destinasyonun pazarlanmasını sağlaması sayılabilir (Vaggelas, 2011).

Mega kruvaziyer gemilerin ortaya çıkması ve kruvaziyer güzergahları arasında Akdeniz limanlarının artan popülaritesi, liman altyapıları üzerinde önemli etkiler doğurmakta ve destinasyonların taşıma kapasite sınırlarının üzerinde bir kullanıma yol açmaktadır. Dört büyük kruvaziyer geminin aynı günde yanaştığı Hırvatistan’ın Dubrovnik Limanı bu konuya örnek verilebilir. Kentin kalabalıklaşması, deniz yaşamındaki bozulma, yüksek fiyatlar ve kentin aşırı ticarileşmesi bu uğrak noktasının karşı karşıya kaldığı güçlükler arasında yer almaktadır. Bu sorunlarla baş etmenin dolaylı maliyetleri, kruvaziyer turizminin gelişimine yatırım yapmanın ekonomik yararlarını azaltmaktadır. Bu bağlamda gerek duyulan yatırımlar kaçınılmaz olarak kamu-özel sektör ortaklığını ve kruvaziyer gemi-liman işbirliğini gerekli kılmaktadır. Bu gereklilik kruvaziyer tedarik zincirinde dikey bağımlılık, ekonomik ve çevresel riskler, mevsimsellik yönetimi ve komşu limanlar arasında ortaklaşa rekabet problemlerini de beraberinde getirmektedir (Papathanassis, 2011: 509).

Kruvaziyer destinasyonlar içinde son yıllara kadar Kuzey Amerika, Güney Amerika ve tropik adalar öne çıkarırken; günümüzde Uzak Doğu, Asya, Kutuplar, Baltık Denizi Bölgesi, Arap Yarımadası, Kızıldeniz, Karadeniz ve özellikle Akdeniz Bölgesi gerek pazarlama

stratejisi, gerekse kruvaziyer destinasyonlarında yeni güzergahlar yaratması bakımından dikkat çekmektedir. 1995 yılından 2011 yılına kadar olan 16 yıllık dönem içinde, kruvaziyer taşımacılığı ile seyahate çıkmak isteyenlerin sayısı 5.720.000'den 20.600.000'a çıkmıştır. Bu rakamlar, bu dönemde kruvaziyer turizmine katılanların sayısında 3 kat artışın olduğunu göstermektedir (İzmir Ticaret Odası, 2013). Kruvaziyer turizminin 2011 verilerine göre dünya genelindeki rakamları şöyledir (Öner, 2012):

- Dünya genelinde kruvaziyer yolcu taşımacılığı yapan gemi sayısı 297'dir. Bu gemilerin toplam yolcu kapasitesi 17.873.840'tır ve tahmini doluluk oranı %90'dır. Dünya genelinde kruvaziyer seferlerden elde edilen tahmini satış geliri 27.000.000.000 dolar düzeyindedir.
- Avrupa dahilinde kruvaziyer yolcu taşımacılığı yapan gemi sayısı 121'dir. Bu gemilerin toplam yolcu kapasitesi 5.200.000'dur ve tahmini doluluk oranı %90'dır. Avrupa genelinde kruvaziyer seferlerden elde edilen tahmini satış geliri 8.000.000.000 dolardır. Avrupa'nın dünya kruvaziyer turizmi pazarındaki payı % 29'dur.

Tablo 5'de küresel kruvaziyer turizm kapasitesine ait rakamlar gösterilmektedir.

Tablo 5: 2011 Küresel Kruvaziyer Turizm Kapasitesi

Bölge	Yatak Sayısı	Yolcu Sayısı	Geceleme Sayısı
Karayıpler	252.634	7.667.184	48.950.010
Akdeniz	222.355	4.542.413	38.132.690
Kuzey Avrupa	112.124	2.044.906	11.400.188
Kuzey Amerika	108.325	2.374.747	16.530.916
Güney Amerika	62.106	772.031	5.498.623
Hint Okyanusu	47.908	386.026	3.211.012
Asya Pasifik	59.875	1.204.729	9.469.882
Toplam	430.000	18.992.036	133.193.321

Kaynak: Öner, 2012

TÜRKİYE'DE KRUVAZİYER TURİZMİ

Türkiye'de kruvaziyer gemi işletmeciliğinin başlangıcı 2. Dünya Savaşı'nın sonrasına rastlamaktadır. Bu dönemde "Ege" adlı liner yolcu gemisi, Türkiye'de kruvaziyer sefer amacıyla hizmet veren

ilk yolcu gemisi olmuştur. Daha sonra ABD'den alınan "Ankara", "Tarsus", "Adana", "İstanbul", "Ordu", "Trabzon" ve "Giresun" adı verilen gemilerle kruvaziyer yolcu taşımacılığı sürdürülmüştür. İtalya'da 1950 yılında inşa edilen "Samsun" ve "İskenderun" isimli gemiler de kruvaziyer yolcu taşımacılığı kapsamında Akdeniz'in çeşitli limanları arasında birçok sefer yapmışlardır (Üçışık ve Kadioğlu, 2001: 86-87). Ancak Türkiye'de gerçek anlamda bir kruvaziyer gemi işletmeciliği söz konusu değildir. Çünkü Türkiye'de deniz yolculuklarında kullanılan gemiler, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında düşük dizayn standartlarına sahiptirler. Dünya standartlarında üretilen gemiler karşısında, Türk gemilerinin pek bir rekabet şansı bulunmamaktadır (Kadioğlu, 2007: 80).

Türkiye'deki kruvaziyer turizmi; "*ülkemiz insanların kruvaziyer gemilerini turistik gezi amaçlı kullanması*", "*ülkemizin sahip olduğu kruvaziyer gemilerle dünya kruvaziyer turizmi pastasından pay alması*" ve "*üç yanı denizlerle çevrili ülkemizin kruvaziyer gemilerin uğrak limanı olarak bu pastadan pay alması*" olmak üzere üç açıdan ele alınabilir (Kuşadası Ticaret Odası, ___: 10):

- Son yıllarda yurttaşlarımızın seyahat tercihlerine kruvaziyer gemi seyahatini de ekledikleri görülmektedir. 2008 yılında 18.000 yurttaşımız kruvaziyer seferlere katılırken, bu rakam 2009 yılında 30.000'i bulmuştur.
- Ülkemizin sahip olduğu bir kruvaziyer geminin bulunmaması, Türkiye'deki kruvaziyer turizminin, "*ülkemizin sahip olduğu kruvaziyer gemilerle dünya kruvaziyer turizmi pastasından pay alması*" açısından değerlendirilmesini güçleştirmektedir. Sahip olduğumuz kruvaziyer gemilerinden M/V Akdeniz'in emekli olması ve M/V Karadeniz'in ise özelleştirilerek Türk bayrağından çıkmasından sonra elimizde kruvaziyer tipi gemi kalmamıştır.
- Konuya üç yanı denizlerle çevrili ülkemizin kruvaziyer gemilerin uğrak limanı olarak bu pastadan pay alması açısından bakıldığında; Akdeniz çanağında ören yerlerine yakın Kuşadası, Antalya, İstanbul gibi limanların varlığı ve denizlerinin temizliği ile ülkemizin kruvaziyer turizminde önemli bir potansiyeli olduğu görülmektedir.

Türkiye Karadeniz, Doğu Akdeniz ve Körfez ülkelerinin kruvaziyer turizme açılmalarında bir geçiş noktasını oluşturabilir. Türkiye'de kruvaziyer turizmin gelişmesi ile birlikte yeni iş fırsatları yaratılacak ve kruvaziyer gemilerin inşa edilmesine başlanmasıyla ülke yeni teknolojileri ithal edecek veya kendisi üretecektir. Kruvaziyer turizmin gelişimi, Türkiye'de bulunan limanların

altyapılarının ve sunulan hizmetlerin modernleşmesine katkı yapacak, toplumun kruvaziyer turizm kültüründe gelişmelere yol açacak ve Türk ekonomisine olumlu katkıda bulunacaktır (Kadioğlu, 2007: 78). Tablo 6’da 2010 yılında ülkemiz limanlarına gelen kruvaziyer gemi ve yolcu sayıları verilmektedir.

Tablodan da görülebileceği üzere Kuşadası, İstanbul ve İzmir, ülkemizin en çok kruvaziyer gemi ve yolcu kabul eden üç limanını oluşturmaktadır. Kuşadası ve İzmir limanlarının Ege Bölgesi’nde yer aldığı dikkate alındığında, Ege Bölgesi’nin Türkiye’nin kruvaziyer turizm arzı bakımından ne derece öneme sahip olduğu anlaşılabilir.

Kuşadası limanının önemi özellikle Efes antik kentine ve birçok tarihi dokuya yakın bir konumda bulunmasından kaynaklanmaktadır. Ancak artan kruvaziyer gemi ve yolcu sayısına bağlı olarak günümüzde Kuşadası limanında sıkışıklık yaşanmaya başlamıştır. Artan gemi ve yolcu talebine cevap vermek amacı doğrultusunda Kuşadası Limanı’nda kapasite artışını sağlayacak bir yatırım sürecine girilmiştir (Oral ve Esmer, 2010: 828- 829).

Tablo 6: 2010 Yılında Ülkemiz Limanlarına Gelen Kruvaziyer Gemi ve Turist Sayıları

Liman	Gemi	Yolcu
Alanya	2	1071
Antalya	41	103.859
Bartın	4	555
Bodrum	89	31.700
Çanakkale	17	7670
Çeşme	16	9.247
Dağç	3	778
Dikili	26	15.401
Fethiye	5	879
Göcek	16	2.274
Güllük	1	279
İskenderun	1	106
İstanbul	342	508.246
İzmir	159	378.266
Kaş	8	1.317
Kemer	6	602
Kuşadası	517	493.911
Marmaris	84	146.531
Mersin	1	106
Mudanya	1	224
Samsun	4	825
Sinop	7	7.098
Taşucu	2	201
Trabzon	14	7.952
Tuzla	2	0
Toplam	1.368	1.719.098

Kaynak: Kuşadası Ticaret Odası, 17.

Ege Bölgesi'nin diğer bir önemli limanı İzmir Alsancak limanıdır. 2003 yılında yalnızca 5 kruvaziyer gemi ile 3.271 yolcu İzmir'e gelmiştir, ancak ilerleyen yıllarda bu sayı katlanarak artmıştır. Buna göre, İzmir'e (İzmir Ticaret Odası, 2012):

- 2004 yılında 32 sefer ile 77.000 yolcu
- 2005 yılında 26 sefer ile 58.042 yolcu,
- 2006 yılında 94 sefer ile 183.198 yolcu,
- 2007 yılında 122 sefer ile 288.017 yolcu,
- 2008 yılında 128 sefer ile 321.279 yolcu,
- 2009 yılında 127 gemi ile 309.603 yolcu,
- 2010 yılında 141 sefer ile 355.899 yolcu ve
- 2011 yılında 272 seferle 504.921 yolcu gelmiştir.
-

Ege Bölgesi önemli limanları ile birlikte düşünüldüğünde, Türkiye'nin kruvaziyer turizm sektöründeki geleceğine yön vereceği söylenebilir. Oral ve Esmer (2010)'in Ege Bölgesi'nin kruvaziyer turizminden gelecekte alacağı payı belirlemeye yönelik çalışmalarında, bir takım projeksiyonlar ortaya konulmuştur. Bu projeksiyonlara ilişkin rakamlar Tablo 7 ve Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 7: Ege Bölgesi Kruvaziyer Yolcu Tahmini

Yıl	Kuşadası	İzmir	Toplam
2015	1.187.272	902.204	2.089.476
2020	1.633.405	1.263.386	2.896.790
2025	2.079.538	1.624.567	3.704.105
2030	2.525.671	1.985.749	4.511.419

Kaynak: Oral ve Esmer, 2010: 833

Tablo 8: Ege Bölgesi Kruvaziyer Gemi Tahmini

Yıl	Kuşadası	İzmir	Toplam
2015	698	531	1.229
2020	961	743	1.704
2025	1.223	956	2.179
2030	1.486	1.168	2.654

Kaynak: Oral ve Esmer, 2010: 833

Tablo 8'e göre 2030 yılında Ege Bölgesi limanlarına olan kruvaziyer yolcu gemisi talebi 2.600 gemi civarını bulacaktır. Oysa Kuşadası ve İzmir limanları incelendiğinde, her iki limanın da mevcut kapasitelerinin bu talebi karşılayabilecek düzeyde olmadığı görülmektedir. Kuşadası limanının 650 gemi kapasitesi ve İzmir limanının ise 130 gemi kapasitesi bulunmakta ve böylece bu iki

limanın toplam kapasitesi 780 gemiyi bulmaktadır. Söz konusu mevcut kapasiteler dikkate alındığında, Ege Bölgesi kruvaziyer limanlarının 2020 yılından sonraki kruvaziyer yolcu gemisi talebini karşılayamayacakları açık bir şekilde görülmektedir. Liman yatırımlarının uzun süren yatırımlar olduğu dikkate alındığında bölgenin acil olarak yeni liman yatırımlarına ihtiyaç duyduğu da anlaşılmaktadır (Oral ve Esmer, 2010: 833).

TÜRKİYE’DE DENİZ TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER

Yat turizminde ülkemizin güçlü yönleri arasında coğrafi konumu, pazar büyüklüğü, ülkemizin zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olması, deniz turizmi için doğal olanakların fazlalığı, Akdeniz çanağındaki beş altın çapalı marinanın yarısından fazlasının ülkemizde bulunması ve her türlü bakım ve onarım hizmetlerinin sunulabilmesi şeklinde sıralanabilir. Ülkemizin yat turizminde zayıf yönleri ise marinalarımızın kapasitelerinin laygınca kullanılmaması, bürokratik işlemlerin fazlalığı, marina yatırımlarının projelendirilmesi konusunda bürokrasinin azaltılması ve yatırımın hızlandırılması amaçlı “Yuvarlak Masa” yönteminin ülkemizde uygulanmaması, denizcilik ve turizm eğitimi alanındaki eksiklik ve uluslararası lobi çalışmalarının yetersizliği şeklinde sıralanabilir (Özkan, 2008: 154). Türkiye’nin yat turizmindeki potansiyeli; ülkenin coğrafi konumu, iklimi, doğal güzellikleri, tarihi ve ulaşım olanakları açısından aşağıda belirtildiği şekilde değerlendirilebilir (Açıkbaş, 2006: 29-30-31-32):

- Türkiye 8.333 km uzunluğunda kıyıya sahip olan bir yarımadadır. Bu özelliğine bağlı olarak Türkiye’nin yat turizmine ev sahipliği yapabilecek koy sayısı hayli fazladır. Koyların hakim rüzgarlara karşı korunaklı, temiz ve doğa ile iç içe oluşları yatçıları ülkemize çekmektedir. Diğer yandan Ege üzerinden Akdeniz’e ulaşan Karadeniz çıkışlı tekneler ve Güney Akdeniz’den İsrail üzerinden Kıbrıs ya da Rodos aktarmalı gelen yatlar için Türkiye mutlaka uğranılması gereken bir konuma sahip olmaktadır.
- Yat turizmi açısından en uygun iklim koşulları; yelken yapmaya uygun rüzgarlar ile ılıman, kuru ve yağışsız hava koşullarıdır. Aylık ortalama deniz suyu sıcaklığı 18-28 derece, hava sıcaklığı 20-34 derece arasında olan yerler yatçılık açısından olumlu ve öncelikli olarak kabul edilmektedir. Bu değerlere göre ülkemizde Antalya, Fethiye, Marmaris ve Bodrum kıyı kesimlerinde deniz suyu sıcaklıkları 8 ile 9 ay arasında, hava sıcaklıkları ise 6 ile 7 ay arasında olumluluk

göstermektedir. Genellikle çam ormanları ile kaplı bulunan Akdeniz ve Güney Ege kıyılarında özellikle yaz mevsiminde kıyı kesiminde etkin olan lodos rüzgarları ve sonucunda oluşan dalga hareketleri ile yıkanan deniz dipleri duru ve temiz bir görünüm almaktadır. Bu durum da bu bölgeleri yat turizmi açısından elverişli ve avantajlı kılmaktadır.

- Ülkemizde yatçılar tarafından ziyaret edilen bölgeler, antik çağlarda denizcilikle yoğun olarak uğraşan topluluklara da ev sahipliği yaptığından, özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarında bulunan sakin koylar aynı zamanda antik yerleşim kalıntılarının bulunduğu ören yerlerini oluşturmaktadır. Koylar doğal yapılarıyla olduğu kadar, söz konusu bu arkeolojik değerlerle de yatçıları kendilerine çekmektedir.
- Yat limanlarının hava limanlarına yakın olması söz konusu bölgeye yat turizmi açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Deniz ve çevre kirliliği, Akdeniz havzasındaki yat turizm talebinin görece olarak daha temiz olan Doğu Akdeniz kıyılarına yönelmesine yol açmaktadır. Yat turizmi açısından ülkemizi çekici kılan bir diğer etken ise, 1940'larda yat turizmine başlayan Fransa, İtalya ve İspanya kıyılarının artık kanıksanmış olmalarıdır. Bu bağlamda Akdeniz havzasındaki yatçıların yeni yerler görme isteği ile ülkemiz kıyılarını keşfetme eğiliminde oldukları söylenebilir (Tandoğan, 1998: 152). Yakın zamanda Avrupa Birliği ülkelerinde yatlar için konulan vergiler yatçıların Doğu Akdeniz'e yönelmelerine neden olmuş ve bu durum Türkiye'ye yat turizmi açısından önemli bir fırsat yaratmıştır. Yatçıların yeni yerler keşfetme arzuları ise Doğu Akdeniz ülkelerini çekici hale getiren bir diğer etkidir. Diğer yandan doğal ve tarihi zenginlikleri, coğrafi özellikleri ve uygun iklim koşulları nedeniyle ülkemiz özellikle Akdeniz, Ege Denizi ve Marmara Denizi'nde yat turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip bulunmaktadır. Karadeniz'de yatların demirleyebilecekleri pek çok koy ve körfez bulunmaktadır. Bu durum tüm Akdeniz çanağında batıdan başlayıp, doğuya devam eden; Türkiye özelinde ise Ege boyunca devam ederek İstanbul'a ve oradan da Karadeniz'e ulaşan yeni bir yat güzergahını ülkemize kazandırmış olacaktır (T.C. Ulaştırma Bakanlığı Demiryolları Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü, 2010).

Ülkemizin yat turizmi potansiyeline yön veren bir diğer önemli unsur da çıkarılan Yat Turizmi Yönetmeliği'dir. Yat Turizmi Yönetmeliği sayesinde Bakanlık belgeli yat işletmelerinin ellerindeki kapasite belli standartlara kavuşturulmuştur. Bununla birlikte Bakanlık belgeli olmayan yat kapasitesinin önemli bir bölümü çok

eski ve demode olmuş teknelerden oluşmaktadır. Bu kapasitenin yenilenmesi Türkiye’de yat turizminin önünde duran önemli bir sorunu oluşturmaktadır. Özellikle 11 Eylül saldırılarının ve coğrafyamızda yaşanan savaşların olumsuz etkilediği turizm türlerinden biri de yat turizmidir. Böyle bir ortamda, teknesini yenileme zamanı gelen işletmecilerin kredi taleplerinde, bankaların bu işletmelere ait tekneleri ipotek olarak kabul etmemesi tekneleri yenileme girişimlerini engellemektedir. Büyük bir bölümünün en önemli sermayesi ve varlığı tekneleri olan işletme sahipleri kaynaklarının büyük kısmını, sürekli bakım gerektiren teknelerin idamesine harcamaktadırlar. Dolayısıyla çoğu fiilen KOBİ olan, ancak KOBİ’lere sağlanan teşviklerden yararlanamayan bu işletmelerin yat turizmine yatırımlarda bulunması beklenememektedir. Bu koşullar çerçevesinde, Türkiye’nin yat filosunun çok önemli bir bölümünün yenilenmesinin önünde çok ciddi bir engel olarak duran finansman sorununun çözülmesi alınması gereken acil önlemler arasındadır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2007: 10)

Türkiye’de yat ve kruvaziyer turizm sektöründeki sorunların çözümüne yönelik atılan adımlardan biri de gerçekleştirilen yasal düzenlemelerle, yabancı bayraklı yatlara liman giriş izni vermede yaşanan çok başlılığın ortadan kaldırılmasıyla, söz konusu izni verme yetkisinin tek bir otoriteye verilmesidir. Böylece bürokratik bir engel ortadan kaldırılmıştır. Diğer yandan sektörden sağlanan gelirlerin, sektörü finanse etmek üzere tekrar sektöre aktarılması da diğer önemli bir gelişmedir (Kadıoğlu, 2007: 85).

Son olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı hazırlamış olduğu Türkiye Turizm Stratejisi’nde, Türkiye’de yat ve kruvaziyer turizminin gelişimine yönelik olarak alınacak birtakım önlemlere değinmiştir. Bu önlemler şöyle sıralanabilirler (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006: 243-244):

- Halen dört merkez (Gümrük Muhafaza, Pasaport Polisi, Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü, Liman Başkanlığı) tarafından yürütülen yabancı bayraklı yatlara liman giriş izni işlemlerinin tek bir merkez tarafından yürütülmesi,
- Yat kayıt belgeleri, yatak başı ücretler vb. gibi Yat Turizmi Yönetmeliği’nce sektörden elde edilen gelirlerin, sektörün altyapısını geliştirmek ve fuarlarda kullanılmak üzere sektöre aktarılması,
- Yat Turizmi Yönetmeliği’nin Deniz Turizmi Yönetmeliği olarak yeniden adlandırılmasıyla sektörün tüm bileşenlerini (kruvaziyer gemiler, su sporları, günübirlik yatlar ve dalış

turizmi vb.) kapsayacak ve günün gereksinimlerini karşılayacak şekilde düzenlenmesi,

- Yat kulüplerinin gelişmesi desteklenerek, devre mülk yat sisteminin (çok sahipli yatlar) kurulabilmesine olanak sağlanması,
- Denizde hareket yetenekleri ağırlıklı olarak yelkene bağlı ve spor amaçlı yatların vergiden muaf tutulması; motorlu yatlardan ise sigorta poliçelerindeki değer üzerinden vergi alınması,
- Yatların pis suları, sintine suları ve katı atıklarının verilebileceği kabul tesisleri ve yüzer toplama sistemlerinin limanlarda inşa edilmesine yönelik teknik standartların ve ölçütlerin belirlenmesi,
- Deniz turizmi potansiyelinin yüksek olduğu yörelerde deniz turizminin gelişimini olumsuz yönde etkileyen, deniz tarafındaki yatçılık amaçlı kullanımları engelleyen koruma statülerinin yeniden gözden geçirilmesi ve bu alanlarda günübirlik kullanımlara olanak sağlayacak planlamaların yapılması,
- Yat turizmi alanında çalışan ya da gereksinim duyulan personelin eğitilmesi ve bu amaçla kıyı bölgelerimizde kısa süreli deniz turizmi dalında meslek edinmeyi mümkün kılacak kursların açılması; ayrıca turizm meslek liseleri ve yüksek okullarında deniz turizmine yönelik dersler konulması; öğrencilere yat limanları ve yat işletme şirketlerinde staj olanağının sağlanması ve staj ve eğitim alanlara gemi adamı belgesi verilmesi,
- Mevcut balıkçı barınaklarının yatlara hizmet verebilmesi amacıyla yasal ve idari önlemlerin alınması,
- Tanıtım faaliyetleri geliştirilerek, Akdeniz çanağındaki yat ve kruvaziyer turizminden daha yüksek pay alınmasının sağlanması ve deniz turizmi ile ilgili yatırımların daha çekici hale getirilmesi.

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin yat ve kruvaziyer turizm sektörlerindeki mevcut durumunu ortaya koymak ve ülkemizin bu turizm segmentlerinde daha iddialı bir konuma gelebilmesi için yapılabilecekler konusuna değinmektir. Türkiye yat ve kruvaziyer turizm sektörlerinde sahip olduğu potansiyeli yeterince değerlendirememektedir. Bürokratik engeller ve yetersiz pazarlama stratejileri bu duruma yol açan etkenlerin başında gelmektedir. Bu durumun iyileştirilmesi için karar verme süreçlerindeki çok başlılığın

ortadan kaldırılması ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması önerilebilir. Diğer yandan ülkemizdeki limanların niteliklerinin iyileştirilmesi de bu açıdan yapılması gereken bir iyileştirme olmalıdır. Bu bağlamda ülkemizin yat ve kruvaziyer turizm türünde sahip olduğu potansiyelin hak ettiği şekilde değerlendirilebilmesi için başta devlet kurumları olmak üzere gerekli adımların atılması halen güncelliğini koruyan bir sorunu oluşturmaktadır. Bu soruna çözüm amacıyla yapılabileceklerden biri de ülkemizin yat ve kruvaziyer turizm potansiyeline yönelik bir SWOT analizinin gerçekleştirilmesi ve Akdeniz çanağındaki rakip ülkelerle karşılaştırmalı olarak ülkemizin mevcut durumunun ortaya konulması önerilebilir. Böyle bir çalışma; ülkemizin yat ve kruvaziyer turizm potansiyelini değerlendirmeye ve iyileştirmeye yönelik olarak alınacak karar ve uygulanacak politikalara ışık tutabilecektir.

KAYNAKÇA

- Açıkbaş, C. Ö. (2006). *Kıyı Alanları Kullanımı Kapsamında Yat Turizmi ve Marinalar; Bodrum Yarımadası ve Bodrum Marina Örneği*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Ayaz, N. (1995). *Türkiye’de Yat Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Güzel, K. (2006). *Kruvaziyer Turizmin Türkiye’deki Geleceği*, İstanbul Üniversitesi Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- İzmir Ticaret Odası (2013). *Kruvaziyer Turizmde Dünya ve İzmir, Türkiye Kruvaziyer Platformu’nun Çalışmaları* http://www.izto.org.tr/portals/0/pusuladergisi/2013/pusula2013ni_san_1.pdf Erişim Tarihi: 20.12.2013
- İzmir Ticaret Odası (2012). *2012 Yılı Kruvaziyer Turizmi Sezonu İzmir İçin İlk 6 Ay Değerlendirmesi* http://www.izto.org.tr/portals/0/pusuladergisi/2012/07/pusulatemmuz2012_yazi1.pdf Erişim Tarihi: 23.12.2013
- Kadioğlu, M. (2007). “The Projects of Türkiye in the 2023 for Cruise Tourism” *Journal of Maritime Research*, Cilt. 4, Sayı. 1, ss. 77-88.
- Kaya, İ. ve Narin, M. (2008). *Yat Turizmi*, Ed.: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Turistik Ürün Çeşitlendirmesi içinde ss. 365-384) Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kuşadası Ticaret Odası *Dünyada ve Türkiye’de Kruvaziyer Turizmi ve Kuşadası Limanı*

- <http://kuto.org.tr/img/kuto/raporlar/10.pdf> Erişim Tarihi: 20.12.2013
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2006). *Türkiye Turizm Stratejisi*, Ankara.
- Oral, E. Z. ve Esmer, S. (2010) “Ege Bölgesi Kurvaziyer Turizminin Mevcut Durumu ve Geleceği”. Türkiye’nin Kıyı ve Deniz Alanları VIII. Ulusal Kongresi Bildiriler Kitabı, 27 Nisan-1 Mayıs 2010, Kıyı Alanları Yönetimi Türkiye Milli Komitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Öner, E. (2012). *Kurvaziyer Turizmi ve Destinasyona Katkısı* <http://www.mtso.org.tr/files/7inovasyon/Kurvaziyer.pdf>
Erişim Tarihi: 22.12.2013
- Özkan, Ö. (2008). *Türkiye’de Marinaların Kamusal Kullanıma Etkileri ve Öneriler*, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Papathanassis, A. (2011). “The Cruise Industry: the Other Side of Growth” *International Journal of Tourism Research*, 13, 508-510.
- Tandoğan, U. (1998). “Dünya Turizm Talebi Eğilimleri Işığında Türkiye’ye Yönelik Yat Turizm Talebinin Değerlendirilmesi”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 1, Sayı 1. s: 145-155.
- Üçışık, S. ve Kadioğlu, M. (2001) “Türkiye’de Kurvaziyer Turizmi Geliştirme Şartları” *Marmara Coğrafya Dergisi*, Cilt 1, Sayı 3, s. 83-92.
- Vaggelas, G. K. (2011). “Cruise Tourism: Economic Benefits, Sustainable Development and Port-City Relations” Regional Seminar: Tourism and Sustainable Development in the Mediterranean, Genoa, Italy, 12-14 Aralık 2011.
- T.C. Ulaştırma Bakanlığı Demiryollar Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü (2010). “Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2007). *Dünya’da Yat Turizmi ve Türkiye*, Sayı. 280. ss.4-11.
- Yat Turizmi Yönetmeliği
www.sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5882,yat-istatistikleri.pdf?0
Erişim Tarihi: 30.12.2013
- www.umitkenanbingol.com/ekitaplar/turizm_yat_r_mlar_.pdf Erişim Tarihi: 30.12.2013

GULET TATİLİ VE KADINLARIN GULET TATİLİ SATIN ALMA TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Serim PAKER¹
Özlem ÖZGEZMEZ²

ÖZET

Deniz turizmi alanının kendine özgü ve üzerinde görece daha az akademik çalışma yapılmış bir türü olan “Gulet Turizmi” bu çalışmada tüketici yönlü bir inceleme ile aydınlatılmaya çalışılmıştır. Kıyılarımızda deniz turizminde kullanılan deniz araçları içerisinde guletlerin yeri vurgulanmış ve yat kiralama da dâhil olmak üzere pazarın genel bir resmi çizilmiştir. Tatil satın alma tercihi ve karar verici rol üstlendiklerinde kadınların gulet tercihi seçim ölçütlerinin aydınlatılması için bir odak grup toplantısı düzenlenmiş ve tüketicinin değerlendirmelerine etki eden unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: deniz turizmi, gulet, satın alma davranışı.

1. GİRİŞ

Guletler kullanılarak yapılan tatillerin çeşitliliği, süngercilik maksatlı inşa edilip sonradan turizm amaçlı tur teknesine dönüştürülen ilk guletlerden bu yana çok gelişmiştir. Tatile çıkan kişilerin yiyecek ve içeceklerini yanında getirdiği çok ekonomik tur seçeneklerinden “*high delux*” guletlere kadar uzanan bir yelpazede tatil seçeneği sunulmaktadır. Türkiye’nin batı kıyılarının coğrafi yapısı, çok sayıda irili ufaklı koy ve konaklamaya uygun, korunaklı yapılar, uzun yaz tatili sezonu gulet tipi tekneleri ve bu tür tatil seçeneklerini cazip hale getirmektedir. Yıllar içerisinde değişen talebe süratle cevap vermeyi başaran sektör büyümeye devam etmektedir.

2. GULET TURİZMİ

Gulet, Akdeniz sahilinde seyir için tümüyle ahşap olarak üretilen, el yapımı, motorlu ve yelkenli teknelerdir. İlk olarak guletler balıkçıların ve sünger dalgıçlarının avlanma ve yakaladıklarını

¹ Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir.
serim.paker@deu.edu.tr

² Yüksek Lisans Öğrencisi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir.
ozlemozgezmez@gmail.com

taşımaları için üretilmiştir. Bugün ise tatil amaçlı tekrar dizayn edilen guletler yat tatilleri için yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

Günümüzde guletler, özellikle Bozburun, Bodrum ve Güllük'teki geleneksel yapıli tersanelerde, imalatı yapan ustaların isimleriyle tanınan, amaca uygunlukları, dayanıklılıkları ve estetik yapıları sebebiyle uluslar arası tanınmışlığı çok yüksek bir tekne türü haline gelmişlerdir. Geleneksel tarzda üretilen guletler Ege kıyılarında turizme dönük işlevsel amaçlarla kullanılırken, gulet inşa ustaları yurt içi ve yurt dışından artan miktarlarda siparişler de almakta, bu siparişlerde çoğu kez ustaların gulet üretimi alanında ulaştıkları ustalık düzeylerini değerlendirecek şekilde, talebe özel üretim yapılmaktadır.

İlk guletler taşımacılıkta kullanıldığı için form olarak daha hacimli teknelerdi. Bodrum'da turizmin başlamasıyla taşımacılıkta kullanılan gulet formu da değişimlere uğramış ve günümüzde 'Bodrum Guleti' olarak anılan formlarına erişmişler ve ülkemizin en popüler "deniz turizmi" araçlarından birisi haline gelmişlerdir.

Orams deniz turizmini "insanların eğlencesel etkinlikler gerçekleştirmek için ikamet ettikleri yerden seyahat ederek bir denizel çevreye varmaları, odaklanmaları ve ağırlanmalarını" şeklinde tanımlamaktadır (Orams M. Marine Tourism: development, impacts and management,1999;9).

Deniz Ticaret Odası Deniz Turizmi Çalışma Grubu ise deniz turizmini "Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri" turizmi tanımlamakta ve bileşenlerini aşağıdaki gibi sınıflamaktadır (IMEAK DTO,2012; 207):

- 1- Deniz Turizmi Araçları;
 - Özel ve Ticari Yatlar
 - Kruvaziyer Gemileri
 - Günübirlük Gezi Tekneleri
 - Yüzer Tesisler
 - Su Altı ve Su üstü Spor Araçları v.b. diğer Deniz Turizmi Araçları
- 2- Deniz Turizmi Tesisleri;
 - Yat Limanları
 - Kruvaziyer Limanlar
 - Çeşitli Bağlama Yerleri
 - İskeleler v.b. diğer Deniz Turizmi Tesisleri

2.1. Yat

Yat ve yatçılık terimleri Felemenk dilinde yer alan ve “izlemek, kovalamak” anlamında “Jaghen” kelimesinden gelmektedir. (www.lamirayat.com).1660 yılında Felemenk vatandaşları İngiltere kralına bir yat hediye etmişler ve İngiltere’ye gelen Marry isimli bu tekneden sonra Felemenkçe söyleyiş “jaght”, “yacht” a dönüşmüştür (Özer, 1990: 20).

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği’nin 23. Maddesine göre:

“Yatlar, gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır. Kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak koşulu ile taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeyen, tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen deniz turizmi araçları da bu kapsamdadır” şeklinde tanımlanmıştır. İlgili yönetmeliğe “On iki yatak kapasitesinden fazla, tonilato belgelerinde yolcu gemisi olarak nitelendirilmiş yat tipinde inşa edilmiş deniz araçları da bu kapsamda belgelendirilir” hükmü de eklenmiştir.

Ayrıca Deniz turizmi hizmetinde kullanılacak yatların aşağıda belirtilen nitelikleri taşıması gerektiği belirtilmiştir;

a) Yatçı sayısı ile uyumlu yemek masası, mini bar, oturma ve güneşlenme grupları.

b) Kapasiteye uygun bulaşık makinesi, fırın, buzdolabı veya buz kutusu, kumanya için yeterli depo, yeterli hazırlık yerleri ve bulaşık yıkama yerini kapsayan mutfak.

c) Teknik normlara uygun yatak, genel aydınlatma ve gece lambası, saç kurutma makinesi, tuvalet masası ve aynası, kişisel temizlik kiti, elbise dolabı, perde, kliması olan rahat kullanıma imkân verebilecek şekilde düzenlenmiş, suyun yayılımını engelleyici önlemler alınmış duşlu ve tuvaletli kamaralar.

ç) Mürettebatsız kiralanan yatlar hariç personel için ayrı kabin, duş ve tuvalet.

2.2. Yat Kiralama

Yat işletmelerinin sundukları hizmetler mürettebatlı, mürettebatsız, flotilla (grup halinde) ve kabin kiralama şeklindedir.

2.2.1. Mürettebatlı Yat Kiralama

Belirli bir dönem için (genellikle 1 veya 2 hafta) kaptan ve kabin ekibiyle bir yatın kiralanmasıdır. Bugün Türkiye’de mürettebatlı kiralanın yatlar gulet adı verilen teknelerle yapılmaktadır. En sık kullanılan guletler 8-18 kişinin kalabileceği 4-8 ikili/üçlü kabinler olanlardır (www.v-go.com.tr).

2.2.2. Mürettebatsız (Bareboat) Yat Kiralama

Mürettebatsız yat kiralamayı tercih edenler genellikle rotayı kendi başlarına tayin etmek isteyen lisanslı denizcilerdir. Özgürce rotalarını belirlerken en güzel yelken seyirlerini yapmak için bu tip kiralama çeşidini ve genellikle yelkenli tekneleri seçerler (www.barbarosyachting.com).

2.2.3. Flotilla (Grup Halinde) Yat Kiralama

Flotilla, en fazla 10 teknenin yer aldığı grup halinde yapılan gezidir. Gün boyunca bağımsız olarak yelken yapılabilir fakat daima lider tekneyle bağlantı halinde olunması gereken yat kiralama şeklidir (www.budgetsailing.com, 2014).

2.2.4. Kabin Kiralama

Belli bir dönem için (genellikle birkaç gün ya da 1 hafta) kaptanı ve mürettebatıyla bir yatta kabin kiralama (tek, iki ya da üç kişilik kabinler) şeklindedir. Yatın rotası ve durulacak limanlar önceden belirlenmiştir (www.v-go.com.tr). Bu tip yolculukta yat ve yatın tüm imkânları diğer yolcularla paylaşılır (www.atlasyachts.com).

3. GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNELERİ

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği’nin 24. Maddesine göre günübirlik gezi teknesi, gezi, spor, eğlence ve turizm amacıyla limandan aldığı yolcuları aynı gün aynı limanda indiren, denize elverişlilik belgesine sahip deniz turizmi aracıdır. Kendisine özgü düzenlemeleri bulunan, amaca göre tasarlanmış teknelerin kullanıldığı bu tekne tipi ve sunulan hizmet araştırma harici tutulmuştur.

4. TÜRKİYE'DE YAT TURİZMİ

Yat turizmi dünyada ikinci dünya savaşı sonrası başlayan döneme kadar yeni bir turizm çeşidi olarak uzun bir süre beklenen talebi yaratamamıştır. Türkiye coğrafi konumu, iklimi, yat güzergâhları, tarihsel ve kültürel değerleri ile yarattığı cazibe ile büyük bir potansiyele sahiptir.

Küçük teknelerle günübirlik geziler veya kısıtlı geziler şeklinde başlayan yatçılık Türkiye'de diğer turizm çeşitlerine oranla uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen son on yılda kitle turizminin bir parçası olarak binlerce yatlık filo halinde hızlı bir gelişme göstermiştir. Özellikle geleneksel Akdeniz tekne yapım yöntemleriyle inşa edilen ahşap yatların (guletler) oluşturduğu Mavi Yolculuk filosu dünyada ilk ve tek olup, Mavi Yolculuk ülkemizin dünya turizme kattığı özgün bir turizm dalı olmuştur (IMEAK DTO 2012).

Türkiye'de Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz iç Suları Düzenleme Daire Başkanlığı'na kayıtlı 2013 yılı ticari ve özel yat sayısı verileri aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: 2013 Yılı Ticari ve Özel Yat Sayısı

Bağlama Limanı	Toplam Yat Adedi	Ticari Yat	Özel Yat
Bodrum	552	536	16
Marmaris	428	420	8
İzmir	116	92	24
Çeşme	33	31	2
Foça	28	27	1
Datça	23	20	3
Güllük	14	13	1
Kuşadası	7	7	0
Edremit	7	5	2
Toplam	1208	1151	57

Kaynak: T.C.Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz iç Suları Düzenleme Daire Başkanlığı, Ankara

Gulet tipi yatların idare açısından bir sınıf olarak ele alınmaması sebebiyle ülkemizdeki gulet sayısı ve kapasiteleri bilinmemektedir. Günübirlik gezi tekneleri ise kendilerine özgü kuralları sebebi ile ayrı işlem görmekte ve kayıtları tutulmaktadır. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne kayıtlı 2013 yılı günü birlik gezi tekne sayı ve kapasite verileri aşağıdaki gibidir;

Tablo 2: 2013 Yılı Günübirlik Gezi Tekne Sayısı

Bağlı Olduğu Liman	Tekne Sayısı	Kapasitesi
Çeşme	20	1223
Foça	29	830
Menderes	6	340
Seferihisar	6	222
Dikili	4	158
İzmir	2	87
Urla	1	32
Toplam	68	2892

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

5. SAHA ÇALIŞMASI

Deniz turizmi müşterisi evreni içerisinde kadın gulet müşterisi örneklemi hedefleyen saha araştırmasında “odak grup toplantısı” yöntemi tercih edilmiş, tatil kararı karar verici birey olarak kadınların, tekne, sezon, tatil seçenekleri gibi satın alma tercihlerinden hangilerinin etkin olduğu sorusuna yanıt aranmıştır.

5.1. Odak Grup Katılımcılarının Belirlenmesi

Odak grup toplantısına, birbirleriyle ve toplantı moderatörü ile yakın ilişkisi bulunmayan, kendi geliri bulunan, daha önce turizm müşterisi olmuş, kadın katılımcılar davet edilmişlerdir. Davet edilen katılımcılara toplantının konusu ile ilgili ön bilgilendirme yapılmamış, sadece tatil tercihleri ile ilgili tercihlerine başvurulacağı duyurulmuştur. Toplantıya en az sekiz katılımcının katılması beklentisi ile on iki adaya davet ulaştırılmış, adayların onu toplantıya iştirak etmiştir. Toplantı öncesi doldurmaları istenen katılımcı profil bilgileri formunun özet dökümü Tablo3’de verilmiştir.

Tablo 3: Odak Grup Katılımcı Profili

Katılımcı	K1	K2	K3	K4	K5
Yaş	36	29	26	35	40
Nereli	İzmir	Sivas	Berlin	Bursa	İzmir
Medeni Hal	Evli	Evli	Evli	Bekar	Bekar
Eğitim	Üniversite	Üniversite	Yüksek Lisans	Üniversite	Üniversite
Meslek	Reprezant	Öğretmen	Araştırma Görevlisi	Çevre Mühendisi	Satış/Pazarlama
Daha Önce Tekne Kiralama Durumu	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet

Katılımcı	K6	K7	K8	K9	K10
Yaş	34	25	33	33	29
Nereli	Afyon	İzmir	Eskişehir	İzmir	Adana
Medeni Hal	Evli	Evli	Evli	Evli	Evli
Eğitim	Üniversite	Üniversite	Üniversite	Üniversite	Üniversite
Meslek	Memur	Tıbbi Mümessil	Tanıtım Uzmanı	Tıbbi Mümessil	Öğretmen
Daha Önce Tekne Kiralama Durumu	Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır

Katılımcı profili katılımcıların tamamının, örneklem oluşturulurken hedeflenmediği halde yüksek eğitilmiş olduğu gözlenmiştir. Satın alma ölçütleri yorumlanırken, bulguların bu olgu gözetilerek yorumlanması gerekliliği oluşmuştur.

5.2. Toplantı Yeri ve Zamanı

Odak Grup çalışmasının katılımcılar tarafından bilinen, kolay ulaşılabilen, iş çıkış saatlerinde yoğun trafiği olmayan, park yeri sorunu olmayan, odak grup toplantısını yapmaya uygun büyüklükte bir salonda yapılması amaçlanmış ve katılımcılara da danışılarak Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesinde bulunan bir salonda yapılmasına karar verilmiştir. Katılımcılara bir kroki ile yer tarifi yapılmış, toplu taşıma araçları ile gelenler yerleşke kapısında karşılanıp, salona kadar eşlik edilmiştir. Toplantı salonu katılımcıların kendilerini rahat hissedebilmeleri için yeniden düzenlenmiş, çalışmanın tamamı ileride referans olarak kullanılabilmesi için katılımcıların bilgisine sunulmuş kayıt altına alınmıştır.

Odak grup toplantısı 20 Aralık 2013, Cuma tarihinde 19:30-20:42 saatleri arasında gerçekleştirilmiştir.

5.3. Odak Grup Toplantısı

Odak grup katılımcılarına araştırmanın amacı anlatılmış, odak grup toplantısının süreci ile ilgili bilgi verilmiş, kendilerini gruba tanıtmaları ve daha önce tercih ettikleri tatil deneyimlerini kısaca anlatmaları için süre verilmiştir.

Toplantı öncesinde odak grubun değerlendirmesine sunulmak üzere beş farklı ürün seçilmiştir. Ürünlerin seçilmiş özellikleri A2 boyutunda görsellere basılmış gruba incelenmek üzere takdim edilmiştir.

Ürünlerin seçilmiş özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Guletin fotoğrafları: Dışarıdan görüntüsü, kamara içi, yemek salonu, güverte/kıç üstü

- b) Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim günlük kiralama fiyatları
- c) Teknenin özellikleri: Yapım yılı, kabin sayısı, personel sayısı, kabin detayları, eğlence ekipmanları, klima v.b. özellikleri



Şekil 1: Odak Grup Toplantısı

Gruba sunulan beş ürün, veri toplamayı kolaylaştırmak için bazı uç örnekler de dâhil edilerek seçilmiştir. Seçilen Guletlerin gerçek isimleri gizlenmiş, isimleri dışında hiçbir özellik değiştirilmemiştir. Seçilen guletler, seçim sebepleri ile beraber aşağıdaki gibidir.

- a) Akasya: High Deluxe, 35m,10 misafir kapasitesi, büyük kabin.
- b) Begonvil: 28m, 20 misafir kapasitesi, küçük kabin.
- c) Çiğdem: 45m, 14 kabin ve 32 misafir kapasitesi, çok küçük kabinler, kalabalık tatil.
- d) Defne:18m, 4 misafir sayısı, çok ekonomik.
- e) Erguvan: VIP, 44m, 5 çok büyük kabin, pahalı.

Görsellerin incelenmesi ve araştırma sorularının tartışılmasından sonra toplantı ile ilgili geri bildirim alınarak toplantı sonlandırılmıştır.

5.4. Araştırma Soruları ve Bulgular

Katılımcıların sefer bölgesi seçerken göz önüne aldıkları ölçütleri sorgulamak için guletlerin yoğun olarak kullandığı dokuz sefer sunularak tercihleri sorgulanmıştır.

- 1- Bodrum-Gökova-Bodrum
- 2- Fethiye-Kekova-Fethiye
- 3- Fethiye-12 Ada-Fethiye
- 4- Olympos-Fethiye-Olympos
- 5- Marmaris-Fethiye-Marmaris
- 6- Bodrum-Patmos-Leros-Kos-Bodrum
- 7- Göcek-Bodrum veya Bodrum-Göcek
- 8- Mykonos-Bodrum veya Bodrum-Mykonos
- 9- Bodrum-Marmaris veya Marmaris -Bodrum

Katılımcıların sefer bölgesi tercihinde en önemli etkenin **yurt dışı durağı** olması, vize alma zorunluluğunun caydırıcı etkiye sahip olmadığı gözlenmiştir. Çıkış limanına dönülmesi (otomobili park ettiği yere dönme şeklinde algılanmıştır), daha önce tatil yapılmış veya yapılmamış durağa uğranması gibi etmenlerin de katılımcıların tercihlerine etkisi bulunduğu gözlenmiştir.

Yılın hangi ayında tatil yapmayı tercih edersiniz sorusuna verilen yanıtlar daha çok kişisel sebeplerle ortaya konmuştur. İzin zamanını şirketin belirlemesi, ailenin diğer fertlerine bağımlı değişkenler gibi etkenler tatil zamanı tercihini etkilemektedir.

Gulet tatili değerlendirilirken *kalabalık* tekne tatillerinden hoşlanmadıklarını dile getiren katılımcılar, akraba ve yakın arkadaş grubu ile dahi teknede kalabalık tatil fikrinden hoşlanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sebeple Çiğdem teknesi incelenen tekneler içerisinde en az tercih edilen tekne olarak işaret edilmiştir. Bir katılımcı bu tekneye “yurt gibi” benzetmesini kullanmıştır.

Az sayıda ama önceden tanımadıkları insanlarla aynı teknede tatil yapma fikri ise katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmiştir. Bu bağlamda alınan yanıtlara ilişkin örnekler aşağıdaki gibidir;

- K1: Tekne de başkalarıyla birlikte olmaktan kesinlikle rahatsız olmam zaten otelde de başkalarıyla aynı alanı paylaşıyoruz. Benim için sorun olmaz.
- K2: Hiç rahatsız olmam aynı durum otelde de söz konusu.
- K3: Rahatsız olmam.
- K4: Bence sorun olur aynı ortamda olmayı çok istemem.
- K5: Benim için hiç sorun değildir.
- K8: Kesinlikle benim için çok zor, uyum sağlayamam

Görseller üzerinden yapılan değerlendirmede hem özellikleri açısından hem de estetik olarak en beğenilen tekne, günlük fiyatları Erguvan Guletinden (VIP sınıfı) sonra en pahalı tekne olmasına rağmen Akasya Guleti olmuştur. Katılımcıların sadece ikisi en ekonomik seçenek olan Defne teknesini tercih ederken diğer tüm katılımcılar Akasya Guletini tercih etmiştir.

- K4: Yılda bir kere tatil yapacaksam imkânlarımı zorlayıp iyisini seçerim, Akasya bence.
- K6: Olmuşken iyisi olsun, Akasya çok güzel bence aradaki fiyat farkına değer.
- K1: Zaten sadece uyumaya giriyor olacağız, en uygun en ekonomik fiyat Defne, sonuçta aynı yerlerde olacağız, haksız mıyım?

Referans grup etkilerinin sorgulandığı kısımda tatil kararı verirken katılımcılarımızın sadece ikisi ailelerinden etkilendiklerini belirtirken, diğerleri arkadaş etkisinin karar verme sürecinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Ancak tatile dair bilgi toplama tercihleri sorgulandığında güvendikleri bilgi kaynağının ailelerden çok internet siteleri olduğu anlaşılmış, satın alma kararı öncesi ve satın alma süreci boyunca tüm katılımcılarımız internet kaynaklarına başvurduklarını belirtmişlerdir.

Ailede tatil kararlarının ne şekilde alındığı sorgulandığında, katılımcılar karar verme sürecinde etkin rolün çoğunlukla kendilerinde olduğunu belirtmişlerdir.

Yiyecek ve içecek satın alımlarının misafirler tarafından yapıldığı, menülerin misafirler tarafından oluşturulduğu, günlük menüler oluşturulurken misafirlerin aktif rol aldığı tatil seçeneklerini tercih edebilecekleri seçenekleri katılımcılar tam bir konsensüs içerisinde ret etmiş, tatilde bu uğraşı istemediklerini, gulet işletmecisinin her şeyi hazır sunması gerektiğini bildirmişlerdir.

Bazı işletmelerin tutundurma faaliyetleri içerisinde ön plana çıkarttığı “düşük kalorili tatil” konseptini istemediklerini, tatilde kalori hesabı yapak istemediklerini belirtmişler, personel listesinde pilates hocası görmenin satın alma kararlarını **olumsuz** yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir.

6. SONUÇLAR, ÖNERİLER, KISITLAR

Araştırmanın sonuçlarına göre, kadınlar tatil kararı verirken belirli bir lüks düzeyi beklentisi içerisinde ve zahmetsiz tatil

seçeneklerine yönelen bir yapıdadırlar. Tatil fikri olarak deniz turizmi ve yat kiralamaya sıcak bakılmakta ve yurt dışı uğraklı sefer planı yapan ürünler rağbet görmektedir. Katılımcılar tatil planında, uğrak yerleri planlamasında, menü planlamasında aktif görev almaya gönüllü değildir. Tüm bu detayların önceden düşünülmüş ve hazır sunulmuş olmasını tercih etmektedirler.

Yapılan odak grup çalışmasında hedeflenmediği halde sadece eğitim seviyesi yüksek katılımcıların bulunması, tercihlerin ortaya konmasında göz önünde bulundurulması gereken bir kısıt olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Aynı odak grup toplantısı eğitim seviyesi daha düşük bir grup ile tekrarlanarak bulguların doğruluğu teyit edilebilir.

Pazarı doğru anlamak için erkekler odak grubu ve çiftler odak grubu da toplanarak belirlenecek tercihler büyük ölçekli bir anket çalışması için veri olarak kullanılabilir ve nitel çalışmalardan elde edilen ölçütlerin, hangilerinin satın alma kararı üzerinde daha büyük etkiye sahip oldukları sorgulanabilir.

KAYNAKÇA

- Atlas Yachting – Yacht Agents Services, Gulet Charter & Yacht brokerage in Turkey. Kabin Kiralama
<http://www.atlasyachts.com/tr/kiralama.htm> Erişim Tarihi: 02.01.2014
- Atlay Işık, D. (2010). Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye İçin Farklılaştırma Stratejileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Ateş, A. ve Esmer, S. (2011) “*Veri Zarflama Analizi ile Türkiye’deki Konteyner Terminallerinin Etkinlik Ölçümü*”. 12. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu. 26-29 Mayıs 2011. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Barbaros Yatçılık. Yat Kiralama
<http://www.barbarosyachting.com/tr/yat-kiralama> Erişim Tarihi: 02.01.2014
- Budget Sailing . Flotilla Seyri. <http://www.budgetsailingturkey.com/turce/flotilla.asp> Erişim Tarihi : 02.01.2014
- Deniz Ticaret Odası <http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/DTCalismaGrubu.aspx> Erişim Tarihi:06.01.2014
- İstanbul ve Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz Bölgeleri (IMEAK) Deniz Ticaret Odası Sektör Raporu 2012

- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü .
Yat Turizmi
<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11525/yat-turizmi.html> Erişim Tarihi: 02.01.2014
- Lamira Yatching . Yat ve Yat Limanı Kavramları.
<http://www.lamirayat.com/duyurular/47-uluslararası-alanda-yatçılık-kavramı-ve-türk-marinaları.html> Erişim Tarihi : 02.01.2014
- Orams M. (1999) Marine Tourism: development, impacts and management. London, Routledge
- Özer, Meral (1990) 'Türkiye'de Yat Turizmi' Proje Değerlendirme Müdürlüğü, Ankara (1990; 20).
- T.C. Resmi Gazete (24.07.2009), Sayı: 27298 Deniz Turizmi Yönetmeliği,
<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724.htm>, Erişim Tarihi:17.12.2013
- Turizm Yazarları ve Gazeteciler Derneği. Türkiye'de Yat Turizmi <http://www.tuyed.org.tr/yat-turizminin-gelismes-raporu/> Erişim Tarihi: 02.01.2014
- Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. (2012). *Deniz çevresi* <http://www.denizcilik.gov.tr/dm/beb/denizcevresi.aspx> Erişim Tarihi: 08.02.2013
- V-GO Yatçılık ve Seyahat Acentası. Gulet . Yat Kiralama. Kabin Kiralama <http://www.v-go.com.tr/Gulet.html> Erişim Tarihi: 02.01.2014 http://www.v-go.com.tr/Yat_Kiralama.html Erişim Tarihi: 02.01.2014 http://www.v-go.com.tr/Kabin_Kiralama.html erişim Tarihi: 02.01.2014
- YERCAN, F, Yrd. NEŞER, G.. Çekek Yerlerinin Sınıflandırılması İçin Geliştirilmiş Bir Model Ve Ege Kıyılarındaki Tesislere Uygulanması Gemi Mühendisliği ve Sanayimiz Sempozyumu, 24-25 Aralık 2004

YAT SATIN ALMA KARARINDA YAT TİPİ TERCİHİ: İC ÇEŞME MARİNA UYGULAMASI

Nur ÖZDELİBAŞ¹
Selçuk NAS²

ÖZET

Türkiye'deki yat üretim tersane sayılarındaki artışlarda, sadece yurtdışı taleplerin değil, aynı zamanda yurtiçi yat taleplerinin de payı bulunmaktadır. Son yıllarda yatlara olan taleplerin karşılanması ile birlikte yat bağlama yerlerine olan taleplerde de artışlar meydana gelmiştir. Lüksün ve zenginliğin bir simgesi olan yatlar, itici kuvvetleri açısından yelkenli ve motor yat olarak ikiye ayrılmaktadır. Yat sahiplerinin bu yat tiplerini satın alırken hangi değişkenlere göre karar verdikleri bu çalışmanın araştırma sorusunu oluşturmaktadır. Araştırma sorusu kapsamında, İC Çeşme Marina'da yatlarını bağlayan yat sahiplerinden kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenenlerle yüz yüze görüşme yapılarak veriler toplanmıştır. Veri toplama sırasında yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup, toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak yat sahiplerinin yat tipi tercihlerinde satın alma kararını etkileyen değişkenler belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Satın alma kararı, Motor yat, Yelkenli yat

1. GİRİŞ

Solomon (2007), insanların satın alma davranışlarında malların temel fonksiyonlarından ziyade içerdikleri anlam nedeniyle tercih ettiğini belirtmektedir. Bu davranış insanların mal ya da hizmetlerin temel fonksiyonuna değer vermediği anlamına gelmemektedir. Ama insanların mal ve hizmete yükledikleri anlamların fonksiyonlarından daha farklı bir önemi olduğunu göstermektedir. Solomon'a göre mal ve birey arasında kurulabilecek ilişkiler aşağıda belirtilmiştir.

- Benlik kavramı ile bağlantı: Mal, kullanıcının kimliğini ifade etmesine yardımcı olur,

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir. nurozdelibas@hotmail.com

² Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir. snas@deu.edu.tr

- Nostaljik bağlantı: Mal, bireyin geçmişinden bir şeyler hatırlatır,
- Karşılıklı bağımlılık: Mal, kullanıcının günlük faaliyetlerinin bir parçasıdır ve
- Sevgi: Mal, sıcaklık, ihtiras ya da benzeri güçlü duygular sağlar.

Tüketici bir malı satın alırken birçok zihinsel süreçten geçer. Bu zihinsel süreç aslında bir karar verme sürecidir. Buradaki satın alma karar süreci, bir işletmenin veya bir örgütün karar verme sürecinden farklı olup, bireyseldir ve tam olarak rasyonel olması da beklenemez. Tüketicilerin mal veya hizmet satın alma kararları aslında onların geliştirmiş olduğu karar verme stili ile ilgilidir. Bireyler karar verme eylemi sırasında, daha önceden geliştirdikleri, kişilik, algılar, etik ve değerler ve risk davranışı gibi iç faktörler (Rolinson, 2002) ve çevresel faktörden (Harrison, 1992) etkilenebilen alışkanlıklar edinirler Bu alışkanlıklar bireyin karar verme stilini oluşturmaktadır (Nas 2006). Sprogles ve Kendall (1986) satın alma kararları ile ilgili olarak bireylerin geliştirdikleri karar verme stillerini sekiz farklı faktör altında değerlendirmektedir. Bunlar; mükemmeliyetçi, marka yönlü, yenilikçi, eğlence ve fayda yönlü, fiyat yönlü, içtepesel-dikkatsiz, çok seçenek kargaşası, alışılmış marka yönlü karar verme stilleridir. Canabal (2002) ise literatürdeki satın alma karar stilleri üzerinde yapmış olduğu çalışmalar ile bireylerin geliştirdikleri karar verme stillerini beş faktör altında özetlemiştir. Bunlar; marka, yüksek kalite yönlü-mükemmeliyetçi, çok seçenek kargaşası, iç tepisel-markaya aldırmayan, eğlence amaçlı karar verme stilleridir.

Yaşam tarzı, kişinin parasını ve zamanını nasıl harcadığıyla ilgili satın alma kararlarını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Yaşam tarzı tüketici tercihlerinin şekillenmesi ve bu tercihlerle ilgili gerekli tahminlerin yapılmasını sağlamaktadır. Tüketicilerin ürün özellikleriyle ilgili tercihleri, ürünlerin rasyonel ya da duygusal özellikleri arasında seçim yapmaları ve bu özelliklerden birine daha çok önem vermeleriyle ilgilidir. Tüketiciler; yaşam tarzları, buldukları sosyal sınıf ve taşıdıkları değerlere göre bu özellikleri farklı şekillerde değerlendirir ve tercihlerini bu doğrultuda yaparlar. (Çelik, 2008) Hatta yaşam tarzı bireyin sosyal sınıfı ya da kişiliğinden daha fazlasıdır. Aynı sınıftan ve mesleklerden gelen bireylerin çok farklı yaşam tarzları olabilir. Tüketicinin temel faaliyet(iş, hobi, alışveriş, spor, sosyal olaylar), ilgi (yiyecek, moda, aile, boş vakitleri değerlendirme, fikir (kendileri hakkında, sosyal hususlar, iş, ürünler) boyutlarının ölçülmesini gerektirir.

Tüketicilerin satın alma davranışları üründen ürüne farklılık gösterir (Yükselen, 2006). Tüketici satın alma davranış türleri; karmaşık satın alma davranışı, çelişki azaltıcı satın alma davranışı, alışkanlığa dayalı satın alma davranışı, değişiklik arayan satın alma davranışı olarak sınıflandırılmaktadır (Kotler, 2000). Satın alma sürecinde ürün pahalı ve riskli ise, sık sık satın alınmıyorsa ve fertle özdeşleşme ihtimali yüksek ise tüketicinin merak ve ilgisi daha çok olmaktadır.

Tüketici tercihleri ürünlerin faydacı (utilitarian) ve hazsal (hedonic) özelliklerine göre şekillenmektedir (Köker ve Maden, 2012). Hazsal ürünler daha çok deneyimsel tüketim, eğlence, zevk ve heyecan sağlarlarken (örneğin, moda giysiler, spor arabalar, lüks saatler vs.), faydacı ürünler ise temelde yararlı ve fonksiyonellerdir (örneğin, mikrodalgalar, minivanlar, kişisel bilgisayarlar vs.).

Otomobil, mücevher, özel günlerde giyilen elbiseler, dizüstü bilgisayar bilgisayar, parfüm gibi birim fiyatı yüksek olan, tüketiciyi markasıyla cezbeden ve ayırıcı bir özelliği bulunan, genelde prestij taşıyan ürünler özellikli ürün kategorisine girmektedir. (Tıgılı & Akyazgan, 2003: 3). Otomobiller gibi tekneler de hem somut, hem de soyut ürün özelliklerini içeren ve bu özelliklerinin herhangi birinin tüketiciye göre baskın değerli olmasından dolayı tercih edilen ürünlerden sayılabilir.

Yat satın alanlar yat tipleri arasındaki tercihlerinde; lüks satın alma kararlarını etkileyen dizayn, sağlamlık, konfor, genişlik, hız vs gibi hazsal niteliklere önem verdikleri kadar, aktivite olarak yapılması, hobi ve spor olarak yapılması, prestij sağlması vs gibi faydacı özelliklere önem verdikleri tahmin edilmektedir. Bu farklı faktörler ürün değerlendirmelerinin bağımsız öğelerini gösterir ve ürünler arasında ürünlerin göreceli hazsal ve faydacı yapısına göre tüketicilere ayırım yapma olanağı vermektedir (Wartenbroch, 2000). Bu çalışmada bireysel satın alma kararı konusu son derece sınırlandırılarak, tekne sahiplerinin tekne satın alırken seçtikleri tekne tipini, neden motor yat veya neden yelkenli yat olarak belirledikleri sorgulanmıştır. Buradaki karar sadece iki seçenek arasında yapılan karar verme davranışıdır. Bu davranışa etki eden faktörlerin neler olduğu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Araştırma, konunun literatürde ilk defa ele alınması sebebiyle, tüketici davranışları konusundaki temel modellerden bağımsız bir şekilde tasarlanmıştır. Bu yönü ile araştırma keşfedici nitelikte olup, yat satın alma konusundaki tercih kriterlerinin ne olduğu sorusuna cevap aranmıştır.

2. YAT

Deniz turizminin önemli bir yatırım araçlarından biri olan yat, Dutch denizcilerin 1660 yılında Amsterdam'da kaçakçıları kovalamak için kullanmış oldukları teknelere verilen "jaghtschippen" kelimesinden gelmektedir. Kelime kök olarak "jagen" ve "schip" kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. "Jagen" kelimesi kovalamak, "schip" ise gemi anlamına gelmekte olup, "jaghtschippen" kelimesi "kovalama gemisi" anlamındadır (URL 1, 2014). Bu kelime "avcı gemisi" (Durukan, 2004) anlamında da kullanılmaktadır.

Türkiye'de yat kelimesinin hukuksal düzenlemelerdeki tanımlarına bakılacak olursa;

Kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, ticarî olarak veya ticarî olmadan gezi ve spor amacıyla kullanılan, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen veya kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak şartıyla taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeyen ve tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen gemidir (2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu)

Gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır. (24.07.2009 Resmi Gazete, Deniz Turizm Yönetmeliği)

Yatları kullanım amacına göre sınıflandırılarak tanımlayan ilk yasal düzenlemenin 04.08.1983 tarih ve 18125 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Yat Turizmi Yönetmeliğinde görülmektedir.

"Yat" deyimi; yat tipinde inşa edilmiş, gezi ve spor amacıyla yararlanılan, taşıyacakları yatçı sayısı 36'yı geçmeyen, yük veya yolcu gemisi niteliğinde olmayan, tonilato belgelerinde

"Ticari Yat" veya "Özel Yat" olarak belirtilen deniz araçlarını

Yat Turizmi Yönetmeliğinde görüldüğü gibi yatlar ticari ve özel yat olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu yat tiplerine ait tanımlamaların ise

31.07.2002 tarih ve 24832 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gemiadamları Yönetmeliğinde görülmektedir.

Ticari Yat; Yat tipinde inşa edilmiş, kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfuğu olan, ticari olarak gezi ve spor amacıyla yararlanılan, yük, yolcu veya balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi (dâhil) ya da kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden daha fazla uzaklaşmamak şartıyla, taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı (dâhil) geçmeyen ve tonilato belgesinde ticari yat olduğu belirtilen gemiyi,

Özel Yat; Yat tipinde inşa edilmiş, kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfuğu olan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, gezi ve spor amacıyla yararlanılan, tonilato belgesinde özel yat olduğu belirtilen gemiyi,

Yukarıdaki sıralanan yasal düzenlemelerde görüleceği gibi yat, amacının ve özelliklerinin dışında bir gemi olarak tanımlanmaktadır. Gemi teriminin 14.02.2014 tarih ve 27846 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanunu’ndaki tanımına bakılacak olursa; “*Tahsis edildiği amaç, suda hareket etmesini gerektiren, yüzme özelliği bulunan ve pek küçük olmayan her araç*” olarak belirtilmektedir. Tanımdan da görüldüğü gibi, gemi olarak tanımlanan yatın gezinti amacının doğrultusunda hareket etmesi gerekmektedir. Yatların deniz üzerinde hareket edebilmesi için günümüzde genel olarak iki farklı güçten faydalanmaktadır. Yatlar, hareket etme gücünü veren bu unsurlara göre “Motor Yat” ve “Yelkenli Yat” olarak sınıflandırılmaktadır (Ercanik, 2003). Motor yatlar, sadece kendi motorlarıyla hareket edebilecek şekilde tasarlanmıştır. Yelkenli yatlarda ise ana hareket ettirici güç rüzgâr olup yelkenleri yardımıyla hareket ederler. Ayrıca tonajlarına göre yardımcı güç sağlayan motorlar ile donatılmaktadır.

Motor yat ve yelkenli yatların birbirlerine karşı üstünlükleri olduğu gibi birbirlerine karşı bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Motor yatlar daha hızlıdır, konforludur ve yaşam imkânları daha geniştir. Öte yandan, yakıt sarfiyatı açısından ekonomik değildir. Yelkenli yatlar ise, rüzgâr kuvvetini kullandıkları için sessizdir, ekonomiktir, kullanmak için daha fazla güç ve emek ister bu nedenle doğa ile mücadele konusunda insanların zevk ve macera arzularını tatmin eder. Öte yandan yavaştır, istenilen noktaya ulaşmak bile günler sürebilir. Aslında yatların insanlara verdiklerinin yanında insanların bir yattan ne beklendikleri de önemlidir. Bu beklenti kişiden

kişiyeye değişebilir. İnsanların nasıl bir yata sahip olacakları, yattan beklentilerine göre şekillenmektedir. Yat satın alma kararları da bu beklentiyi tatmin eden seçeneğin belirlenmesi ile sonuçlanır.

Bu çalışma, yat sahiplerinin yatlarını satın alırken “Motor Yat” ya da “Yelkenli Yat” tercih etme sebeplerini ve satın alma kararlarını etkileyen değişkenleri tespit etmeye yönelik keşfedici bir çalışmadır.

2. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada IC Çeşme Marina’daki marina müşteri ile yüz yüze yapılan mülakatlarla yat satın alma kararlarını etkileyen değişkenlerin neler olduğu araştırılmaktadır. Çalışmada hem motor yat hem de yelkenli yat sahiplerinin, yat satın alma sırasında yat tipini tercih ederken hangi değişkenlere göre karar verdiği sorgulanmıştır. Yat sahiplerine yöneltilen sorular içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

3.1. Veri Toplama Yöntemi

Bu çalışmada veri toplamak için IC Çeşme Marina’da bağlayan yat sahipleri ile yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler IC Çeşme Marina içinde bağli durumdaki yatların üzerinde yat sahipleri ile yapılmıştır. Marina içine girmek ve araştırmayı yapmak için IC Çeşme Marina Genel Müdürlüğüne resmi olarak başvurulmuş ve gerekli izinler Mayıs 2013 tarihinde alınmıştır. Mayıs ve haziran aylarında farklı günlerde toplam 25 tekne sahibi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yat sahipleri ile tekne üzerinde gerçekleştirilen görüşmeler yaklaşık olarak 5 dakika sürmüştür.

Veri toplama aracı olarak geliştirilen yapılandırılmış görüşme formu, yat sahiplerinin deniz ve yat turizmi ile olan içsel bağının / deniz kültürünün olup olmadığını keşfetmek maksadıyla sorulan genel sorularla başlamış, satın almada yat tipi tercih değişkenlerinin tespitine yönelik sorularla daraltılmıştır. Bu kapsamda açık uçlu 3 adet ana soru hazırlanmıştır.

- “Boş zamanlarınızı değerlendirmek için neden denizcilik?”
- “Şu anda sahip olduğunuz bu (motor yat / yelkenli yat)’ı seçerken hangi kriterler etkili oldu?”
- “Neden (Motor yat / Yelkenli yat)’ı tercih etmediniz?”

Yapılandırılmış görüşme formunda yatçıların ve yatlarının profil verilerinin sorgulandığı bir bölüm de eklenmiştir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Çalışmanın ana kütlesi yat sahipleri olup, 353 tekne bağlama kapasiteli IC Çeşme Marina, çalışmanın çerçevesini oluşturmaktadır. Yat sahiplerinin teknelerine geldiklerinde marında fazla zaman kaybetmeden yatları ile seyre çıkmaları, marındaki yoğunluk, kaptan ile çalışan büyük yatların sahiplerine ulaşmadaki güçlükler, zaman kısıtı, yat sahiplerinin marina içindeki özel yaşamlarına duyulması gereken saygı, yat sahiplerinin çalışmaya katılma konusundaki isteksizlikleri nedeniyle ana kütleyle ulaşma konusunda kısıtlar oluşturmuştur. Çalışmaya kolayda örneklem yöntemi ile tespit edilen 25 yat sahibi katılmıştır. Örneklem tespitinde görüşme yapılan motor yat ve yelkenli yat sahiplerinin mümkün olduğu kadar eşit sayıda olmasına da özen gösterilmiştir. Bu doğrultuda 14 yelkenli yat ve 11 motor yat sahibi ile görüşme yapılmıştır. Çalışmanın amacı ve ana kütle açısından ulaşılan örneklem sayısının nitel bir çalışma için tatmin edici düzeyde olduğu kanaatine varılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Daha önce bu konu üzerinde bir araştırma yapılmaması, analize rehberlik edecek bir kavramsal yapı olmaması sebebi ile toplanan verilerden oluşturulan kodlar tümevarımcı bir analizle incelenmiş, mülakat formlarından elde edilen verilerden çıkan kavramlara göre kodlama yapılmıştır. Kodlar daha sonra frekans analizleri ile değerlendirilmiştir ve daha sonraki araştırmalarda geliştirilmek üzere bir yapı oluşturulmaya çalışılmıştır.

İçerik analizi; dokümanların, mülakat dökümlerinin ya da kayıtların karakterize edilmesi karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir (Altunışık ve arkadaşları; 2007). Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin analizinde sıkça kullanılmaktadır (Nas 2006). Araştırmada toplanan verilerin analizine rehberlik edecek bir kavramsal yapı olmadığı için bu yapı, toplanan verilerin tümevarımcı bir analize tabi tutulması sonucu araştırmacı tarafından ortaya çıkarılır. Tümevarımcı analizde kodlar doğrudan verilerden üretilir. Kodlama yoluyla verilerin altında yatan kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaktır Buna kuram oluşturma adı verilmektedir. Kodlama ise; veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere (bir kelime, cümle, paragraf gibi) isim verilmesi sürecidir. Kodlar arasındaki anlamlı ilişkiler kavramları oluşturmaktadır.

Kavram içerik analizinin temel analiz birimidir (Yıldırım ve Şimşek, 2000).

4. ÇALIŞMANIN BULGULARI

IC Çeşme Marina’da bağlayan ve bu çalışmaya katılan 25 yat sahibinin yaş ortalaması 48 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların profil bilgileri ayrıntılı bir şekilde Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Yat Sahiplerinin Profil Bilgileri

	YAŞ	MİLLİYET	EĞİTİM	İKAMET	MESLEK
1	37	TC	Üniversite	İstanbul	İnş. Müh.
2	39	TC	Üniversite	Narlıdere	İşletme sahibi
3	25	TC	Y.Lisans	İzmir	Mak. Müh.
4	27	TC	Y.Lisans	İzmir	Mak. Müh.
5	60	ALM	Üniversite	Almanya	Emekli
6	58	FR	Üniversite	Fransa	Emekli
7	60	TC	Y.Lisans	İstanbul	Emekli
8	58	İNG	Üniversite	UK	Trafik Uzm.
9	33	TC	Lise	İzmir	İşletme sahibi
10	62	TC	Lise	İstanbul	Emekli
11	72	TC	Lise	İzmir	Emekli
12	41	TC	Üniversite	İzmir	Dış Tic.
13	59	TC	Üniversite	İstanbul	Mimar
14	39	TC	Üniversite	İzmir	İşletme sahibi
15	60	İTL-TC	Y.Lisans	İzmir	İşletme sahibi
16	67	TC	Üniversite	İzmir	Emekli
17	57	TC	Üniversite	İstanbul	İşletme sahibi
18	45	TC	Üniversite	İzmir	Yönetici
19	45	TC	Üniversite	Urla	Yönetici
20	34	ALM	Üniversite	Çeşme	İşletme sahibi
21	37	TC	Y.Lisans	İzmir	İşletme sahibi
22	70	TC	Üniversite	İzmir	Dış Hekimi
23	43	TC	Üniversite	İzmir	Dış Tic.
24	58	TC	Üniversite	İzmir	İşletme sahibi
25	30	TC	Üniversite	İzmir	İşletme sahibi

Yat sahiplerinin çoğunluğu halen çalışırken sadece 6 tanesinin emekli olduğu, çalışanların ise 9’unun işletme sahibi olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumları dikkate alındığında sadece 3 adedi lise mezunu iken diğer yat sahiplerinin üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katılan yat sahiplerinin sahip olduğu yatlarla ait bilgiler Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Yatlara Ait Bilgiler

	Ehliyet	Kullanım	Yat Tipi	Eni	Boy	Bayrağı	Ne Zamandır	Kullanma Sıklığı
1	Var	Kendisi	S/Y	3,59	10,94	ABD	7	52
2	Var	Kendisi	M/Y	4,20	10,20	TC	730	52
3	<u>Yok</u>	Kendisi	M/Y	2,69	8,57	TC	547	52
4	Var	Kendisi	M/Y	4,41	13,83	ABD	730	26
5	Var	Kendisi	M/Y	4,5	14,90	ALM	1095	90
6	Var	Kendisi	S/Y	4,04	12,95	FR	2190	70
7	Var	Kendisi	S/Y	3,91	11,48	ABD	365	180
8	Var	Kendisi	S/Y	4,13	12,50	UK	1825	90
9	Var	Kendisi	S/Y	3,90	12,15	TC	365	52
10	Var	Kendisi	M/Y	3,00	7,90	TC	365	12
11	Var	Kendisi	M/Y	2,10	7,40	TC	365	52
12	Var	Kendisi	S/Y	4,10	12,84	ABD	365	120
13	Var	Kendisi	M/Y	4,22	12,94	ABD	500	180
14	Var	Kendisi	M/Y	3,96	14,00	ABD	1095	52
15	Var	Kendisi	S/Y	4,12	13,10	ABD	1095	52
16	Var	Kendisi	S/Y	3,40	9,91	ALM	730	12
17	Var	Kendisi	S/Y	4,74	14,27	ABD	5	26
18	Var	Kendisi	S/Y	3,83	10,80	ABD	365	52
19	Var	<u>Kaptan</u>	S/Y	4,97	17,20	ABD	365	52

/..

Tablo 2: Yatlara Ait Bilgiler (Devam)

	Ehliyet	Kullanım	Yat Tipi	Eni	Boy	Bayrağı	Ne Zamandır	Kullanma Sıklığı
20	Var	Kendisi	S/Y	4,91	16,20	ALM	1095	200
21	Var	Kendisi	S/Y	3,20	9,83	TC	730	150
22	Var	Kendisi	S/Y	4,04	12,05	TC	365	12
23	Var	Kendisi	M/Y	4,40	10,40	TC	300	52
24	Var	Kendisi	M/Y	3,75	13,75	ABD	1095	90
25	Yok	Kaptan	M/Y	5,00	19,43	ABD	730	52

Yat sahiplerinin 20 tanesi TC vatandaşı olup, 5 tanesi yabancı ülke vatandaşıdır. Yabancı yat sahiplerinin çoğu yelkenli yatı tercih ettiği görülmektedir. En dikkat çekici özellik olarak İstanbul ve yurtdışında ikamet edenlerin yanı sıra marinadaki yat sahiplerinin ikamet yerlerinin çoğunlukla İzmir olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan yat sahiplerinin yatlarının ortalama genişliği 4 metre, ortalama tekne boyu 12,4 metre olarak tespit edilmiştir. Yatların 5 tanesi 10 metreden küçük olup, 15 metreden büyük 2 adet yat bulunmaktadır. 18 yatın boyları ise 10 – 15 metre arasında değişmektedir. Yat sahiplerinin deniz tecrübeleri ortalama olarak 2 yıl olup, yat kullanımları incelendiğinde genel olarak haftada bir defa kullandıkları, genel olarak ise yılda ortalama 73 defa kullandıkları tespit edilmiştir. Tercihlerini motor yattan yana kullanan yat sahiplerini teknelerini kullanma sıklığını yaz aylarında haftada bir, 2 haftada bir olarak belirtirken, yelkenli yat tercih eden tekne sahipleri yılda 3-6 ay gibi zaman aralıkları belirterek teknelerinde geçirdikleri süreyi ortaya koymaktadırlar. Sahip olunan her iki tür teknenin de ortalama boyu birbirine yakındır. Motor yat ortalaması 11,22 metre iken, yelkenli yatın ortalama boyu 12 metredir.

Tekne sahiplerinin hali hazırda sahip oldukları teknelerinin kondisyonları ile ilgili yöneltile soruda motor yatların yelkenli teknelere göre daha yeni olduğu görülmektedir. Ayrıca, motor yat sahiplerinin Türk Bayrağı'nı tercih etme oranlarının yelkenli yat sahiplerine oranla daha fazladır.

Yat sahipleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Boş zamanlarınızı değerlendirmek için neden denizcilik?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen

sonuçlar Tablo 3’de gösterilmektedir. Bazı yat sahipleri bu sevgiyi “deniz tutkusu” olarak da nitelendirmiştir. Denizin ve denizciliğin huzur bulmak, stres atmak ve denizde kendini bulmak amacı ile yalnız kalmak ve denizin verdiği özgürlük hissinden dolayı tercih edildiği ifade edilmiştir.

Tekne sahiplerinin verdiği bu cevapları denizciliğin hobi ve faaliyet olması, aile ile yapılan ortak bir uğraş olması, farklı yerleri gezebilme ve aynı zamanda tatil yapabilme imkânı sunması, denizciliğe duyulan merak, yelkeni spor olarak yapmak ve balık tutmak gibi nedenler takip etmektedir. Tekne sahiplerinin %65’i ailesinin veya arkadaşının vesile ile denizcilik ile tanıştığını belirtmektedir. Ailesinde denizcilik ile ilgilenen ebeveynleri olan tekne sahipleri nerdeyse çocukluklarından itibaren denizcilik ile iç içe büyüdüklerini belirtmekte iken arkadaş tavsiyesi ya da kendi güdüleri ile denizciliğe merak salanların denizcilik ile tanışmasının biraz daha yakın tarihe dayandığı görülmektedir.

Tablo 3: Boş Zamanlarını Değerlendirmek İçin Neden Denizcilik

Kodlar	Frekans
1 Deniz sevgisi için	10
2 Stres atmak için	7
3 Huzur bulmak için	5
4 Doğa ile baş başa olmak için	5
5 Farklı yerleri gezebilme için	4
6 Spor olsun diye	3
7 Sakinlik hissini tattığı için	3
8 Hobi olarak tercih ettiği için	3
9 Tutkusu olduğu için	3
10 Yelken yapmayı sevdiği için	3
11 Ailesi ile birlikte olmak için	2
12 Aktivite olsun diye	2
13 Kendini bulmak ve yalnız kalmak için	2
14 Balık tutmak için	2
15 İş amacıyla	1
16 Merak ettiği için	1
17 Özgürlük hissi verdiği için	1

Yat sahipleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Şu anda sahip olduğunuz bu (motor yat / yelkenli yat)’ı seçerken hangi kriterler etkili oldu?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 4’de

gösterilmektedir. Sahip olunan tekneyi seçerken etkili olan değişkenlerin belirlenmesindeki bulgular iki farklı bölümde değerlendirilmiştir. Motor yat sahiplerinin mevcut teknelerini satın alırken dikkat ettikleri kıstaslar teknenin hızı ve çabuk ulaşım sağlaması konusunda yoğunlaşırken, bunu teknenin iç hacminin geniş olması ve yaşam alanının, kabinlerin konforlu ve aileye uygun olması, teknenin üst güvertesinin de mevcut olması, arkadaşlarının o tekneyi tavsiye etmesi, belirli bir markaya güvenilmesi, teknenin satın alma ve kullanma maliyeti, eğlence ortamının yaratılabiliyor olması ve balık tutmaya elverişli olması gibi değerlendirmeler takip etmektedir. Bir tekne sahibi; *“yazlık yerine tekne aldık, ev gibi olması önemli bizim için, hem yazlık gibi oluyor geliyor, kalıyoruz hem de istediğimiz yere gidiyoruz”* yanıtını vererek göz önüne aldığı kriterlerin sebebinin vurgulamaktadır. Motor yat sahiplerinin satın alma kararını en çok etkileyen hız ve çabuk ulaşım sağlayabilme kriteri, yelkenli yat sahiplerinin mevcut teknelerini satın alırken aradıkları bir kriter olmadığı görülmektedir.

Yelkenli yat sahipleri yoğun olarak teknenin genişliğine ve konforlu olmasına dikkat ettiklerini belirtmekte, ardından teknenin satın alma ve kullanma maliyeti ve teknenin güvenli olması gibi kriterler gelmektedir. Bunların yanı sıra yelkenli tekneyi tek başına abrayabilmek de tekne sahiplerinin aradığı bir özelliktir. Motor yat sahiplerinin de satın alırken önem verdikleri gibi yelkenli sahiplerinin de teknelerinin aile için ideal ölçülerde ve özelliklerde olması, oda sayısının yeterli olması, tavan yüksekliği, arkadaşlarının tavsiye etmesi gibi nedenler tercih sebepleri olmaktadır. Fakat bazı yelkenli yat sahipleri teknelerinin geniş olmasını isterken bazıları da tam tersi küçük olmasını tercih etmektedirler. Motor yat sahiplerinden farklı olarak yapılan yelkenin keyif vermesi, teknenin donanımı ve denize uygunluğu gibi kıstaslar da tercih edilen tekneyi satın alınabilir kılmaktadır.

Tekne sahipleri ağırlıklı olarak internette araştırarak teknelerini bulduklarını, bir kısmı ise arkadaşlarının vesilesi ile tekne sahibi olduklarını belirtmektedir. Görüşme yapılan tekne sahipleri biri hariç teknelerinden memnunken, bir motor yat sahibi aldığı özel yapım teknesinin firması ile yaşadığı sıkıntı yüzünden teknesini aldığına pişman olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4: Yat Satın Alma Kararında Yat Tipi Seçimine Etki Eden Değişkenler

Motor Yat		Yelkenli Yat			
Kodlar	f	Kodlar	f		
1	Hızlı olması, çabuk ulaşım sağlaması	7	1	Geniş olması	7
2	Geniş olması	5	2	Konforlu olması	6
3	Konforlu olması	3	3	Güvenlik	4
4	Arkadaş tavsiyesi	2	4	Maliyet	4
5	Maliyet	1	5	Yalnız başına hakim olabilme	3
6	Balık tutmaya uygunluk	1	6	Aile için ideal olması	2
7	Aileye uygunluk	1	7	Gezi amaçlı kullanılabilmesi	2
8	Marka güvenilirliği	1	8	Donanım	1
9	Üst kısmının olması	1	9	Yelken yapmayı sevmek	1
10	Eğlence	1	10	Kullanışlılık	1
			11	Büyük olmaması	1
			12	Arkadaş tavsiyesi	1
			13	Denize uygunluk	1
			14	Oda sayısı	1
			15	Kalite	1
			16	Tavanın yüksek olması	1

Yat sahipleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Neden (Motor yat / Yelkenli yat)’ı tercih etmediniz?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 5’te gösterilmektedir. Motor yat sahiplerine neden yelkenli yatı tercih etmediniz diye sorulduğunda en fazla zamanlarının kısıtlı olduğu yanıtı verildiği görülmektedir. Hız arayışında olan motor yat sahiplerinin yelken için verdikleri bu cevap tercih ayrılığını apaçık ortaya koymaktadır. Ayrıca yelkenli teknelerin kullanımı zahmetli bulunmakta, yelkenli teknelerin çok ilgi istediği düşünülmektedir. Bu sebeplerdir ki verilen yanıtlar arasında yelkenli almak için emekli olmak gerektiği ve bunun beklendiği belirtilmektedir. Tüm bu sebeplerin yanında tekne sahibinin istekleri haricinde ailelerinin ve eşlerinin tercihleri de satın alma ya da almama kıstaslarında etkili olmaktadır. Bir motor yat sahibi eşinin yelkenli tekneyi sevmemesinden dolayı yelkenliyi tercih etmediğini belirtmektedir. Yelkenli teknelerin kullanımı fiziki yeterlilik gerektirdiğinden sağlık problemi olduğunu belirten bir tekne sahibi istese de kullanamayacağından bahsetmektedir. Yelkenli tekne ile her hava koşulunda seyir yapılamaması, konforlu bulunmaması, yaşam alanının motor yatlarla göre yeterli genişlikte görülmemesi, balık tutmaya elverişli olmaması gibi kriterler de motor yat sahiplerinin yelkenli yat

tercih etmeme nedenleri arasında yer almaktadır. Bu cevapların yanı sıra sahip olduğu tekneyi alırken denizcilik konusunda bilgisinin yetersiz olduğunu, bu nedenle cesaret edemediklerini fakat bundan sonraki teknelerini yelkenli olarak değiştirmek istediklerini belirten motor yat sahibi de bulunmaktadır. Ayrıca bir motor yat sahibi eskiden yelkenli tekne sahibi olduğunu belirtip motor yatı tercih etme sebeplerini şöyle açıklamıştır;

“yelkenli çok keyifli fakat çok zaman ve emek istiyor, okuyorken yapmak kolaydı, zamanımın çoğunu yelken yaparak geçirebiliyordum, hatta teknede kalıyordum. Fakat şimdi çalışınca hafta sonları kısıtlı bir zamanım oluyor ve bu kısıtlı zamanda hem kendime hem de aileme vakit ayırmalı, hem hobimi yapmalı hem de gezebilmeliyim. Bunun için motor yat daha ideal, seyre çıkmadan önce uzun hazırlıklar yapmanız gerekmiyor ve gideceğiniz yere çabuk gidip, yüzüp dönebiliyorsunuz.”

Aynı soru yelkenli yat sahiplerine sorulduğunda daha keskin yanıtlarla karşılaşılmaktadır. Örneğin 60 yaşındaki bir kadın yelkenli yat sahibinden;

“Üzerine para verseler motor yatı tercih etmem, benim için denizcilik yelken yapmaktır. Motor yatı kullanacağım bir de üzerine daha fazla yakıt parası verip keyif almayacağım, bu mümkün değil.”

yanıtı alınmıştır. Bir başka katılımcı ise;

“Ben yelken yapmak için tekne satın aldım, motor yat taşıt gibi bir yerden bir yere gitmek için kullanılır, yelkenli ise yelken yapmak için, seyrin verdiği keyif ve rüzgârı hissetmek için kullanılır”

gibi görüşlerle yelkenli ile motor yatın karşılaştırılamayacağını, kullanım amaçlarının tamamen farklı olduğu, yelkenli yatın bir felsefesi olduğunu görüşü ortaya atılmaktadır. Yabancı bir yelkenli yat sahibi, motor yat sahibi bir arkadaşı ile kendi teknesinde şampanya içerken arkadaşına;

“Senin yakıt için harcadığın parayı ben teknemde en pahalı şampanyayı içip keyif yapmak için harcıyorum aramızdaki fark bu”

diyerek bakış açısını vurgulamaktadır. Yelkenli yat sahiplerinin motor yatı tercih etmeme nedenleri sıralanacak olursa en önde yelkenci olmak, yelken ve rüzgârla seyir yapmayı sevmek gelirken, motor yatın ekonomik olmaması, kullanımının keyifli olmaması ve gürültülü olması, çevreci olmaması ve yelkenlinin verdiği özgürlük hissini vermemesi, yakıtın bitme ihtimali yüzünden uzun mesafeli seyir yapılamaması, yaşam tarzı farklılığı, sakinliği yansıtmaması gibi kriterler de dikkat çekmektedir.

Tablo 5: Satın Alma Kararında Diğer Yat Tipinin Tercih Edilmeme Sebeplerinin Analizi

Neden Motor Yat Değil?		Neden Yelkenli Yat Değil?	
Kodlar	f	Kodlar	f
1 Yelken yapmayı sevmek, yelkenci olmak	6	1 Zaman kısıtı olması nedeniyle	5
2 Rüzgârla seyir yapmayı sevmek	5	2 Kullanımının kolay olmaması,	4
3 Kullanımının keyifli olmaması	4	3 Yaşam alanının geniş olmaması	3
4 Ekonomik olmaması	4	4 Emekli olmayı gerektirmesi	2
5 Gürültülü olması	4	5 Zahmetli olması	2
6 Spor yapmak için yelkenli daha uygun	3	6 Çok ilgi istemesi nedeniyle	1
7 Yaşam tarzı	3	7 Bilgi eksikliği	1
8 Motor yat ile karşılaştırılmaz	3	8 Her hava koşulunda seyir yapılamaması	1
9 Sakin değil	2	9 Konforlu olmaması	1
10 Uzun seyir yapamaması	2	10 Balık tutmaya uygun olmaması	1
11 Çevreci olmaması	2	11 Eşinin sevmemesi	1
12 Denizcilik ile ilgisi olmaması	1	12 Sağlık problemi olduğunda kullanılamaması	1
13 Denizin hissedilememesi	1		
14 Yelkeni merak ettiği için	1		
15 Konforlu olmadığı için	1		
16 Taşıt gibi olduğu için	1		
17 Genç olduğu için	1		
18 Özgürlük hissi vermediği için	1		

Ayrıca; bir motor yat kullanıcısı ile aynı yanıtı veren bir yelkenli yat sahibi bir paradoksu da ortaya koymaktadır. Zamanı az olduğu için gençliğinde yelkenli kullanamayacağını, bunun için emekli olmayı beklediğini belirten motor yat sahibinin görüşüne, bir yelkenli yat sahibi şuanda genç olduğu için yelkenli kullanabildiği fakat yaşlandığı zaman yelken ile başa çıkamayacağı bu sebeple motor yata geçebileceği görüşü ile karşılık vermiştir.

Sonuç ve Tartışma

Yapılan çalışma ile motor yat sahiplerinin satın alma kriterleri ile yelkenli yat sahiplerinin satın alma kriterlerinin ortak ve farklı yönlerini ortaya çıkartılmış, motor yat ve yelkenli yat sahipleri arasında profil özellikleri yönünden farklılıklarının olup olmadığını ortaya konmuştur. Genel kanı olarak bu çalışmadan önce yelkenli ve motor yat kullanıcıları hakkında çeşitli önyargılar olduğu görülmekteydi. Daha önceden yapılmış olan “İzmir’de Yat Turizmi ve Marina Endüstrisi: Tüketici Algısı Üzerine Kalitatif Bir Çalışma” (Özdelibaş, 2012) adlı çalışmada yapılan görüşmelerde motor yat ve yelkenli kullanıcılarının marina algılarında ve beklentilerinde farklılık olduğu ortaya konmuştur. Yachts Türkiye dergisinin 2013 Mayıs sayısında “Motor yat mı? Yelkenli mi?” konu başlığı ile sektörün önde gelen yat broker firmaları ile röportaj yapılmış, satın alma tercihi için karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu verilerin ışığında oluşturulan sorular ile diğer çalışmalara kaynak olacak bir çalışma yapılmak istenmiştir. 14 yelkenli yat, 11 motor yat sahibinin profil verileri karşılaştırıldığında ayırt edici bir farklılık gözlemlenmemiştir. Yaş ortalamaları 45’in üzerinde, eğitim durumları üniversite ağırlıklı olup, tekne boyları ortalama 11-12 metre olarak tespit edilmiştir. İki yat tipini de denemiş olanların ailelerinin vesile olması ile denizciliğe başladığı ve küçük yaştan beri denizcilikle iç içe oldukları belirlenmiştir.

Boş zamanlarını denizde geçirme konusunda ortak cevaplar deniz sevgisi ve huzur bulma, stres atma olurken yelkenli tekne sahipleri yelken yapmak ve özgürlük hissi, doğa ile baş başa olmak cevabını vermiştir. Verilen cevaplar arasında yalnız kalmak, uzak koyalara gitmek, hobi, aktivite, spor, merak, balık tutma gibi cevaplar yer almıştır. Görüşmecilerin burada verdikleri cevaplar tekne tipi tercihi konusunda da fikirlerini ortaya koymaktadır.

Şu an sahip oldukları tekne ile ilgili sorularda iki tipi tercih edenler arasında motor yat tercih edenlerin teknesinin daha yeni olduğu tespit edilmiştir. Motor yatı tercih edenlerin tercih sebepleri arasında zamanlarının kısıtlı olması sebebi ile teknenin hızlı ve çabuk ulaşımına uygun olması değişkeninin önemli olduğu görülmüştür. Genişlik ve konfor diğer önemli kriterler olmuştur. Yelkenli yat sahipleri ise öncelikli olarak konfor cevabı ile motor yat sahipleri ile ortak cevap vermiştir. Genişlik, maliyet, güvenlik gibi kriterler yoğunluklu olarak verilen diğer cevaplardan olmuştur.

Diğer yat tipini neden tercih etmedikleri sorusuna yelkenli yat sahipleri yelken yapmayı sevdiğikleri ve rüzgârı hissetmek istedikleri

için motor yatı tercih etmediklerini ağırlıklı olarak belirtmişlerdir. Bunlara ek olarak motor yatı gürültülü, kullanımı keyifsiz ve çevreci olmaması sebebi ile tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Motor yatçılar yelkenli yatı zahmetli bulmakta ve zamanlarının azlığından dolayı tercih etmediklerini belirtmektedir. Bazı yelkenli tekne sahipleri motor yat ile yelkenli yatın karşılaştırılmayacağı cevabını vererek birbirlerine alternatif olmadıklarını belirtmişlerdir.

Bu çalışma, yat satın alma sürecinde motor yat ve yelkenli yat tercihleri ile ilgili satın alma kararlarına etki eden değişkenler üzerine yapılan ilk çalışma olması sebebi ile her hangi bir kurama dayandırılmamış olup, ileride yapılacak olan çalışmalara zemin oluşturacak mahiyette, keşfedici bir çalışmadır. İleride bu çalışmada bulunan değişkenler doğrultusunda geliştirilecek bir anket kullanılarak nicel çalışmaların yapılması, karşılaştırmalı istatistiksel analizlerin yapılmasına olanak sağlayacaktır. IC Çeşme Marina'da gerçekleştirilen bu örnek uygulamanın, başka çalışmalarda ana kütle genişletilerek uygulanması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Altunışık, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2007) "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı" Geliştirilmiş 5. Baskı. Sakarya.
- Canabal, M. E. (2002) Decision Making Styles of Young South Indian Consumers: An Exploratory Study. *College Student Journal*, March Vol. 36, Issue 1.
- Çelik, S. (2008). "Tüketici Satın Alma Davranışına Etki Eden Yaşam Tarzı Faktörleri ile Otomobillerin Hızsal ve Faydacı Özelliklerinin Tercih Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". Kadir Has Üniversitesi, Öneri C.8.S.30
- Harrison, E. F. (1987). *The Managerial Decision-Making Process*. 3rd ed. Hought Mifflin Co.: Boston.
- Ercanik C. T. (2003) "Türkiye'de Yat Turizminin Coğrafya Açısından İrdelenmesi" Ankara Üniversitesi Coğrafya (Beşeri ve İktisadi) Anabilim Dalı Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara
- Eriş E.D. (2007) Uluslararası Pazarlarda Türk Marinalarının Çekiciliği ve Pazarlama Stratejileri, *Ege Akademik Bakış*, 7(1), ss37-55
- Kotler Philip (2000) *Marketing Management*, Prentice Hall International, New Jersey.
- Köker, N. E. ve D. Maden (2012) Hızlı ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketicinin Ürün Temelli Yenilikçiliği Algılaması: Ampirik Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Sayı 4/2, s.94-121.

- Nas Selçuk (2006) "Gemi Operasyonlarının Yönetiminde Kaptanın Bireysel Karar Verme Süreci Analizi ve Bütünleşik Bir Model Uygulaması" (18.09.2006) Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi. İzmir.
- Rollinson, D. (2002). *Organisational Behaviour and Analysis An Integrated Approach* (Second Edition). Pearson Education Ltd: Essex
- Solomon M.R. (2007) *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Sproles E. K. ve G. B. Spores (1990) Consumer Decision-Making Styles as a Function of Individual Learning Styles. *The Journal of Consumer Behaviour*, Vol 24 no:1.
- Tıǧlı M. & Akyazgan, M. (2003). Özellikli (Lüks) Tüketim Ürünlerinde Enderlik Prensibi ve Bir Uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5), 2003/1
- URL 1: <http://www.nomadicliving.com/navy-speech-part-9/> (Erişim: 12.01.2014)
- Wartenbroch R. & K. (2000) Consumer Choice Between Hedonic and Utilitarian Goods. *Journal of Consumer Research*, 37(1), 60-72.
- Yıldırım A.ve H. Şimşek. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Yükselen Cemal (1994) Temel Pazarlama Bilgileri, Adım Yayıncılık, Ankara.

DENİZ TURİZMİNDE YAT LİMANI TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN TESPİTİ: ÇEŞME BÖLGESİ YAT LİMANLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Buse COŞAR¹
Selçuk NAS²

ÖZET

Türkiye’deki deniz turizminin gelişimine paralel olarak son on yılda yat turizminde, yat limanı sayısı ve kapasitelerinde de artışlar gözlenmektedir. Bu artışın kaynağını, yat sahiplerinin yat limanı ihtiyaçları oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalarda yat limanlarının, kullanıcılarının taleplerine yönelik olarak tasarlandığı, müşteri beklentilerinin sorgulandığı görülmektedir. Bu çalışmada, yatçıların teknelerini bağlamak amacıyla yat limanı tercihlerinde hangi faktörlerin etkili olduğu, yüz yüze görüşme tekniği yöntemi kullanılarak araştırılmıştır. Araştırma, Çeşme ilçe sınırları içinde bulunan Çeşme ve Altinyunus yat limanlarında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda yat kullanıcılarının liman tercihlerinde; yat limanlarının sunduğu sosyal imkanların kalitesi ve çeşitliliği ile liman alanının temizliği, teknik imkanların ve desteğin yeterliliği ile yat limanı konumu gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deniz Turizmi, Yat Limanı, Tekne Bağlama Yeri Tercihi, Yatçılık

YAT LİMANLARI

1950’lerde Avrupa’da başlayan yat turizmi ve yat limanı işletmeciliği faaliyetlerinin kaynağı Amerika Birleşik Devletleri’dir. Tarihsel süreç içerisinde sahil şeritlerinin eğlence, dinlenme ve hobi amaçlı olarak kullanılmaya başlaması ile 1970’li yıllarda yat limanı işletmeciliği “*marinacılık*” (UBAK 2013) II. kuşağa geçiş yapmıştır.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir.
busecosar@hotmail.com

² Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir.
snas@deu.edu.tr

1990'lı yıllarda ise müşteri merkezli anlayışın yaygınlaşması ile III. kuşak marinacılık başlamıştır (Bourne, 1993). Türkiye'de ilk yat turizmi faaliyetlerinin Ege Denizi kıyılarında Yunanistan'dan gelen turistleri taşıyan tekneler ile 1960 – 1965 yıllarında başladığı belirtilmektedir. Yat limanı işletmeciliği konusundaki ilk devlet politikalarının ise 1967 yılında başlatıldığı, bunun sonucu olarak da ilk yat limanlarının 1976 yılında Bodrum'da 1977 yılında Kuşadası ve Çeşme yat limanlarının faaliyete başladığı görülmektedir. (UBAK 2013). Özellikle 2000'li yıllardan itibaren büyük gelişmelerin yaşandığı yat limanlarında 2002 yılı sonu itibariyle 25 adet iken, 2011 yılında bu sayı 46'ya çıkmış ve bu süreçte marina sayısında %94'lük bir artış olmuştur (Yüksek, 2013).

Türkiye'de yat turizmi ve yat limanı işletmeciliği ile ilgili ilk yasal düzenlemenin 1983 yılında yapıldığı görülmektedir. 8 Haziran 1983 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe giren ilk düzenleme, Yat Turizminin Geliştirilmesi Hakkında Yönetmeliktir. Bu yönetmeliğin adı daha sonra 4 Haziran 1991 tarihli Bakanlar Kurulu Karar ile “Deniz Turizm Yönetmeliği” olarak değiştirilmiştir. Bu yönetmeliğin amacı; “*Yat Turizmi, Yat Limanı İşletmeciliği ve Yat İşletmeciliğinin yönlendirilmesi ve geliştirilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması ile işletmecilerin, kamu görevlilerinin ve yatçıların uyacakları kuralların belirlenmesidir*” şeklinde ifade edilmiştir. Yat Turizm Yönetmeliğinde yat limanları; “*Ana Yat Limanı, Tali Yat Limanı ve Yat Yanaşma Yerleri ile Çekek Yerleri olarak belirlenen mahalleri*” şeklinde tanımlanmıştır. Daha sonra bu yönetmelik, 24 Temmuz 2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan “Deniz Turizmi Yönetmeliği” ile yürürlükten kaldırılmıştır. Halen yürürlükte olan Deniz Turizmi Yönetmeliği'nde yat limanları “Deniz Turizm Tesisi” olarak kabul edilmektedir. Bu yönetmelikte Deniz Turizm Tesisleri terimi; *Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı, münhasıran deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım hizmetleri, bu araçlarla gelen yolculara yeme, içme, dinlenme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerden bir kaçını veya tamamını sunan kruvaziyer gemi limanı, yat limanı, çekek yeri, rıhtım ve iskele gibi turizm tesislerini* ifade etmektedir. “Yat limanı” terimi ile ilgili olarak yapılan en son resmi tanım, 2 Nisan 2013 tarih ve 28606 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Kıyı Kanununun

Uygulanmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelikte yapılmıştır. Buna göre Yat Limanı terimi; *“Yatlara güvenli bir bağlama ve her yata doğrudan yürüyerek çıkılmasına imkân sağlayan, yeterli derinlikte su bulunan ve yatlara teknik ve sosyal altyapı, yönetim, destek, konaklama, bakım ve onarım hizmetlerini sunan, rüzgâr ve deniz tesirlerinden korunmuş, işletme izin belgesi almış, turizm işletmesi belgeli kıyı yapılarıdır”* şeklinde tanımlanmaktadır. 24 Temmuz 2009 tarih ve 27298 numaralı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizm Yönetmeliği’ne göre yat limanları, alt ve üst yapı niteliklerine ve bunlara ilave olarak sağladıkları imkânlarla göre “üç çıpalı yat limanları”, “dört çıpalı yat limanları” ve “beş çıpalı yat limanları” olarak sınıflandırılmaktadır.

YAT LİMANI HİZMET KALİTESİ

Deniz turizminde faaliyet gösteren yat limanları, yatlara ve yat kullanıcılarına hizmet verdiği gibi, diğer birçok yan sektör için de pazar oluşturmaktadır. Arlı (2012a), yat limanlarının verdiği hizmetlerin iki boyutundan bahsetmektedir. Birinci boyutu, insan boyutunu tekne sahiplerini/ kaptanlarını, ikinci boyutu ise araç boyutunu yani tekneleri oluşturmaktadır. Belirli bir bölgede hizmet veren yat limanı işletmecilerinin rekabetçi üstünlüklerini sağlamaları için yukarıda bahsedilen hem insan hem de araç boyutunda kaliteli hizmet sunmaları gerekmektedir (Arlı, 2012b). Yat limanı işletmeciliğinde hizmet kalitesinin ölçümlerinin yapıldığı araştırmalarda genellikle Parasuraman ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeğinin kullanıldığı görülmektedir (Arlı, 2012b; Sarı 2011). Çalışmalar sırasında bu ölçeğe diğer emik değişkeler eklenerek yat limanlarındaki hizmet kalitesinin boyutları belirlenmeye çalışılmıştır. Arlı (2012a) tarafından kullanılan ölçek ile tespit edilen hizmet kalitesi boyutları “fiziksel koşullar”, “heveslilik”, “karşılık verebilme”, “güven duyma”, “ulaşılabilirlik”, “teknelere yönelik hizmet”, “güvenlik”, “empati” ve “profesyonellik” olarak belirlenmiştir. Yatçılara verilen hizmetin kalitesi algısının yat limanının tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri üzerine bir araştırma gerçekleştiren Sarı (2011) verilen hizmetin kalitesi konusunda güvenilirlik, heveslilik, inanılabilirlik, müşteriye anlamak, yeterlilik, nezaket, emniyet, erişilebilirlik ve iletişim konularını ele almıştır. Bunun dışında yat limanlarındaki hizmet kalitesi ile ilgili

olarak toplam kalite yönetimi anlayışı kapsamında benimsenen ilkeler ise; “üst yönetimin katılımı”, müşteri ve çalışanlarla ilişkiler”, “liderlik”, “müşteriye odaklanma”, “çalışanların memnuniyeti” ve “sürekli iyileştirme ve sürekli eğitim” sıralanmaktadır (Hassan, Pelit ve Güçer; 2010).

Bu çalışmada yat kullanıcılarının teknelerini bağlamak için tercih ettiği yat limanını hangi kriterlere göre belirlediği araştırılmıştır. Araştırmanın merkezinde yat kullanıcıları yani yat limanı müşterileri bulunmaktadır. Daha önce yapılan araştırmalarda, TKY ilkelerinde müşteriye odaklanmanın sebebi olarak, “yat limanı hizmet kalitesini artırmak, algılanan hizmet düzeyini iyileştirmek, faaliyetlerine süreklilik kazandırmak ve tavsiye edilmesini sağlamak” olarak belirlendiği görülmektedir. Bu çalışma ise bir yat limanının seçilmesinde hangi faktörlerin etkili olabileceğinin ortaya konduğu bir çalışmadır. Kısacası bir yat limanını cazip kılan faktörlerin neler olduğu sorusunun araştırıldığı bir çalışmadır. Bu çalışmaya benzer bir çalışma, Durukan (2004) tarafından gerçekleştirilen Ege Bölgesi yat bağlama tesislerinin müşteri yönlü değerlendirme çalışmasıdır. Bu çalışmada elde edilen veriler ile Durukan (2004) ve diğer araştırmacıların sonuçları karşılaştırmalı olarak sonuç bölümünde tartışılmaktadır.

ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmanın temel hedefi, yatçıların teknelerini bağlamak için yat limanı tercih ederken ne tür faktörleri göz önünde bulunduklarını ortaya koymaktır ve bu sonuçlara göre yeni yapılan ya da geliştirilen yat limanlarının düzenlenmesine katkı sağlamaktır. Deniz turizmi alanında bu konuyla ilgili pek fazla bir çalışmanın olmamasından dolayı, bu çalışmanın literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada, genel olarak yatçıların yat limanı tercihlerinde hangi kriterleri dikkate aldıkları sorusu sorularak yatçılardan genel düşünceler alınmıştır. Bu soru ile yatçıların bir yat limanına yönelmesinde öncelikli etkileyici faktörler belirlenmiştir. İkinci soru

olarak yatçıların hali hazırda bağlı buldukları yat limanını neden tercih ettikleri sorusu yöneltmiştir. Son olarak ise bir yatçının teknesini yat limanına bağlanmasını cazip kılacak ne tip hizmet, faaliyet veya imkanların olmasını istedikleri sorusu sorulmuştur. Alınan cevapların analizi ile yat limanlarını geliştirme faaliyetlerinde neleri göz önünde bulundurmaları gerektiği ortaya konmuştur. Çalışma Çeşme bölgesindeki Çeşme ve Altınyunus Yat Limanları'nda teknelerini yıllık kontratla bağlayan yatçılar üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Yapılan çalışma İzmir Çeşme ve Altınyunus Marina'ya yat bağlayan yat sahipleri ve yat kaptanları ile yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Görüşmeler marina içinde bağlı olan yatlara bizzat gidilerek tekne üzerindeyken yapılmıştır. Marina içine girmek ve araştırma yapmak için marina müdürlerinden gerekli izinler 18 Mayıs 2013 tarihinde alınmıştır. Görüşmeler Mayıs ve Haziran aylarında hafta sonları gidilerek toplam 24 yatçı ile yapılmıştır. Her bir yatçı ile yaklaşık 10 - 15 dakika görüşülmüştür. Yapılandırılmış görüşme formunda öncelikle yatçıların demografik bilgileri ve yat bilgileri alınmıştır, daha sonra mülakat soruları sorulmuştur. Mülakat formunda üç genel soru yöneltmiştir. Bunlar;

- Yatınızı bir yat limanına bağlamak istediğinizde hangi kriterlerini dikkate alırsınız?,
- Yatınızı bu yat limanına bağlamanızda etkili olan faktörler nelerdir?
- Yatınızı bir yat limanına bağlamayı cazip kılan hizmetler, faaliyetler veya imkanlar nelerdir?

Ana Kütle ve Örneklem

Bu araştırmanın ana kütesini İzmir ilinin Çeşme ilçesinde faaliyet gösteren iki yat limanı işletmesinin yıllık bağlama hizmeti alan yatçıları oluşturmaktadır. Çeşme Marina'nın denizde yat bağlama kapasitesi 400, karada yat bağlama kapasitesi 100 olup, yıllık hizmet verilen ortalama tekne sayısı 350 dir. Altınyunus Marina'nın ise denizde yat bağlama kapasitesi 180, karada yat bağlama kapasitesi 60 olup, yıllık hizmet verilen ortalama tekne sayısı 160'tır. Araştırmada

zaman ve maliyet kısıtları ve çoğu tekne sahibinin haftasonu denize açılmış olmaları nedeni ile 24 tane yat sahibi ve yat kaptanı kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilmiştir. Nitel bir çalışma açısından ulaşılan denek sayısının tatmin edici bir sayı olduğu kabul edilmiştir.

Verilerin Analizi

Yapılandırılmış görüşme formu ile toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Mülakat formlarından alınan verilerden önce kodlar oluşturulmuştur. Daha sonra bu kodların içinde bulunduğu temalar belirlenmiştir.

BULGULAR

Araştırmaya katılan 24 yat kullanıcısının 88%'i Türkiye Cumhuriyeti, 12%'si Alman vatandaşıdır. Bu yatların 25%'i T.C., 12%'si Alman, 63%'ü ABD bayraklıdır. Yatlar türüne göre ayrıldığında, yatların 29%'u yelkenli, 71%'i ise motor yattır. Yatların uzunlukları incelendiğinde ise yatların 7.4 metre ile 22 metre arasında değiştiği görülmektedir. Yatların 12%'si 10 metrenin altında, 58%'i 10-15 metre arası ve 30%'u ise 15 metreden uzundur.

Tekne kullanıcıları ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Bir yat limanına bağlamak istediğinizde hangi kriterleri dikkate alırsınız?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde yat sahiplerine bir yat limanına yatlarını bağlarken dikkate aldıkları kriterler altı ana tema altında toplanmıştır. Bunlar, önem sırasına göre; “marina hizmetleri”, “konumsal çekicilik”, “bireysel faktörler”, “sunulan sosyal ortam”, “çevresel faktörler” ve “fiziksel yapı” olarak belirlenmiştir.

Tablo 1. Bir Yat Limanına Bağlarken Dikkate Alınan Kriterler

YAT LİMANI HİZMETLERİ	72	BİREYSEL FAKTÖRLER	18
• Güvenlik	14	• Çeşmede yazlığının olması	9
• Marinanın sunduğu hizmetler	13	• Arkadaş tavsiyeleri	5
• Temizlik	13	• Kaptanın Çeşmede ikamet etmesi	3
• Palamar hizmetleri	10	• Çok uluslu yatçıların olması	1
• Fiyat	5		
• Teknik servis	4		
• Wi-fi	3		
		SUNULAN SOSYAL ORTAM	17
• Çarşısının bulunması	3	• Sosyal ortamın veya yaşamın etkisi	16
• Süpermarketin bulunması 7/24	2	• Özel Yaşama Saygı	1
• Teknelerin ebatlarına ve türlerine göre iyi gruplandırılıp yerleştirilmesi	2		
• Otopark	2		
• Marina da tercih edilen marka restoranların / kafelerin olması	1		
		ÇEVRESEL FAKTÖRLER	12
		• Deniz suyunun temizliği	5
		• Hava koşullarının uygunluğu	4
		• Gürültü kirliliğinin olmaması	3
		FİZİKSEL YAPI	7
KONUMSAL ÇEKİCİLİK	30	• Marinanın yeni olması	2
• Marinanın konumu	10	• Çekek alanı	2
• Popüler koyalara yakınlık	9	• Marinanın kendi plajının olması	2
• Ulaşım	4	• Dalga kıran etkinliği	1
• Hava limanına yakınlık	2		
• Şehir merkezine yakınlık	2		
• Yunan adalarına yakınlık	1		
• Etrafının çok otel olmaması	1		
• Civarda görmeye değer yerlerin olması	1		

“Marina Hizmetleri” kapsamında müşterilerin en çok önem verdikleri konu güvenlik olurken bunu marinanın sunduğu hizmetler, temizlik ve palamar hizmetinin iyi olması takip etmektedir. Bunların yanı sıra, fiyat, teknik servis, internet erişimi, marinanın çarşısının bulunması, marina alanı içerisinde süpermarket, otopark, cafe ve restaurantların bulunması ve yat limanının teknelerin ebatlarına ve türlerine göre planlı bir yerleştirme sisteminin bulunması diğer öne çıkan konulardır.

“Konumsal Çekicilik” kapsamında yat limanının konumu en önemli ikinci faktör olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle yat limanının popüler koyalara olan yakınlığı, ulaşım, havaalanına, şehir merkezine ve Yunan Adaları’na yakınlık gibi konularla birlikte liman alanının etrafının otellerle kaplı olmaması ve civarda görmeye değer yerlerin olması da altı çizilen diğer hususlardır.

“Bireysel Faktörler” kapsamında yat sahibinin Çeşme’de yazlığının olması, arkadaş tavsiyeleri, kaptanın Çeşme’de ikamet etmesi ve çok uluslu yatçıların olması sırasıyla öne çıkan konulardır.

“Sunulan Sosyal Ortam” kapsamında sosyal ortamın veya yaşamın etkisi öne çıkarken bunun yanında diğer altı çizilen bir konu da özel yaşama saygıdır.

“Çevresel Faktörler” teması altında deniz suyunun temizliği en önemli konu olarak öne çıkarken hava koşullarının uygunluğu ikinci, gürültü kirliliğinin olmaması üçüncü sırada yer almaktadır.

“Fiziksel Yapı ” teması altında sınıflandırılan konular arasında limanın yeni olması, çekek alanı ve yat limanının kendi plajının olması eş değerde önem arz ederken dalga kıran etkinliği de altı çizilen diğer bir konu olarak göze çarpmaktadır.

Araştırmada tekne sahiplerine yöneltilen ikinci soru; şu anda buldukları yat limanını tercih etme sebeplerinin neler olduğudur. Araştırma kapsamında görüşülen denekler, birbirlerine çok yakın ve rakip durumda olan Çeşme ve Altınyunus Yat Limanları olup, veriler her bir yat limanı için ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Çeşme / Altınyunus Yat Limanlarını Tercih Etme Sebepleri

TERCİH SEBEPLERİ	Çeşme (f)	Altınyunus (f)
• Sosyal ortam	6	10
• Şehir merkezine yakınlık	5	8
• Hizmetin profesyonel olması	4	6
• Çeşmede yazlık evin bulunması	3	4
• Kaptanların çeşme’de ikamet etmesi	3	3
• Güvenlik	2	3
• Temizlik	2	2
• Teknik hizmet	2	2
• Limanın yeni olması	2	2
• Diğer yat limanlarında yer kalmaması	2	1

Yapılan görüşmelerde her iki yat limanını kullanan yat kullanıcılarının yat bağlamalarının en büyük önemli nedeni olarak yat limanının sağlamış olduğu sosyal ortam gösterilmiştir. İkinci sırada, her iki yat limanı müşterileri de şehir merkezine yakınlık kriterinin altını çizirken bunu sırasıyla profesyonel hizmet anlayışı, Çeşme civarında yazlık sahibi olmaları, kaptanların Çeşme’de ikamet etmeleri, güvenlik, temizlik, teknik hizmet, limanın yeni olması ve diğer yat limanlarında yer kalmaması gibi nedenler takip etmektedir.

Araştırmada tekne sahiplerine yöneltilen üçüncü soru; bir yat limanına bağlamayı cazip kılan hizmetler, faaliyetler veya imkanların neler olduğudur. Analiz sonuçları Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde bir yat limanına yatlarını bağlamayı cazip kılacak hizmetler, faaliyet ve imkanlar önem sırasıyla; profesyonel şekilde temizlenen banyo ve tuvaletler en önemli hizmet olarak belirlenmiştir. Bunu güvenlik, yat sahipleri için sosyal aktiviteler, yat sahipleri ve kaptanlar için yaşam alanı, profesyonel teknik ekip ve tersanenin bulunması konuları izlemektedir. Bunları takiben, palamar ekibinin daha kaliteli hizmet vermesi, yat sahiplerinin ücretsiz kullanabilecekleri havuzun bulunması, palamar ekibinin daha yetkili olması, yönetimin yatçılar ile iletişim halinde bulunması, fiyatların uygunluğu, restaurant, cafe ve internet erişiminin bulunması, su arıtma sisteminin tamamen arıtılmış su sağlayabilmesi,

yat limanının hava koşullarına tamamen kapalı bulunması, tesis içerisinde spor salonu, çamaşır ve bulaşık makinesi ve alışveriş merkezinin bulunması, yat limanı denizinin temiz olması yer almaktadır.

Tablo 3. Bir Yat Limanına Bağlamayı Cazip Kılan Hizmetler, Faaliyetler ve İmkanlar

Hizmet, Faaliyet ve İmkanlar	f
• Profesyonel şekilde temizlenen banyo ve tuvaletler	8
• Güvenlik	6
• Yat sahipleri için sosyal aktiviteler	5
• Yat sahipleri ve kaptanlar için yaşam alanı	5
• Profesyonel teknik ekip	5
• Tersanenin olması	5
• Palamar ekibinin daha kaliteli hizmet vermesi	4
• Yat sahiplerinin ücretsiz kullanabilecekleri havuz	3
• Palamar ekibinin daha yetkili olması	3
• Yönetimin yatçılar ile iletişim halinde ve ilgili olmaları	3
• Fiyatların uygun olması	3
• Restoran ve kafelerin bulunması	3
• İnternet erişimi	2
• Su arıtma sisteminin tamamen arıtılmış su sağlaması	2
• Marinanın hava koşullarına tamamen kapanması	2
• Spor salonu	2
• Çamaşır bulaşık makinesi konulması	2
• Alışveriş merkezinin olması	2
• Suyun temiz olması	2
• Yat limanı etkinliklerinin halka kapalı olması	1
• Çocuklar için oyun alanı	1
• Marina içinde teknelerin büyüklüklerine ve tiplerine göre düzenlenmesi	1
• Kuralların uygulanışının teftiş edilmesi	1
• Otopark hizmeti	1
• Tenis kortu	1
• Otel hizmeti sunulması	1
• Lojistik sağlayıcı motorlu taşıtlar	1
• Kendi plajının olması	1
• Konumunun iyi olması	1

Son olarak da müşteriler yat limanı etkinliklerinin halka kapalı olması, çocuklar için oyun alanının bulunması, yat limanının içinde teknelerin büyüklüklerine ve tiplerine göre düzenlenmesi, kuralların uygulanışının teftiş edilmesi, otopark hizmeti, tenis kortu, otel hizmeti sunulması, lojistik sağlayıcı motorlu taşıtların bulunması, limanın kendi plajının olması ve marinanın konumu gibi konular sıralanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; Durukan (2004)'in analizlerine göre yatçıların bağlama yeri seçerken en çok tesisin yetkilileri ve çalışanlarının güvenilirliğinin etkili olduğunu ortaya koymuştur. İkinci olarak bağlama ücretlerinin etkili olduğunu, en az etkileyen faktörün ise marinanın yatçılık camiasında prestijli bir tesis olarak tanınması olduğunu tespit etmiştir. Ancak bu sonuçlar Çeşme bölgesinde bulunan marinalardaki görüşme sonuçlarıyla tam anlamıyla uyuşmamaktadır. Çeşme bölgesinde en çok, yat limanı ve çevresindeki sosyal yaşam ile koylara yakınlık faktörleri tekne bağlama tercihini etkilemektedir. Bu sonuç, insanların yat limanı tercihlerinde sosyal iletişimin önemini de ortaya koymaktadır. Bu sonuç Arlı (2012a)'nın çalışması ile de desteklenmektedir. Arlı çalışmasında yat kullanıcılarının bir yat limanını tercih ederken bağımsız hareket etmeyi tercih etmedikleri ve insanların söylediklerine riayet ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

SONUÇ

Araştırma kapsamında yat turizminde tekne bağlama yeri seçimini etkileyen faktörler incelenerek 24 farklı yat sahibine, bir yat limanına tekne bağlarken dikkate aldıkları kriterler, Çeşme'deki yat limanlarına yat bağlama nedenleri, bir yat limanına tekne bağlamayı daha cazip kılabilecek hizmetler ve faaliyetler çerçevesinde bir yat limanından beklentileri sorulmuş ve alınan yanıtlar doğrultusunda yat sahiplerinin yat limanlarını güvenli bir sığınak olarak gördükleri kadar sosyal bir tesis olarak da görmek istediklerine dair bulgulara ulaşılmıştır. Bu noktada, yat sahipleri tarafından yat limanlarının sunduğu sosyal imkanların kalitesi ve çeşitliliği ile liman sahasının temizliği, teknik imkanların ve desteğin yeterliliği, limanın konumu gibi konuların altı çizilmiş, şehir merkezine yakınlık, liman çevresindeki deniz suyunun temizliği, liman içerisinde sunulan

internet ve benzeri teknolojik hizmetlerin önemi vurgulanmıştır. Çalışmada genel olarak bir yat limanının cazibesi, tercih edilirliliği konularında yat sahiplerinin algıları ortaya konmuştur. Öte yandan bu çalışma ile ortaya konan yat kullanıcılarının önem verdiği faktörlerin tamamının bir yat limanı tarafından sağlanamaması durumunda farklılaşma stratejileri için de bir fikir oluşturulmuştur. Bu araştırma, yat limanı işletmeciliğinin denizcilik kadar turizm ve otelcilik perspektifinden de değerlendirilerek farklı müşteri gruplarının değişken beklentilerine cevap verecek bir hizmet anlayışı içermesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Araştırma ile ilgili izinlerin alınması, yat limanlarının kapalı ve özel yapısı, yat kullanıcılarının çalışmaya katılma konusundaki isteksizlikleri, bu tip araştırmalarda karşılaşılan zorlukların başında gelmektedir. Bu konu ile ilgili yapılacak gelecekteki çalışmalarda gerekli izinler sağlanarak daha fazla sayıda örneklem ile daha farklı yapı ve özelliklere sahip, başka coğrafi bölgelerdeki marinalar da araştırmaya dahil edilebilir, bu şekilde daha farklı profildeki müşteri tercih nedenleri ortaya konabilir.

Kaynakça:

- Arlı, E. (2012a) Müşterilerin Kulaktan Kulağa İletişime Bağlı Satın Alma Kararları Üzerinde Referans Gruplarının Etkisi: Deniz Turizm İşletmeciliği Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 8, Sayı 17, s.155-170.
- Arlı, E. (2012b) “Yat Limanı İşletmeciliğinde Algılanan Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Tekrar Tercih Etme Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti Ve Genel Memnuniyet Düzeyi Üzerindeki Etkisi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 23, Sayı 1.
- Bourne, S. (1993) The Issues Facing Marina Management in Today's Market akt. Eriş, E. D. (2007).
- Durukan Ç. (2004) “Ege Bölgesindeki Yat Bağlama Tesislerinin Müşteri Yönlü Değerlendirilmesi”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2004.

- Hassan A. T., E. Pelit ve E. Güçer (2010) “V1 Bölüm Yat, Kruvaziyer ve Marina İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi”, Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi, Editörler; Şehnaz Demrikol ve Muhsin Halis. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Eriş, E. D. (2007) “Uluslar arası Pazarlarda Türk Marinalarının Çekiciliği ve Pazarlama Stratejileri”, Ege Akademik Bakış, 7 (1).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (1):12-40.
- Sarı, F. Ö. (2011) Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçıların Hizmet Kalitesi Algılamaları ile Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analitik İncelemesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Programı.
- UBAK (2013) Ülkemizde Yat Limanı (Marina) İşletmeciliği, T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü.http://www.ubak.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/Be lgelik/guncel_haber_arsiv/20131212_151112_64032_1_64480.pdf Erişim: 22.12.2013
- Yüksek, G. (2013) Türkiye’de Yat Ve Marina İşletmeciliği: İstihdam Değerlendirmesi İçin Mevcut Durum Analizi. Beykoz Akademi Dergisi, 1(1), s.59-84.

KARTONDAN TEKNELER YARIŞI

K. Emrah ERGİNER¹

ÖZET

Kartondan Tekneler Yarışı TMMOB Gemi Mühendisleri Odası İzmir Şubesi öncülüğünde, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği (TMMOB) İzmir İl Koordinasyon Kurulu (İKK) tarafından Türkiye’de ilk defa 2008 yılında yapılmaya başlanmıştır (www.tmmob.org.tr). 1 Temmuz “Denizcilik ve Kabotaj Bayramı kapsamında Birlik tarafından yapılan etkinlik her yıl İzmir Valiliği resmi programında yer almaktadır. Etkinliğin amacı İzmir’de denizin kullanım alanlarının artırılması ve kentlilerin deniz kenarına çekilerek geniş katılımlı bir aktivite yapılmasını sağlamak ve böylelikle 1 Temmuz “Denizcilik ve Kabotaj” Bayramının esas amaçlarından birisi olarak denizi sevdirebilmektir. Yarış farklı kültürlere ve yeteneklere sahip meslek gruplarının bir araya getirilerek tasarım, planlama, ekip çalışması, zamanı iyi kullanma ve problem çözme yeteneklerini de kullanarak eğlenceli bir şekilde kartondan teknelerin inşa edilmesi, süslenmesi ve kortej eşliğinde deniz kenarına götürülmesi aşamalarından oluşmaktadır. Etkinlik sırasında çekilen fotoğraflar daha sonra yine Birlik tarafından düzenlenen fotoğraf yarışmasında değerlendirilerek her yıl İzmir Boatshow Fuarı’nda sergilenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Denizcilik, Kabotaj Bayramı, Karton Tekne

1. GİRİŞ

Bu bildiri TMMOB İzmir İKK tarafından yapılan ve altı yıldan beri yapılan kartondan tekneler yarışı deneyimini bütünsel bir bakışla irdelemeyi ve kent gündemindeki yerini gözler önüne sermeyi amaçlamaktadır. Dünyada birçok farklı ülkede başta Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve İngiltere olmak üzere hem denizde, hem göllerde hem de bazen daha küçük yaş grupları için havuzlarda yapılmakta olan bu yarış ülkemizde ilk ve tek olarak TMMOB İzmir İKK tarafından İzmir’de yapılmaktadır.

Kartondan Tekneler Yarışı ile ilgili bir değerlendirme yazısında, Akdeniz”, “ticaret”, “liman”, “körfez” kimlikleriyle hayat bulduğu

¹Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
emraherginer@gmail.com.

halde, denizle ilişkisi zaman içinde zayıflamış bir kent olan İzmir'in tarihi Pasaport Limanı'na egemen olan Cumhuriyet Meydanı'nda gerçekleşen bu etkinlikte, mimar ve mühendislerin düşlerindeki tekneleri inşa ettiklerine işaret edilmekte; ayrıca yarışın, denizi ve kentsel hayatı "herkes için adil / demokratik" bir biçimde yeniden buluşturma idealine adanmış umutlu bir çaba olduğu ifade edilmektedir (Kayın, 2012). Bu kapsamda Kartondan Tekneler Yarışı'nın mütevazı kurgusu içinde İzmir kentinin önemli bir sorununa odaklandığı söylenebilir.

2. KARTONDAN TEKNELER YARIŞININ İÇERİĞİ VE OLUŞUMU

1 Temmuz 1926 yılında yürürlüğe giren "Türkiye Sahillerinde Nakliyatı Bahriye (Kabotaj) ve Limanlarla Kara Suları Dahilinde İcrayı San'at ve Ticaret Hakkında Kanun" (<http://www.mevzuat.gov.tr>) sayesinde Türkiye Cumhuriyeti'nde limanlar arasında ticaret yapma hakkı sadece Türk Bayraklı gemilere bırakılmıştır. Bu kapsamda her yıl ülkemizde 1 Temmuz Denizcilik ve Kabotaj Bayramı olarak kutlanmaktadır ve özellikle liman kentlerinde denizciliği sevdirmek adına birçok farklı etkinlik yapılmaktadır. Bunlar kısaca yüzme yarışları, yelken yarışları, halat çekme, yağlı kazıktan bayrak alma, resim yarışları ve gemi model yarışları v.b. sıralanabilir. Bu ve benzeri yarışların dışında daha farklı ve Türkiye'de ilk defa yapılmakta olan "Kartondan Tekneler Yarışı" TMMOB İzmir İl Koordinasyon Kurulu tarafından ilk defa 2008 yılında İzmir'de başlatılmıştır.

2.1. Kartondan Tekneler Yarışının Amacı

TMMOB İzmir İKK tarafından düzenlenmekte olan Kartondan Tekneler Yarışının amaçları Birlik tarafından aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- "1 Temmuz "Denizcilik ve Kabotaj Bayramı"nın daha deniz kokan etkinliklerle kutlanmasını sağlamak,
- Ege Bölgesi'nde halen bir gemi inşa ve onarım tersanesi bulunmadığından bir an önce en azından bakım ve onarım işleri yapabilecek bir tersane kurulmasını sağlamak,
- İzmir Körfezi temizlenmeye başlanmış olmakla birlikte denizcilik anlamında İzmir Limanına gelen ve giden gemiler dışında kentliler tarafından kullanılmadığından İzmir Körfezi'nin deniz sporları kapsamında daha çok kullanılmasını sağlamak,

- İzmir'in tam ortasındaki Pasaport mendireğinin atıl bir şekilde bırakılmasına bir son vermek,
- Halkımızın denizden korkmamasını aksine denizi sevmesini sağlamak,
- İzmir'e denizci bir şehir olma niteliğini unutturmamak,
- Konak Pier Rıhtımında/Pasaport'ta bu yıl altıncısı düzenlenen etkinliği gelenekselleştirerek ileride uluslararası düzeyde bir etkinlik haline getirmek”

2.2. Kartondan Tekneler Yarışı Kuralları

Yukarıda sıralanan amaçlar doğrultusunda Birlik tarafından yayınlanan “Kartondan Tekneler Yarışı Kuralları” aşağıdaki şekli ile tanımlanmıştır:

“Her ekip 4-10 kişiden oluşacaktır, Her ekip aynı/benzer kıyafetlere sahip olacaktır. En iyi giyinen ekibe **“En İyi Kostüm Ödülü”** verilecektir, Her ekip tekneye binecek bir kişiyi arasından seçecek ve ekip listesi ile bu kişinin ismini görevliye yazılı olarak bildirecektir. Tekne kaptanı en az 75 kg. olup hafif olanlara ek ağırlık konulacaktır. Yarış öncesi bu ağırlık hakem grubu tarafından kontrol edilecektir, Her ekip yarışmaya katılım koşullarını ve takım listesini imzalayacaktır., Tekneler yapılırken oluklu mukavva (hiçbir şekilde kimyasal başka bir malzeme ile kaplanmamış-işlenmemiş olacaktır) ve suya dayanıklı koli bandı dışında hiçbir malzeme kullanılmayacaktır. (Su hattı yüzeyi üzerinde kalan süsleme malzemeleri hariç), Teknelerin su hattı üzerinde dekorasyon amaçlı süslemeler önceden yapılarak yarışma alanına getirilebilir. Ama bu malzeme ve ekler hiçbir şekilde tekne konstrüksiyonu ve mukavemeti üzerinde etkili olmayacaktır, Tasarım her Oda'nın kendi hayal gücüne bırakılmıştır. İstenilen şekilde ve biçimde tekneler yapılabilir. Yalnız tekneler bir kişi binecek ve kürek çekebilecek şekilde tasarlanacaktır, Tekneler yarış günü her ekibe dağıtılacak eşit miktarda verilen malzeme ile verilen sürede (15.00-18.00) tamamlanacaktır (Malzemeler 1 Adet Makas, 3 Adet Maket Bıçağı, 3 Adet Tükenmez Kalem, 125 metre Suyu Dayanıklı Bant, 1 Adet 5 metrelik Şerit Metre, 1 Adet 1 metrelik Cetvel, 5 Adet dopel 1800x2200 6,5 mm Karton, 2 Adet c dalga 1800x2200 4 mm Karton, 2 Adet Battal Boy Çöp Torbası, Can Yeleği, Çift taraflı kürek; Tekneler yarışmaya başlamadan önce yapım alanında dağıtılan malzemelerin teslimi ile hakem masasından alınacak oy pusulalarına göre ekipler tarafından

oylanacak ve oy pusulaları hakem grubuna iletilecektir, Teknelere binecek olan kişilerden kendi istekleri ile bu işi yaptıklarına dair imzalı kâğıt alınacaktır, Konak Pier Rıhtımı tarafında tekne kaptanı ve iki yardımcı ile yarış alanına girilecek, hakemler ve güvenlik dışında hiç kimse yarış alanına girmeyecektir, Yarışma sıralaması: Odaların takımları harf sırasına göre dağıtılacak sayılarına göre dizilecek, hakem ilk işaretiyle tekneler suya bırakılacak, ikinci işaretle (ilk işarettten 10 sn. sonra) yarış başlayacaktır. Yarışma, açığıtaki şamandıraların sancak (sağ) tarafından dönerek ilk kıyıya varış sıralarına göre belirlenecektir, Etkinliğin yapıldığı alan, bulunduğu gibi bırakılacak, her atık ve çöp ekipler tarafından temizlenecektir.”

2.3.Kartondan Tekneler Yarışına Katılım

TMMOB İzmir İKK 19 Şube ve 2 temsilcilikten oluşmaktadır. Kartondan tekneler yarışına Birliğe üye olan ve aşağıda sıralanan Odalar katılmaktadır:

Çevre Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Elektrik Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Gemi Makinaları İşletmeleri Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Gemi Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Gıda Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, İç Mimarlar Odası İzmir Şubesi, İnşaat Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Jeofizik Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Jeloloji Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Kimya Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Maden Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Makine Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Metalurji Mühendisleri Odası İzmir Temsilciliği, Meteoroloji Mühendisleri Odası İzmir Temsilciliği, Mimarlar Odası İzmir Şubesi, Orman Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Peyzaj Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Şehir Plancıları Odası İzmir Şubesi, Tekstil Mühendisleri Odası İzmir Şubesi, Ziraat Mühendisleri Odası İzmir Şubesi.

2.4.Kartondan Tekneler Yarışının İşleyişi

Her meslek odasına, hakemlere ve ressamalara ayrılan çadırların kurulması vb. işlemler devam ederken Konak Belediyesi sponsorluğunda ödül töreni ve konser için sahne ve ışık sistemi Cumhuriyet Meydanı'nda kurulmaktadır. Çadırların ve sahnenin kurulmasının ardından, saat 15.00'te anons yapılarak yarış başlatılmaktadır. İKK Hakem heyeti tarafından tüm karton, bant ve

diğer malzeme ve ekipman dağıtılmakta ve her odaya 3 saat süre verilmektedir. Bu sırada müzik yayını yapılmakta ve tüm Odaların kurallara uyup uymadıkları hakem heyeti tarafından gözlenmektedir. Yarışlar başladığı sırada sanatı da bu etkinlik kapsamında buluşturabilmek için etkinliğe destek veren ressamlar canlı deniz temalı resim yapamaya başlamaktadırlar ve bir tane büyük boy tuvale etkinliğe katılan herkes tarafından serbest resim yapılmaktadır. Teknelerin inşasının bitiminde gerekli oylama ve kontrol işlemleri yapıldıktan sonra her meslek odası alfabetik olacak şekilde sırlanmakta ve Cumhuriyet meydanından deniz yarışının yapılacağı Konak Pier iskelesine kadar bando eşliğinde yürümektedirler. Etkinliğin deniz ayağında ise Deniz Polisi, İzmir Büyükşehir Belediyesi (İBB) Yelken Kulübü, Urla Dokuz Eylül Su Sporları ve Yelken Kulübü ve denizde oluşacak çöplerin toplanabilmesi için İBB Çevre Koruma ve Kontrol Dairesi Başkanlığı çöp toplama gemileri ile destek vermektedirler. Kartondan tekneler hazırlanırken deniz parkuru şamandıraların yerleştirilmesi ile birlikte hazırlanmaktadır ve Deniz Polisi ile ilgili emniyet ve güvenli konuları İKK Hakem heyeti tarafından istişare edilmektedir. Kortej Konak Pier Rıhtımına vardıktan sonra her ekipten 3 kişi (biri tekneyi kullanacak kişidir) rıhtıma alınarak tüm ekipler sıralanmaktadır ve tüm emniyet-güvenlik tedbirleri alındıktan sonra yarış başlatılmaktadır. Hakem heyeti gerek karadan gerekse denizden etkinliği izlemektedir ve deniz ayağındaki ödüller not alınmaktadır. Yarışlar bittikten sonra herkes Cumhuriyet Meydanı'na dönmektedir ve ödül töreni yapılmaktadır.

2.5. Kartondan Tekneler Yarışı Ödülleri

TMMOB İzmir İKK Kartondan Tekneler Yarışı kapsamında verilen ödüller aşağıda sıralanmaktadır:

İlk batan tekneye “**Titanik Ödülü**”, En iyi giyinen ekibe “**En İyi Kostüm Ödülü**”, En iyi tasarlanan kartondan tekneye “**Prof. Dr. Yücel ODABAŞI En İyi Tasarım Ödülü**”, En sportmen ekibe “**Tahsin VERGİN Centilmenlik Ödülü**”, En düzenli ve temiz çalışan ekibe “**Kpt. Engin TANSEL Mavi Bayrak Ödülü**”, Yarışı birinci bitiren ekibe “**Birincilik Ödülü**” verilecektir, Yarışı ikinci bitiren ekibe “**İkincilik Ödülü**” verilecektir, Yarışı üçüncü bitiren ekibe “**Üçüncülük Ödülü**” verilecektir, Fotoğraf Yarışması Birincisine “**Karton Fotoğraf Makinası**” verilecektir.

2.6. Kartondan Tekneler Yarışı Fotoğraf Yarışması

2012 yılında mimar Onur İSKURT tarafından çekilmiş fotoğraflar, mimar Doç. Dr. Emel KAYIN'ın sunumu ile İzmir Boatshow'da sergilenmiştir. Etkinlik kapsamında Birlik tarafından "Fotoğraf Yarışması" İlk defa 2013 yılında gerçekleştirilmiştir. Birlik tarafından oluşturulan üç kişilik jüri üyeleri tarafından ödüle layık bulunan fotoğraflar aşağıda sıralanmaktadır.



Şekil 1 En İyi Kadraj Ödülü, Sabri GÖKHAN.



Şekil 2 En İyi An Ödülü, İlker ÖZDEL.



Şekil 3 En İlginç An Ödülü, Sedef ONUM.

Bu yarışma için toplanılan fotoğraflar fotoğraf sahiplerinden izin alınarak "İZFAŞ İZMİR BOATSHOW" fuarında her yıl sergilenecektir.

3. SONUÇ

Kartondan Tekneler Yarışı her yıl binlerce İzmirlinin deniz kenarında denizden korkmadan denizin içinde yapılan etkinliğe tanık olmasını ve denizi sevdirmeyi sağlamaya çalışmaktadır. Kent gündeminde giderek daha çok yer bulmakta ve kentlilerin denizle olan ilişkisini geliştirmekte belirgin bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda ilerleyen yıllarda etkinliğin uluslararası bir boyut kazanması ve turizmle ilişkilendirilmesi düşünülebilir.

4. KAYNAKÇA

Kayın, Emel, “Kartondan Tekneler”, 03.12.2013, www.izmirizmir.net.
http://www.tmmob.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=764&tipi=18,
erişim tarihi 11.11.2013, 18:00.
<http://www.mevzuat.gov.tr>, erişim tarihi 08.11.2013, 16:00.

YATÇILIK VE MARİNACILIK EĞİTİMİNDE UZAKTAN EĞİTİM MODELİ

Meryem AKOĞLAN KOZAK¹
Gökçe YÜKSEK²

ÖZET

Açıköğretim ve uzaktan eğitim gerek dünyada gerekse ülkemizde her geçen gün önemi artan bir eğitim modelidir. Sektör temsilcisi kuruluşlara insan kaynağı ve örgün eğitim olanağı bulunmayan öğrencilere eğitim fırsatı sunan bir sistemdir. Bu sistem ülkemizde ve dünyada çok sayıda kamu ve sektör çalışanına ve örgün eğitim olanağından yoksun kişilere eğitim fırsatı sunmaktadır. Günümüzde önemli bir sektör olan yat ve marınacılık da ihtiyaç olan nitelikli ara elemanlar, farklı alanlardan karşılanırsa da gelecekte eğitilmiş personel ihtiyacının daha fazla hissedileceği öngörülmektedir. Yat ve marınacılıkla ilgili örgün eğitim veren lisans ve ön lisans düzeyinde çeşitli programlar bulunmaktadır. Ancak ülkemizde bu alanda uzaktan eğitim veren eğitim kurumuna rastlanmamıştır.

Bu çalışmada, deniz turizmi ile ilgili bilgilere dayanarak, Türkiye'deki yat ve marina sektörüne ait eğitim programları ikincil verilere dayalı olarak değerlendirilmiştir. Sonuçta, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli ara eleman yetiştirilmesi için uzaktan öğretim sistemiyle bir önlisans programı önerilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Yat İşletmeciliği, Marina İşletmeciliği, Türkiye, Açık ve Uzaktan Eğitim.

GİRİŞ

Bugün yat turizmi en hızlı gelişen turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Bu gelişmede, yat turizmi amaçlı turist sayısındaki ve bu alana yapılan yatırımlardaki artış etkili olmaktadır. Yat, marina ve kurvaziyer gemilerin aynı zamanda bir geceleme hatta konaklama (yüzer) tesisleri olduğu dikkate alındığında buralarda çeşitli hizmetlerin yerine getirilmesi önemlidir. Temizlik, yeme içme ve eğlence gibi konaklamaya bağlı hizmetler yanında, tesisin bakımı ve kışlaması gibi sezonluk hizmetlerden de söz edilebilir. Dolayısıyla, bu hizmetlerin belli kalitede yerine getirilmesi, diğer konaklama tesislerindeki kadar önem arz etmektedir. Ancak hizmet kapsamının daha az müşteri (yolcu, turist) ve lüks kapsamda yürütülmesi, gerek bu

¹ Prof. Dr. Anadolu Üniversitesi, AÖF Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir mkozak@anadolu.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Eskişehir gozer@anadolu.edu.tr

alandaki turistlerle gerekse işletmelerle ilgili birçok konunun ele alınmasını ötelemiştir. Sektörün elitist ve lüks yapısına bağlı olarak ortaya çıkan yüksek müşteri beklentileri hem müşteri memnuniyeti ve sadakati hem de personel sadakati ve memnuniyetini önemli bir hale getirmektedir. Bu bağlamda, memnun personelin daha kaliteli hizmetin esas ögesi olduğu ya da kalifiye personelin kaliteli hizmetin ve müşteri memnuniyetinin önemli bir unsuru olduğu görüşünden hareketle, bu sektörde kaliteli hizmet ve memnun müşteri sağlamanın kalifiye eleman ya da eğitilmiş elemana bağlı olduğu ileri sürülebilir (Halis ve Diğerleri, 2010:39). Bu ihtiyaca bağlı olarak az sayıda da olsa dünyada ve ülkemizde farklı eğitim düzeyinde yat ve marina işletmeciliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının varlığı dikkat çekmektedir.

Eğitimler, genellikle deniz turizmi, deniz ulaştırması ve mühendislik alanlarında ve örgün olarak yürütülmektedir (ÖSYM Kontenjan Kılavuzu, 2013). Sektörün personel ihtiyacı ise bu okul mezunları yanında, alaylı olarak bilinen sektör içinde yetişen kişilerden sağlanmaktadır. Özellikle, yat ve marinaların diğer yolcu ve kruvaziyer gemilere görece daha küçük işletmeler olması ve çalışma koşullarındaki zorluklar eğitilmiş mezunları başka alanlara ya da daha büyük gemilere yönlendirmektedir. Bu sonuç, yat ve marinalarda çalışan personelin işini yapabilen ve sektördeki deneyime dayalı bir uzmanlığa sahip olduğu, ancak alanıyla ilgili bir eğitim almadığı sorununa işaret etmektedir. Bu sorunun kavramsal bilgilere dayalı olarak tartışılması bu çalışmanın ana temasını oluşturmaktadır. Çözüm olarak ise çalışanların mesleklerini icra ederek alanlarında kendilerini geliştirebildikleri, diğer sektörlerde (turizm, işletme, iktisat vb.) başarılı uygulamaları bulunan günümüz bilişim teknolojilerinin kullanılabilmesi, açık ve uzaktan eğitim modeli önerilmektedir.

1. YATÇILIK VE MARİNA İŞLETMECİLİĞİ

Dünyanın küreselleşmesinde önemli olan denizler, başlangıçtan bu yana turizm endüstrisinin temel ürünü ve önemli bir cazibe noktası olmuştur. Türkiye ise bulunduğu konum itibari ile dünyada denizcilik alanında önemli cazibe noktalarından biri olarak yer almaktadır. 21. yüzyılın başlarında değişmeye başlayan tüketici eğilimleri ile alternatif turizm çeşitlerinin tercih edilmeye başlandığı görülür. Bunlardan biri de yat turizmidir. Yat turizmi, esas itibariyle yatçılık ve marina işletmeciliğini kapsar. Son 20 yıl içerisinde ivme kazanan modern marinacılık hizmetlerinin yaygınlaşmasıyla ülkemizdeki marina yatırımları artmış ve mevcut balıkçı barınakları hızla birer marina haline getirilmiştir.

Küçük gemilerin tercih edildiği bir turistik faaliyet olarak tanımlanan yatçılık, insanları özgür hissettiren nispeten pahalı bir eğlence faaliyetidir. Ancak, ülkelerin refah seviyesinin artmasıyla gelişme göstermiş ve deniz turizminde bugünkü yerini almıştır (Sarıışık, Türkay ve Akova, 2011; 1015).

İnsanların gezi, dinlence ve eğlence amacıyla, yatla doğal, tarihi, turistik değerleri içeren ve değişik yöreleri içine alan bir rota boyunca yaptıkları geziye *yat turizmi* denir (Çağlayan, 1992). Yat turizmi, turistin yata ulaştıktan sonra, belirlenmiş bir gezinin sonunda yatı terk etmesi arasında geçen zaman diliminde gerçekleştirdiği tüm turistik faaliyetleri kapsar.

Türkiye’de yat turizmi ile ilgili ilk düzenleme, 4.8.1983 Tarih ve 18125 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren *Yat Turizmi Yönetmeliği*’dir. Sonraki yıllarda bu yönetmeliğin bazı eksikleri tamamlanarak, 24.07.2009 tarih ve 27298 (Asıl) Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan *Deniz Turizmi Yönetmeliği* olarak son halini almıştır. Bu yönetmeliğe göre yat işletmeleri, sahip oldukları veya kiraladıkları yerli ve yabancı bayraklı yatların mürettebatlı ve mürettebatsız olarak yönetmelikte belirtilen şartlarla gezi, eğlence ve spor amaçlı kullanımları için yatçıların geçici kullanımlarına vererek faaliyette bulunan, Bakanlıktan belgeli yatırım ve işletmelerdir (Deniz Turizmi Yönetmeliği, 2013).

Bugünkü sayılarla Türkiye’de Bakanlık belgeli toplam 76 işletme, 959 yat ve 8091 yatak kapasitesi mevcut olup, yerli ve yabancı yatlardaki yolcu sayıları hızla artarak 20 bini aşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013). Bu durum, turistik ziyaretler, yat çekek yerleri ve yat limanlarının kışlaması vb. gerekçelerle ülkemiz kıyılarının önemli bir uğrak yeri olarak tercih edildiğinin bir göstergesi olarak alınabilir. Bu gelişmeye bağlı olarak, yerli ve yabancı yatlarda çalışan personel sayısında da son yıllarda artış görülmektedir. Özellikle, yat ve çalışan sayısındaki artışlar dikkate alındığında yatçılık ve yat işletmeciliğinin önemli bir çalışma alanı olmaya başladığı görülür.

Yatların hizmet sağlayıcıları olan marinalar ise yat turizminin temel alt yapısını oluşturmaktadır. ICOMIA (International Council of Marine Industry Association) marinaları, temel işlevi rekreatif deniz araçlarının -yatların- sahilde ya da deniz içinde ıslak ya da kuru olarak depolamak olan tesisler olarak tanımlamaktadır (Işık ve Cerit, 2008: 587). Marinalar, küçük teknelerin ve yatların barınmaları için

inşa edilmiş, yatların bakım ve onarımının yanı sıra, elektrik, su, telefon, lokanta, alışveriş vb. hizmetlerin sağlandığı turizme açık tesislerdir (Arıkan ve Ahipaşaoğlu, 2005: 101). Başka bir tanıma göre marinalar ve çekek yerleri, kıyıda ve deniz içinde yapılması zorunlu, yerli ve yabancı yatlara bağlama, su, elektrik, kumanya veya kışlama gibi hizmetler sunan kıyı tesisleridir (Olgaç, 2001: 5). Marinalarda iki hizmet alanı son derece önemlidir. Bunlardan birincisi yat yanaşma yeridir. *Yat yanaşma yeri*; yeterli su derinliğine sahip yatların bağlanabilecekleri ve yatçıların yatlarından yürüyerek çıkabilmelerine olanak sağlayan iskelelere, dinlenme, yatlara bakım, onarım, yeme, içme ve alışveriş gibi sosyal ünitelere sahip deniz turizmi liman tesisleridir. Diğeri ise yatlara, güvenli bir şekilde karaya çekme, bakım ve onarım hizmetleri ile denize indirme hizmetleri sunan yat çekek yeridir. Marinalar, deniz turizmi yönetmeliğinde belirlenen alt ve üstyapı niteliklerine ve bunlara ilave olarak sağladıkları imkânlarla göre üç çıpalı, dört çıpalı, beş çıpalı marinalar olarak üç grupta sınıflandırılır (Deniz Turizmi Yönetmeliği, 2012).

Marinalar, gemilere ve yolcularına tamir ve bakım, yakıt haberleşme ve alışveriş hizmetleri yanında büyük merkezlere ve dinlenme eğlence, yiyecek-içecek vb. hizmetleri sağlayan tesisler olduğundan konaklama sektörü içinde yer alır. Marinalarda ayrıca, direk ve dolaylı liman hizmetleri ve gümrük işlemleri de yürütülür. Marinalarda sunulan hizmetlerin büyük kısmı su üzerinde gerçekleştiğinden, operasyon teknikleriyle konaklama sektörünün diğer işletmelerinden ayrılmaktadırlar. Başka bir deyişle bir marina işletmecisinde turizm ve hizmet sektörü bilgisine eş değer bir denizcilik bilgisinin olması gerekmektedir. Marina işletmeciliğindeki başarı bu iki farklı daldaki bilgi ve yeteneklere bağlıdır (Özer Sarı, 2013: 18). Başka bir ifadeyle, yat-marina işletmelerinde çalışanların; *Gemi Adamı** ehliyetine sahip olması yanında, iyi derecede müşteri konaklama ya da ağırlama becerisine de sahip olması gerekir (Demirkol vd., 2002: 20-21).

*Geminin kaptanına, zabıtlarına, yardımcı zabıtlarına, stajyerlerine, tayfalarına ve yardımcı hizmet personeline gemi adamı denir. Yatçılara hizmet veren çalışanların, ön büro, mutfak, servis, muhasebe, temizlik vb. tüm turizm hizmetleri ile ilgili mesleki bilgi ve beceriye sahip olması yanında, yatçılarla daha iyi diyalog kurabilmesi için deniz konusunda da bilgili olması gerekir. Ancak bu grup personelde *Gemi Adamı* olma koşulu aranmamaktadır.

2. DENİZCİLİK, YATÇILIK VE MARİNACILIK EĞİTİMİ

Günümüzde turizm endüstrisinin önemli bir alt sektörü olan deniz turizmi, gün geçtikçe daha büyük bir ilgi yaratmakta ve turizm gelirlerinde artan bir katkı sağlamaktadır. Turizmin çeşitlendirilmesi ve yat turizminde görünen gelişmeler ve Türkiye'nin Akdeniz havzasındaki en fazla mavi bayraklı kıyılara sahip ülke imajına sahip olması, Türk yat turizminin hızla gelişmesine neden olmuştur. Özellikle, Türkiye kıyılarına her geçen gün artan ilgi bu sektörün gelişmesi yanında, beraberinde bu sektörde çalışacak kalifiye personel ihtiyacını da getirmiştir. Sektörün hizmet yoğun olduğu da göz önüne alındığında bu ihtiyaç daha da hissedilir boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Sektörün her geçen gün artan bu ihtiyacına bağlı olarak, yat turizminde görev alacak personelin eğitimi daha sık tartışılmaya başlanmıştır. Türkiye'de yat turizmi personel ihtiyacı, turizmin başlangıç dönemlerinde olduğu gibi (Kozak, 1999: 52) halen denizcilik ve ulaştırma liseleri ve yüksekokulları yanında, çeşitli kurslarla karşılanmaktadır.

2.1. Dünyada Denizcilik, Yatçılık ve Marinacılık Eğitimi

Dünyada denizcilik, yatçılık ve marina işletmeciliğine yönelik eğitimler incelendiğinde farklı alternatiflerin olduğu görülmektedir. Özellikle, üniversitelerde denizcilik ve deniz turizmi programlarının daha ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bunun yanında, yelken okullarının insanların bir yaşam tarzı olarak spor gereksinimlerini karşılamada önemli bir yere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Ek olarak ticari ve ticari olmayan lisansüstü yat eğitimleri veren merkezlerden de söz etmek mümkündür. Örneğin, Avustralya'da spor amaçlı eğitimlerde uzmanlaşmış, bir kulüp olarak ya da ticari yelkenli organizasyonu olarak yelkenli yat eğitimlerinde uzmanlaşmış eğitim merkezleri (Işık ve Cerit, 2008: 590), Southern Cross Üniversitesindeki Turizm ve Ağırlama Yönetimi Okulu bünyesinde Kıyı ve Deniz Turizmi programı gibi (Southern Cross University, 2013). Yine başka bir yat eğitimi uygulaması da İngiltere'de Plymouth Üniversitesi tarafından verilmektedir. Bu üniversite mezunlarına yat sektöründe istihdam edilebilmeleri için yat ve süper yat operasyonlarında proje yönetimi gibi değişik kariyer olanaklarına yönelik diploma vermeye başlamıştır. Bu eğitim ile mezunlarına geniş bir yelpazede kariyer olanağı sunmak yanında, milyar poundluk gelirleriyle yat endüstrisinin ihtiyaçlarının giderilmesine de katkı sağlamaktadır (Işık ve Cerit, 2008: 590). Bu kurumlara ait başarılı

örneklerden bazılarında sunulan eğitim ve öğretim faaliyetleri kısaca şöyle özetlenebilir:

Florida Üniversitesi, Eric Friedheim Turizm Enstitüsü'nün Turizm, Rekreasyon ve Spor Yönetimi Bölümü'nde kıyı ve denizlerle ilgili, turizm temelli eğitim programları bulunmaktadır. Bu bölümün amacı (1) Kıyı ve deniz temelli turizm planlaması ve gelişimine yönelik araştırmalar yapmak, (2) Halkın plajlar, marinalar, rıhtımlar, limanlar, parklar, yaban hayatı, scuba, sörf, kuş gözlemciliği gibi su temelli çekicilik unsurlarına yönelik inanış ve tutumlarını anlamak ve ölçmek, (3) kıyı ve deniz temelli turizm planlaması ve gelişimine yönelik araştırmalar yapmaktır (University of Florida, 2013).

İzlanda'da Westfjords Üniversitesinde Kıyı Yönetimi ve Soğuk İklimlerde Deniz Turizmi Programı eğitimi bulunmaktadır. Bu programda kıyı bölgelerinde turizm ve rekreasyon temelli dersler görülmektedir (Westfjords University, 2013).

Yeni Zelanda'da Auckland Üniversitesi, Turizm Araştırma Enstitüsü bünyesinde kıyı ve deniz turizmine yönelik proje çalışmalarını yürüten bir birim eğitim vermektedir Aynı zamanda, üniversitenin "Uluslararası Turizm İşletmeciliği Master Programı" kapsamında "Kıyı ve Deniz Turizmi" dersi verilmektedir (New Zealand Tourism Research Institute, 2013).

Yukarıda açıklanan eğitim kurumlarındaki farklı düzeylerde verilen eğitimler ve kursların geleneksel yöntemlerle yapılan eğitimler olduğu dikkat çekmektedir. Ancak İngiltere'de Ulster Üniversitesi'nde Yaşam ve Sağlık Bilimleri Fakültesi kapsamında bulunan Kıyı ve Deniz Turizmi programında lisans ve lisansüstü gerçekleştirilen eğitim modüllerinin *çevrimiçi* olarak yürütüldüğü ve yeni teknolojilerin bu alanda da kullanılmaya başlandığı görülmektedir (University of Ulster, 2013). Örneklere bakıldığında spesifik yat ve marina işletmeciliğinden çok, genellikle kıyı ve deniz turizmi temelinde eğitimlerin olduğu görülmektedir. Ülkemizde de yatçılık ve marina işletmeciliği alanlarında eğitim veren çok sayıda örgün (geleneksel) eğitim veren okullar bulunmaktadır.

2.2. Türkiye'de Denizcilik, Yatçılık ve Marinacılık Eğitimi

Yatçılık ve marina işletmeciliği alanında uzmanlaşmış iş gücüne olan ihtiyaç öteden beri araştırmaların konusu olmuştur (Kozak, 1999; Işık ve Cerit 2008; Sarıışık vd., 2011).

Ülkemizde yatçılık ve yat güzergâhları konularında, marina işletmeciliği konusunda gerekli bilgi ve donanıma sahip personel yetiştirmek üzere eğitim veren önlisans programları *Marina İşletme ve Yat İşletme ve Yönetimi* adı altında eğitim vermektir. Bu programlarda marinalara, denizcilik işletmelerine, broker şirketlerine, limanlara, gemi inşa tesislerine; kaptan, yönetici yardımcısı ve idari personel yetiştirilmesi amaçlanmaktadır.

Son rakamlarla yat ve marinacılıkla ilgili mesleki eğitim veren önlisans düzeyindeki okulların sayısı *6 olup*, bu okullardan sektöre yetiştirilmek üzere her yıl yaklaşık 240 öğrenci alınmaktadır. Bu okullarda örgün olarak yapılan eğitim programlarının amaçları kısaca şöyle açıklanabilir: Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu-*marina işletme programında*; yat limanları, marinalar, yat inşa tesisleri, tersaneler, yat işletme firmaları, yat broker firmaları ve acenteleri, yat sigorta firmaları gibi işletmelere orta düzey yönetici kademesine eleman yetiştirilmek hedeflenmektedir (Beykoz Lojistik MYO, 2013). Programın derslerine bakıldığında, işletme ve mesleki alan derslerinin yoğun olduğu görülmektedir. Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu-*marina işletme programında* ise yine işletme ve alan derslerinin ağırlıkta olduğu görülür. Fakat Yalova Meslek Yüksekokulu-*yat işletme ve yönetimi programının* daha teknik ders ağırlıklı olduğu dikkat çekmektedir. Zira bu programının amacı, yat turizm firmalarında çalışacak idari personel, yatlarda çalışacak yat kaptanları ve yat servis elemanları, marinalarda çalışacak büro elemanları ve teknik personel yetiştirilmesi olarak belirlenmiştir (Yalova Üniversitesi, 2013). Yaşar Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Bartın Üniversitesi Bartın Meslek Yüksekokulu, Pîrî Reis Üniversitesi Denizcilik Meslek Yüksekokulu (Bartın Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, 2014) 2013 yılında açılan programlar olup Yaşar Üniversitesi Meslek Yüksekokulunda-*marina işletme*, diğer iki okulda ise *yat işletme ve yönetimi programları* bulunmaktadır. Bu programlardan mezun olan öğrencilerin marinalar başta olmak üzere yat acenteleri, broker şirketleri, yat üretim/bakım/onarım tersaneleri veya limanlarda çalışma imkânı bulabilecekleri belirtilmektedir (Yaşar Üniversitesi MYO, 2014). Pîrî Reis Üniversitesi Denizcilik Meslek Yüksekokulu-*yat işletme ve yönetimi programının* amacı ise ticari denizcilik alanı olan güverte zabıtlığı olarak belirtilmiştir (Pîrî Reis Üniversitesi Denizcilik Meslek Yüksekokulu, 2014).

İki yıllık okulların yanı sıra, Türkiye’de denizcilik öğretiminin dört yıllık lisans programlarında gerçekleştirildiği yüksekokullar da bulunmaktadır (ÖSYM Kontenjan Kılavuzu, 2013). Bu okullar

lojistik, ulaştırma, mühendislik ve işletme yönetimi alanlarında lisans eğitimi vermekte ve deniz ticaret filosuna zabıt, deniz ticaret filosofunun yönetim, destek ve acenta hizmetlerini yerine getirecek personel yetiştirmektedir. Denizcilik Fakültesi, Deniz Ulaştırma ve İşletme Mühendisliği, Gemi Makineleri İşletme Mühendisliği gibi isimlerle kurulan bu okullardan denizcilik sektörünün farklı alanlarında çalışacak nitelikli mezunlar verilmektedir. Denizcilik Fakülteleri, deniz ticaret filolarında çalışacak üst düzey gemi adamlarını ve denizcilik ile ilgili sektörde görev alacak kalifiye yöneticiler yetiştirirken, Deniz Ulaştırma ve İşletme Mühendisliği bölümü mezunları, ticari denizcilik, güverte zabıtlığı ve uzak yol kaptanlığı yapmaktadırlar. Gemi Makineleri İşletme Mühendisliği bölümünde ise uzak yol gemilerinde başmühendis yetiştirilmektedir.

Üniversitelerin dışında yat ve marınacılık sektörüne ara eleman yetiştirmek üzere özel sektör ve kamu tarafından açılan çeşitli kurslar da bulunmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından Halk Eğitim Merkezlerinde Marina İşletmeciliği Kursu, Yat Hizmet Elemanı Yetiştirme Kursu ve özel sektör tarafından İleri Seviye Yatçılık kursları verilmektedir.

Bugün kıyılarımızda 43 marina bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yat İstatistikleri, 2013). Bu artış özellikle sektörün işgücü ihtiyacını da gündeme getirmiştir. Dolayısıyla, halen istihdama yönelik ciddi sorunlar devam etmekte, marina yatırımları ve yat trafiğinde beklenen artışa rağmen, günümüzdeki istihdam stratejilerinin bu sorunu çözmeye yeterli olmayacağı görüşü egemen olmaktadır. Salt sayısal verilere dayalı olarak yaratılan istihdam sorunu yok algısının aslında kalifiye eleman boyutunda mevcut olduğu sık sık sektör yetkilileri tarafından beyan edilmektedir. Ayrıca, turizm sektörünün genelindeki istihdam sorunları izdüşümlerinin bu sektörde de olduğu söylenebilir³.

Bu gerçeklerden hareketle, yatçılık ve marınacılıkta hizmet kalitesinin artırılabilmesi için mevcut personelin eğitimi ya da eğitilmiş personel istihdamı adeta bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, potansiyel çalışanların sektörle ilgili örgün eğitim veren kurumlardan karşılanması, hâlihazırda çalışanların ise mevcut işlerine devam ederek sürdürebilecekleri açık ya da uzaktan eğitim sistemlerine yönlendirilmesi son derece önemlidir.

³ Setur Kuşadası Marina Müdürü Çağlar Altuntaş ile yapılan görüşme. 18.06.2013.

3. UZAKTAN EĞİTİM SİSTEMİNDE YATÇILIK VE MARİNACILIK EĞİTİMİ

Bulduğumuz yüzyılda, bilgiye ulaşmak, bilgiyi hızlı öğrenmek bireylerin ve toplumların gelişmesi için yaşamsal önem içerir. Bu yüzyıl aynı zamanda bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin en hızlı olduğu dönem olarak ifade edilebilir. Bilgiye ulaşmada gerçekleşen bu kolaylıklar, uzaktan eğitim uygulamaları ile küresel iletişim ağının gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır (Altıparmak, Kurt ve Kapıdere, 2011: 320). Bu dönemde iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler eğitimin yapısını ve biçimini etkilemekte, eğitimcileri yeni eğitim programları ve öğrenme-öğretme modelleri geliştirmeye zorlamaktadır. Bu modellere en güzel örnek de uzaktan eğitimidir. Uzaktan eğitim diğer benzer amaçlı eğitimlerden bazı yönleriyle farklılık gösterir. Örneğin, açık öğretim sistemi, geleneksel eğitim kurumlarının eğitim hizmeti vermeyi öngörmediği insan topluluklarına her düzeyde eğitim vermeyi amaçlarken (Mutlu vd., 2005), uzaktan eğitim, farklı ortamlarda bulunan öğrenci ve öğretmenlerin, öğrenme ve öğretme faaliyetlerini, iletişim teknolojileri ve e-posta hizmetleri ile gerçekleştirdikleri bir eğitim sistemidir (İşman, 2005'ten aktaran Altıparmak, Kurt ve Kapıdere, 2011: 320). Açık öğretimde temel öğretim malzemesi uzaktan öğretim teknikleriyle kendi kendine öğrenmeye uygun olarak hazırlanmış ders materyalleri olurken (Mutlu vd., 2005), uzaktan eğitimde bilişim teknolojilerinin öğrenci-öğretmen etkileşimli kullanımı esastır.

Açık ve uzaktan eğitim programları geliştirmek pek çok nedenden dolayı üniversiteler için avantajlıdır:

(1) Üniversitenin ve bölümlerinin itibarını artırır ve örgün eğitim veren okullara giremeyen çok sayıda öğrenciye ulaşılabilir.

(2) Dersleri öğrenciler tarafından seçilecek olan akademisyenler arasında bir rekabet başlatabilir. Bu doğal olarak, akademisyenlerin kendilerini geliştirme sürecini tetikler.

(3) Üniversitenin varlığını haklı göstermede önemli bir neden sağlar.

(4) Bu sistem üniversitenin mali kaynaklarını artırırken, ders sunum maliyetlerinin azalmasına yardımcı olur (Koçak, 2011: 18-19).

Yatçılık ve marina işletmeciliği alanında açılacak bir açık veya uzaktan eğitim programı, sıralanan avantajların yanında sektörde çalışmakta olan, alanında bir diplomaya sahip ol(a)mayan, imkânsızlıklar nedeni (maliyet, zaman, diğer sosyal faktörler) ile üniversiteye gidemeyen kişiler için ideal fırsatlar sunmaktadır. Bu avantajlar her üniversite ve bölüm için farklılaştırılarak uzatılabilir.

Uzaktan eğitimin gelişme sürecinde kitaplar, bunun yanında posta servisleri, radyo ve televizyon gibi araçlar kullanılmış eğitim kalitesi ve yöntemleri tartışılabilir yöntemler ortaya konmuştur. Uzaktan eğitimin istenilen eğitim kalitesine ulaşabilmesi, yeterli öğrenci-öğretmen, öğrenci-eğitim materyali etkileşiminin sağlanabilmesi, internetin ortaya çıkışı ve eğitim platformu olarak da internetin kullanılmaya başlanması ile mümkün olmuştur. Bu yeni nesil uzaktan eğitim formatı, internetin yaygınlaşması, ucuzlaması ve bant genişliğinin artması ile internete dayalı uzaktan eğitimin ortaya çıkmasına ve internetin uzaktan eğitim için uygun bir platform olarak kabul görmesine neden olmuştur (Al ve Madran, 2004: 261).

Günümüzde teknolojinin eğitim kurumları tarafından da kullanılmaya başlanması ile özellikle internet ile uzaktan eğitim programlarının açılmaya başladığı görülmektedir. Eşzamanlı ve eş zamansız olarak gerçekleştirilen internet ile uzaktan eğitim programlarında iletişimin etkileşimi de yüksek olmaktadır (Altıparmak, Kurt ve Kapıdere, 2011: 321). Bu sistem, mekân ve zaman kısıtının olmaması, öğrencilerin bireysel hızına uyumlu olması, öğrencilerin konuları daha iyi anlamaları, engelli öğrenciler için uygun olması, çok sayıda kitlelere ulaşabilme fırsatı sunması gibi sahip olduğu avantajlar nedeni ile tercih edilebilir.

Bugün teknolojik gelişmeler öğrencinin; fiziksel olarak aynı ortamda bulunmadığı, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı, zaman, mekân ve öğrenme konusunda kendi tercihlerini kullandığı e-öğrenme gibi modern bir eğitim tekniğini eğitim kurumlarına sunmaktadır. Bu sistem ile zaman ve mekândan bağımsız, daha hızlı ve etkin öğrenme, öğrenme odağının öğrencinin kendisi olduğu ve eğitimden tamamen kendisinin sorumlu tutulduğu yaşam boyu bir eğitim olanağı sağlanacaktır. E-öğrenme, “*nerede, ne zaman ve ne istersen öğren*” yaklaşımıyla, öğrenme kavramına yenilik getirmiştir. İnternet veya intranet teknolojileri kullanılarak, öğretmenin ve öğrencinin fiziksel olarak aynı ortamda bulunmadığı bir eğitim tekniğidir (Duran, Önal ve Kurtuluş, 2006). E-öğrenmenin topluma, bu öğretim sistemini alan öğrencilere sağladığı pek çok avantajdan söz edilebilir (Altıparmak, Kurt ve Kapıdere, 2011:322). E-öğrenme ile sadece kayıtlı öğrencilere değil, toplumun her kesimine, her yerden her veriye ulaşma olanağı sunulabilmektedir. Bu olanaklar, bilişim teknolojilerindeki gelişime paralel olarak gittikçe daha yoğun olarak gerçekleşebilmektedir.

Uzun yıllardır dünyada pek çok üniversite tarafından tercih edilmekte olan uzaktan eğitim tekniğini ve e-öğrenme teknolojilerini,

yukarıda örnek gösterilen Ulster Üniversitesi kullanmaktadır. Kıyı ve Deniz Turizmi Uzaktan Eğitim programında lisansüstü düzeyde eğitim verilmekte, farklı başlıklarla dört ayrı modül bulunmaktadır. Online eğitim yazılımı olan *Blackboard Learn* sistemini kullanan okul aynı zamanda tablet ve akıllı telefon uygulamaları ile de öğrencilere uzaktan eğitimde kullanılan teknolojik olanakları sunmaktadır. Yine öğrenciler, bölümleri ile ilgili internet teknolojisi ile çevrimiçi ve çevrimdışı destek alabilecekleri bir sistemi kullanmaktadırlar. Bu sistem halihazırda ülkemizdeki bazı uzaktan eğitim programlarında kullanılmaktadır (örneğin, Anadolu Üniversitesi online yüksek lisans programları gibi).

Uzaktan eğitim sistemine ülkemizde verilebilecek en köklü ve profesyonel sistem Anadolu Üniversitesinin önlisans ve lisans eğitimi veren açık öğretim programlarıdır. Bu programlarda uzaktan eğitim sisteminde sadece e-öğrenme hizmetleri değil, basılı materyal, radyo ve televizyon programları, canlı ve banttan yayınlar, video konferanslar, sesli kitap ve akademik danışmanlık hizmetleri de kullanılmaktadır (Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, 2014). Örneğin, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi (AÖF) Turizm ve Otel işletmeciliği programında meslek ve işletmecilik dersleri alan öğrenciler, 90 gün staj yapmaktadır. Bu programda uzaktan eğitim olması sebebi ile uygulama dersleri bulunmamaktadır. Öğrenciler (Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, 2014);

- E-öğrenme tekniği sayesinde almış oldukları derslerin e-kitaplarına ulaşabilmekte,
- Her hafta düzenli olarak e-seminer derslerine katılarak dersin uzman öğretim görevlilerine çevrimiçi konuları izleyerek soru sorabilmekte ve sınavlara hazırlık olarak test çözebilmekte,
- Engelli öğrenciler için seslendirilen kitapları dinleyebilmekte,
- Çevrimiçi ya da çevrimdışı akademik danışmanlık hizmetleri alabilmekte, hatta yaşadıkları illerde üniversitenin anlaştığı üniversitelerde mesai saatleri ve günleri dışında gerçekleştirilen bazı derslere örgün olarak katılabilme olanağı bulabilmekte,
- Televizyon kanallarında derslerine dair düzenlenen programları izleyebilme olanağı bulabilmekte,
- Örgün eğitim veren okullardaki gibi kredili sistem dâhilinde istedikleri dersleri seçebilmekte ve belli bir oranda derslerini örgün eğitim veren bölümlerden alabilme şansına sahip olabilmekte,
- Staj konusunda ihtiyaç duyduklarında dekanlık tarafından yönlendirilebilmekte ve

- Sınavlarına yaşadıkları illerde girebilmektedirler.

Bu çalışmada; uzaktan eğitim sistemi ile e-öğrenme tekniği uygulanarak eğitim verilecek, yat işletmelerinin operasyon bölümlerinde ve marina işletmelerinin liman hizmetleri bölümlerinde çalışacak büro elemanlarını yetiştirmek üzere **Yatçılık ve Marina İşletmeciliği Önlisans Programı** önerilmektedir. Bu program, genel turizm, yatlarda ve marinalarda ağırlama, genel yatçılık ve marinacılık ve genel denizcilik bilgileri içeren derslerden oluşacak, aynı zamanda 45 gün staj zorunluluğu bulunacaktır. Bu stajlar üniversite tarafından yat ve marina işletmeleri ile yapılacak anlaşmalar çerçevesinde yapılabileceği gibi öğrencinin bireysel tercihleri doğrultusunda da gerçekleştirilebilir.

Uzaktan eğitim sistemindeki mesleki eğitim nedeniyle, ders programında uygulamalı derslere fazla yer verilmeyecektir. Öğrenciler, zorunlu dersleri haricinde seçmeli dersler de alabilecektir. Bu programın öğrencileri yukarıda sayılan açık öğretim ve uzaktan eğitimin tüm avantajlarından faydalanabileceklerdir. Özellikle, çalışan insanlara işinden ve bulunduğu yerden ayrılmadan eğitim fırsatı sunan uzaktan eğitim sistemi sayesinde hem sektöre nitelikli eleman yetiştirecek hem de bu sektörde çalışan mevcut personelin eğitim almasına fırsat verilecektir. *Uzaktan eğitim* sistemiyle yürütülmek üzere önerilen bu programda, farklı üniversitelerdeki akademisyenler yanında, konusunda uzman kişilerden de yararlanılması mümkün olacak ve daha kaliteli eğitim sağlanabilecektir.

4. SONUÇ

Yatçılık ve marina işletmeciliğinin hızlı gelişimi yat ve marina işletmeciliği alanında eğitim verecek önlisans programlarına olan ihtiyacı artırmıştır. Bu gerekçe ile açılan önlisans programlarının sayısı 2013 yılında 6'ya ulaşmıştır. Bu okullarda geleneksel olarak örgün eğitim verilmektedir.

Bu çalışmada ise uzaktan eğitim sistemi ile yürütülecek, Yatçılık ve Marina İşletmeciliği adı altında bir önlisans programı önerilmiştir. Bu sistemin önerilmesinde, coğrafik uzaklık ve sosyal dengesizlikten kaynaklanan kimi sorunların giderilmesi ve bireysel tercihlere daha farklı imkânlar sunulması düşüncesi etkili olmuştur. Özellikle, yat turizmi sektöründe çalışmakta olan personelin mesleklerine devam ederken aynı zamanda, eğitim olanağı bulmaları ancak e-öğrenme teknikleri ile mümkündür. Dünyada ve ülkemizde farklı eğitim programlarında başarılı bir şekilde uygulanan açık ve

uzaktan eğitim sistemi, Yatçılık ve Marina İşletmeciliği programı için de uygun bir eğitim sistemi olarak denenebilir.

Önerilen bu sistem ülkemizde bir ilk olacağından ve sayılan avantajlardan dolayı, yatçılık ve marina işletmeciliği alanındaki eğitilmiş kalifiye elemanın açığının kapatılmasına önemli katkı sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, H.S. ve Arıkan, İ. (2005). *Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Halis, M., Türkay, O. ve Akova, O. (2010). *Turizm Sektörü İçin Toplam Kalite Yönetimi* (Edt.Şehnaz Demirkol ve Muhsin Halis, **Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi** kitabı içinde bölüm), Değişim Yayınları: İstanbul.
- Koçak, G.N. (2011). “*From Consumer to Prodsuser: Contemplation on Product, Producer and Consumer in Tertiary Education*”, in Marketing Online Education programs: Frameworks for Promotion and Communication eds. N. Serdar Sever and Uğur Demiray. First Edition. 18-26, IGI Global. NY: New York.
- Özer Sarı, F. (2013). “Marina İşletmeciliği”, Nobel Yayınevi: Ankara.
- Altıparmak, M., Kurt, İ.D. ve Kapıdere, M. (2011) *E-Öğrenme ve Uzaktan Eğitimde Açık Kaynak Kodlu Öğrenme Yönetim Sistemleri*. Akademik Bilişim’11 - XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 2 - 4 Şubat 2011 İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Çağlayan, A. (1992) *Deniz Turizmi 3.İzmir İktisat Kongresi 21.Yüzyıla Doğru Türkiye*. Marina Yatırım ve İşletmecileri Derneği Çalışma Grubu Bildirileri.
- Işık, D. ve Cerit, A.G. (2008) “*Yacht Tourism Education: A Study on Curriculums*”. International Maritime Lecturers Association 16th Conference on MET, 14-17 October, İzmir. <http://web.deu.edu.tr/maritime/imla2008/Papers/63.pdf>
Erişim: 14.10.2013
- Akoğlan Kozak, M. (1999) “*Türkiye’de Yat Turizmi Eğitimi*”, TUGEV Seçme Makaleler; Yayın No: 49, Temmuz. s:51, İstanbul.
- Al, U. Ve Madran, R.O. (2004) “*Web Tabanlı Uzaktan Eğitim Sistemleri: Sahip Olması Gereken Özellikler ve Standartlar*”. Bilgi Dünyası, 5 (2) 259-271.

- Demirkol, Ş., E. Pelit ve G. Kılıç. (2002) “*Yat - Marina İşletmelerindeki Yönetici ve İşgören Sorunları Üzerine Bir Alan Araştırması*”. Turizm Akademik Dergisi, 1, 13-32.
- Olgaç, S. (2001) *Türkiye’deki Yat Limanlarından Elde Edilen Gelirlerin Türkiye Turizmine Katkısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi (2013) <http://www.anadolu.edu.tr/tr/uzaktan-egitim-sistemi> Erişim tarihi: 07.01.2014.
- Bartın Üniversitesi. *Bartın Meslek Yüksekokulu* (2013) <http://myo.bartın.edu.tr/?ln1=programlar/yatisletme&ln2=yatisletme> Erişim tarihi: 07.01.2014.
- Beykoz Lojistik MYO. (2013) <http://www.beykoz.edu.tr/tr/content/marina-isletme> Erişim tarihi: 21.12.2013.
- Deniz Ticaret Odası (2011) *2010 Deniz Sektörü Raporu*, İstanbul. http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/sekto_raporu/2011sr_TR.pdf Erişim Tarihi: 07.01.2013
- Deniz Turizmi Yönetmeliği (2009) <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=3.5.200915212&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=deniz%20turizm> Erişim tarihi: 09.10.2013
- Duran, N., Önal, A. ve Kurtuluş, C. (2006) “*E-Öğrenme ve Kurumsal Eğitimde Yeni Yaklaşım Öğrenim Yönetim Sistemleri*”. Akademik Bilişim’06- Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 9-11 Şubat 2006 Pamukkale Üniversitesi, Denizli. <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/165.pdf> Erişim Tarihi: 13.12.2013
- Işık, D. ve Cerit, A.G. (2008) “*Yacht Tourism Education: A Study on Curriculums*”. International Maritime Lecturers Association 16th Conference on MET, 14-17 October, İzmir. <http://web.deu.edu.tr/maritime/imla2008/Papers/63.pdf> Erişim: 14.10.2013
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013) *Deniz Turizmi Yönetmeliği*, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14610/deniz-turizmi-yonetmeliği.html> Erişim Tarihi: 20.10.2013
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013) *Yat İstatistikleri*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9863/yat-istatistikleri.html> Erişim Tarihi: 07.01.2014
- Mutlu, M.E., Özöğüt Erorta, Ö., Kara, E. ve Aydın, S. (2005) “*Açıköğretim Fakültesi Polis Meslek Eğitimi Önlisans Programında e-Öğrenme Hizmetlerinin Başarıya Etkisi*”. 2. Polis Bilişim Sempozyumu, Sheraton-Ankara, 14-15 Nisan 2005.

- http://ue.anadolu.edu.tr/By/Documents/Yayinlar/2005/polis_bilisim.pdf Erişim tarihi: 07.01.2014
- New Zealand Tourism Research Institute. (2013) <http://www.nztri.org/coastal> Erişim tarihi: 12.11.2013.
- ÖSYM (2013) *Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu*, Ankara. <http://www.osym.gov.tr/belge/1-19181/2013-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki-.html> Erişim Tarihi: 07.01.2014
- Pîrî Reis Üniversitesi. *Denizcilik Meslek Yüksekokulu* (2013) <http://www.pirireis.edu.tr/egitim/denizcilik-meslek-yuksekokulu/yat-isletme-ve-yonetimi-programi> Erişim tarihi: 07.01.2014.
- Sarışık, M., Türkay, O. ve Akova, O. (2011) "How to manage yacht tourism in Turkey: Aswot analysis and related strategies" . *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, Vol. 24, 1014-1025. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015692#> Erişim tarihi: 13.11.2013
- Southern Cross University. *School of Tourism & Hospitality Management, Coastal and Marine Tourism* (2013) http://scu.edu.au/coursesin2014/?action=unit&command=load_unit&spk_no=302603 Erişim Tarihi: 12.11.2013.
- University of Florida. (2013) <http://efti.hhp.ufl.edu/index.php/activities/program-areas/coastal-marine-and-water-based-tourism/> Erişim tarihi: 12.11.2013.
- University of Ulster. (2013) <http://study.ulster.ac.uk/prospectus/course/201314/10641> Erişim tarihi: 12.11.2013
- Westfjords University. *Coastal and Marine Tourism* (2013) <http://www.masterstudies.com/Course-in-Managing-Coastal-and-Marine-Tourism-in-Colder-Climates/Iceland/uwestfjords/> Erişim tarihi: 12.11.2013
- Yalova Üniversitesi. *Yalova Meslek Yüksekokulu* (2013) <http://www.yalova.edu.tr/icerik/2112/2112/program-hakkinda.aspx> Erişim Tarihi: 21.12.2013.
- Yaşar Üniversitesi. *Meslek Yüksekokulu* (2013) <http://myo.yasar.edu.tr/marina-isletme-programi/> Erişim tarihi: 07.01.2014.

YAT TURİZMİNDE YAT KAPTANLIĞI EĞİTİMİ UYGULAMASI VE SORUNLARI: İZMİR ÖRNEĞİ

Murat ÖZBEK¹
Selçuk NAS²

ÖZET

Türkiye kıyılarında düzenlenen mavi yolculuk gezileri ve mavi yolculukta kullanılan guletler dünya çapında haklı bir ün kazanmıştır. Bunun sonucu olarak yerli ve yabancı turistlerin yat turizmine olan ilgisi günden güne artmaktadır. Yat turizmi gelirleri de Türkiye turizm gelirleri arasında önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Büyüyen yat turizmi ile yat trafiğinin artması nedeniyle denizlerimizde emniyetli ve güvenli bir seyir açısından tekneleri sevk ve idare eden gemiadamlarının yeterlilikleri önem kazanmıştır.

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından hazırlanan ve 23.08.2012 tarihli ve 28390 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Gemiadamları Yönetmeliği'nde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik" sonrası Yat Kaptanı Eğitimi sisteminde köklü değişikliklere gidilmiştir. Fakat bu değişiklikler yeni problemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Akademik yazın incelendiğinde "yat kaptanlığı" konusu ile ilgili çok fazla çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Bu nedenle bu araştırma konusundaki nadir örneklerinden biridir.

Çalışmanın amacı; Yat Kaptanı Yeterliliği'ni elde etmek için gerekli olan Yat Kaptanı Eğitimi ve Yat Kaptanı Stajı boyunca gerek eğitimi veren kuruluş gerekse de eğitim alan öğrenciler açısından meydana gelen problemlerin ortaya konulması ve çözüm yollarının araştırılmasıdır. Tüm Türkiye çapındaki Yat Kaptanı Eğitimi veren kuruluşlara ulaşmak zor olacağı düşünülerek çalışma sadece İzmir ilinde Yat Kaptanlığı Eğitimi veren kuruluşlarla sınırlandırılmıştır. Araştırmada İzmir Liman Başkanlığından bir yöneticiye, İzmir'de Yat Kaptanı Eğitimi vermeye yetkili altı kuruluşun yöneticilerin tamamına ve bu kuruluşlardan 23.08.2012 sonrası Yat Kaptanlığı Eğitimi'ne başlayan kursiyerlerle yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Programı, İzmir
murat.ozbek@ogr.deu.edu.tr

² Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir.
snas@deu.edu.tr

veriler toplanmıştır. Veriler içerik analiz yöntemi değerlendirilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yat Kaptanı, Mesleki Eğitim, Staj.

1.GİRİŞ

Günümüzde turizmin en popüler ve gelişmeye açık alanlarından biri yat turizmidir. Türkiye bu konuda şanslı ülkelerden biridir. Türkiye, coğrafyası, iklim şartları, rüzgarı, doğal güzellikleri, tarihi değerleri ile yatçılar için en güzel destinasyonlarından biridir (Işık ve Cerit, 2008). Tarih boyunca Türkiye etrafındaki denizler gerek deniz ticareti gerekse de gezi amaçları için kullanılmıştır (Erkut, 2012). Denizlerimizi ve çevreyi koruyabildiğimiz takdirde kullanılmaya da devam edecektir. Tekne yapımındaki teknolojik gelişmeler de daha konforlu, daha hızlı, daha çevreci ve daha güvenli teknelerin üretilmesini sağlamıştır. Tekne inşasındaki bu gelişmeler de yat turizminin gelişmesine imkan vermektedir. Bu gelişmelerin temelinde insan faktörü yer almaktadır.

Öte yandan; deniz trafiğinin emniyeti ile ilgili en önemli tehlike kaynağının “insan faktörü” olduğu tespit edilmiş, buna yönelik olarak insan hatalarının asgari seviyeye çekilebilmesi amacıyla uluslararası düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerin başında kısaca STCW olarak bilinen, (International Convention on Standards of Training, Certification and Watchkeeping for Seafarers 1978) "Gemiadamlarının Eğitim, Belgelendirme ve Vardiya Standartları Hakkında Uluslararası Sözleşme 1978" gelmektedir. Bu sözleşme Türk Hukukuna 31.07.2002 tarihli ve 24832 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Gemiadamları Yönetmeliği ile girmiştir. Yönetmelik, Türk bayraklı gemilerde çalışan ve çalışacak olan gemiadamlarını ve bunların yeterlikleri, eğitimleri, sınavları, belgelendirilmeleri, sağlık durumları, kütükleme işlemleri ve vardiya tutma ile ilgili kuralları kapsamaktadır. Gemiadamları Yönetmeliği'nde 23.08.2012 tarihli ve 28390 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gemiadamları Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik ile özellikle Yat Kaptanlığı düzenlemelerinde köklü değişikliklere gidilmiştir. Bu değişiklikler ticari yatlarda çalışan gemiadamlarının kalitesini arttırmaya yönelik hükümler getirirse de uygulamada başka sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Çalışmada öncelikle yat, yat işletmeciliği ve yatların gemiadamlarıyla donatılması konusundaki düzenlemeler ve literatür taraması yapılmıştır. Araştırmada ise İzmir'de yat kaptanlığı eğitimleri vermeye yetkili eğitim kurumların yöneticileri ve yat kaptanlığı

eğitimi alan kursiyerlerin yat kaptanlığı eğitimi ile ilgili algıları, tespitleri ve sorunlarla ilgili çözüm önerileri tartışılacaktır.

2. YAT, YAT İŞLETMECİLİĞİ VE YATLARIN DONATILMASI

2.1. Yat

Yat turizminin ana unsurlarından biri olan “yat” kavramını açıklamak için yat turizmini düzenleyen 16.03.1982 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’na bakmak gerekir. Kanunu’na göre yat; *kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, ticarî olarak veya ticarî olmadan gezi ve spor amacıyla kullanılan, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen veya kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak şartıyla taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeyen ve tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen gemidir.*” şeklinde tanımlanmıştır.

Bir diğer yat tanımının ise 24.07.2009 tarihli ve 27298 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği’nde yapıldığı görülmektedir. Buna göre yatlar; *gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır.*

Aynı yönetmelikte, yat tanımının aşağıdaki şekilde genişletildiği görülmektedir. *Kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak koşulu ile taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeyen, tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen deniz turizmi araçları da bu kapsamdadır. On iki yatak kapasitesinden fazla, tonilato belgelerinde yolcu gemisi olarak nitelendirilmiş yat tipinde inşa edilmiş deniz araçları da bu kapsamda belgelendirilir.*

Deniz Turizm Yönetmeliği’ne göre bir yatın sahip olması gereken nitelikleri aşağıda sıralanmaktadır.

- a) Yatçı sayısı ile uyumlu yemek masası, mini bar, oturma ve güneşlenme grupları.
- b) Kapasiteye uygun bulaşık makinesi, fırın, buzdolabı veya buz kutusu, kumanya için yeterli depo, yeterli hazırlık yerleri ve bulaşık yıkama yerini kapsayan mutfak.
- c) Teknik normlara uygun yatak, genel aydınlatma ve gece lambası, saç kurutma makinesi, tuvalet masası ve aynası,

kişisel temizlik kiti, elbise dolabı, perde, kliması olan rahat kullanıma imkân verebilecek şekilde düzenlenmiş, suyun yayılımını engelleyici önlemler alınmış duşlu ve tuvaletli kamaralar.

ç) Mürettebatsız kiralanan yatlar hariç personel için ayrı kabin, duş ve tuvalet."

Yatlar özel yatlar ve ticari yatlar olarak iki gruba ayrılmaktadır. 02.03.2008 tarihli ve 26804 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Özel Teknelerin Donatımı ve Kullanacak Kişilerin Yeterlikleri Hakkında Yönetmelik'e göre; "Özel Tekne, ticari amaç olmaksızın münhasıran gezi, eğlence, spor ve amatör balıkçılık gibi faaliyetlerde kullanılan, ulusal standarda göre ölçüldüğünde boyu (LH) 2,5 metreden küçük ve 24 metreden büyük olmayan, mülkiyeti gerçek kişilere veya faaliyet konusu su sporları olan dernek veya vakıflara ait tekneler ile bu şartlardan bir veya birkaçını haiz olmamakla birlikte, bağlama kütüğüne kayıtlı olup özel tekne ruhsatnamesi almış olan teknelerdir."

31.07.2002 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren ve 23.08.2012 tarihinde yayımlanan Resmi Gazete ile köklü değişikliklere gidilen "Gemiadamları Yönetmeliği"ne göre: "Ticari Yat; yat tipinde inşa edilmiş, kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, ticari olarak gezi ve spor amacıyla yararlanılan, yük, yolcu veya balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi (dahil) ya da kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden daha fazla uzaklaşmamak şartıyla, taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı (dahil) geçmeyen ve tonilato belgesinde ticari yat olduğu belirtilen gemidir."

2.2. Yat İşletmeciliği

Yat turizmindeki ticari yatlar çeşitli şekillerde işletilebilmektedir. Yatçılar kendi tekneleri ile yat gezilerine çıkabilmekte veya tekneler mürettebatlı veya mürettebatsız olarak kiralanabilmekte, birden fazla tekne grup olarak kiralanmakta veya teknenin sadece bir kabini kiralanabilmektedir. Bütün bunların dışında yelkenle uzun seyirler yapmak amacıyla konaklamalı yelken turları da düzenlenmektedir.

Mürettebatlı Yatçılık: Lüks ve konfor isteyen veya yatçılık tecrübesi yeterli olmayan turistler yatı, tam mürettebatlı kiralamayı tercih etmektedirler. Yatlar günlük veya haftalık olarak kiraya verilmektedir. Klasik yatçılık veya mavi yolculuk olarak da

adlandırılan bu yatçılıkta tüm hizmetler yat mürettebatı tarafından yapılmaktadır (Kuleyin, 2011).

Kabin kiralama: Kalkış ve dönüş zamanı ile rotası belli olan bir turda, otel odası kiralaması gibi yatın bir kabininin kirallanmasıdır. Teknenin kapasitesi kadar kalabalık bir grup oluşturulamaması durumunda genellikle bir veya iki kişilik kabinleri kiralama imkânıyla çok daha ekonomik bir seçenek oluşturulmuştur. Bu tip bir yolculukta yat ve yatın tüm imkanları otellerde olduğu gibi diğer yolcularla paylaşılmaktadır (Işık, 2010). Teknenin sevk ve idaresi mürettebat tarafından yapılmaktadır.

Mürettebatsız Yatçılık (Bareboat): Mürettebatsız yatçılıkta yatı kiralayan kişiler kiraladıkları yatları kendileri kullanır, istedikleri programı uygular ve seyir sonunda belirlenen limanda yatı geri teslim ederler (Türker, 1996). Seyir yapılırken yatta, uygun yeterliliğe sahip yerli veya yabancı en az bir yatçının bulunması gerekmektedir.

Grup Yatçılığı (Filotilla): Yol gösteren bir tekne önderliğinde, yatların birbirinin peşi sıra grup halinde yaptıkları seyirlere denilmektedir. Akdeniz’de sıkça rastlanan yatçılık tipidir. Türkiye kıyıları filotilla için çok uygundur. Çoğunlukla dış ülkelerde yerleşik yabancı tur operatörü yat firmalarının, Türkiye’de bulundurdukları yabancı bayraklı yatları ile yaptıkları organizasyonlardır. Bu firmalar müşterilerini, bütün mevsim boyu kiraladıkları uçaklarla direkt ülkeye getirip, bu yatlarla haftalık veya on beş günlük düzenli bir program dâhilinde ve toplu halde geziler yaptırmaktadırlar (Ercanik, 2003). Özel şahıslara ait yerli veya yabancı tekneler de bir araya gelerek filotilla tipi seyirlerde bulunabilmektedirler. Seyirlere katılan her yatta, uygun yeterliliğe sahip yerli veya yabancı en az bir yatçının bulunması zorunludur.

Konaklamalı Yelken Eğitimi: Son dönemlerde gelişmeye başlayan bir yat turizmi organizasyonudur. Burada ana amaç uzun yelken seyirleri yaparak yelken yapmasını öğrenmek isteyenlere yelkenli teknelerin çalışma prensiplerini öğretmektir. Teknenin sevk ve idaresi uygun yeterliliğe sahip eğitmen tarafından yerine getirilmektedir.

Özel Yatlar İle Geziler: Özel şahıslara ait olan tekneler ile münhasıran gerçekleştirilen gezilerdir. Uygun yeterliliğe sahip teknenin sahibi veya yetkilendirdiği kişiler tarafından tekne sevk ve idare edilmektedir.

2.3. Yat Turizminde Teknelerin Donatımı

Tekneleri sevk ve idare edecek kişilerin sahip olması gereken yeterlilikleri teknenin özel veya ticari kayıtlı olmasına göre değişmektedir. Burada ticari teknelerin de özel amaçlar için mi, ticari amaçlar için mi üçüncü kişilere kiralandığı önemlidir. Özel tekne statüsündeki teknelerin donatılması ile ilgili olarak 02.03.2008 tarih ve 26804 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Özel Teknelerin Donatımı Ve Kullanacak Kişilerin Yeterlikleri Hakkında Yönetmelik’e bakmak gerekir. Bu yönetmeliğe göre;

24 metreden kısa özel yatlar, bölge, mesafe ve zaman sınırı olmaksızın, en az Amatör Denizci Belgesi (ADB) veya gemici ve üstü yeterlik belgesi sahibi bir kişinin sevk ve idaresinde seyrederek. Amatör Denizci Belgesini 14 yaşından büyük Amatör Denizci Sınavını geçen kişiler alabilir. Turizm mevzuatı uyarınca belgelendirilmiş, ticari faaliyette bulunmaksızın gezi ve sportif amaçlı olarak mürettebatsız (bareboat) kiralananan ticari yatlar kiracı sıfatıyla ADB sahibi kişilerce sevk ve idare edilebilirler. Ayrıca, yabancı uyruklular kendi ülkelerinden almış oldukları belgenin tanıdığı yetkiler çerçevesinde anılan tekneleri kullanabilirler.

24 metreden uzun özel tekneler veya ticari olarak kayıtlı teknelerin donatılması ile ilgili olarak Gemiadamları Yönetmeliği’ne bakmak gerekir. Bu yönetmeliğe göre; bu tip teknelerin sevk ve idaresi için Yat Kaptanlığı veya gemici ve üstü Güverte Sınıfı Gemiadamları Yeterliliği gerekmektedir. Belirli şartlar altında Güverte Sınıfı Gemiadamları da Yat Kaptanı Yeterliliği alabilmektedir. Bu açıdan Güverte Sınıfı Gemiadamlarının yeterlilik isim ve derecelerinin hiyerarşik sıralamasının bilinmesi yerinde olacaktır. Gemiadamları Yönetmeliği’ne göre Güverte Sınıfı Gemiadamları ikiye ayrılır. İlk grubu gemici, usta gemici ve güverte lostromosu olarak tayfalar oluşturur. İkinci grubu, sınırlı vardiya zabiti, sınırlı kaptan, vardiya zabiti, birinci zabıt, kaptan, uzakyol vardiya zabiti, uzakyol birinci zabiti, uzakyol kaptanı şeklinde hiyerarşik olarak sıralanan kaptan ve güverte zabitleri oluşturmaktadır.

2.4. Yat Sınıfı Gemiadamları Yeterliklerinin Şartları

Ticari yatlarda yat kaptanlığı yeterliği, yatın groston (GT) değerine göre değişmektedir. Gemiadamları Yönetmeliğinde yat sınıfı gemiadamları üç gruba ayrılmaktadır. Birinci grup 499 GT'a kadar olan yatları, ikinci grup 500 GT ile 2999 GT arasındaki yatları üçüncü grup ise 3000 GT üzeri yatları sevk ve idare edebilmektedir.

2.4.1.Yat Kaptanı (499 GT)

Gemiadamları Yönetmeliği'ne göre; yat kaptanı olmak için müracaat eden kişiler en yakın karadan 200 milden daha fazla uzaklaşmadan, 499 GT ve daha küçük özel ve ticari yatlarda Yat Kaptanı olarak çalışma yeterliliğine sahip olacaklardır. Yat kaptanı olabilmek için aşağıdaki şartların yerine getirilmesi gerekmektedir.

a) Yat Kaptanı (499 GT) yeterliği alabilmesi için yirmi bir yaşının bitirilmesi gerekir. Eğitim ve staj sonrası yirmi bir yaş şartını yerine getiremeyenlere sınavla gemici belgesi verilmekte ve ilgili kişi yaşını doldurana kadar gemici yeterliği ile çalışabilmektedir.

b) Yat Kaptanı (499 GT) eğitimi tamamlanmış olmalıdır. Bu eğitimler, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş kuruluşlarda veya liselerin Yat Kaptanlığı Bölümlerinde verilmektedir.

c) Altı ay boyunca 15 metreden büyük ticari yatlarda Yat Kaptanı Stajyeri olarak çalışarak, yat üzerinde gördüğü eğitimleri staj defterine işleterek ve ilgili yatın kaptanı tarafından imzalanarak staj şartı yerine getirilmelidir. Stajyerlere staj süresince kullanmak üzere Liman Başkanlıkları tarafından "Güverte Stajyeri" yeterliğinde gemiadamı cüzdanı veya talep edilmesi halinde sınavla gemici yeterliği verilmektedir. Eğer kişinin daha önce vardiyadan sorumlu güverte sınıfı gemiadamı yeterliliği ile üç yıl hizmeti varsa Yat Kaptanı Eğitimi yeterli olmakta staj şartı aranmamaktadır.

d) Yönetmelikte Yat Kaptanı (499 GT) yeterliğini elde edebilmek için her hangi bir okuldan mezun olma şartı getirilmese de Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz ve İçsular Düzenleme Genel Müdürlüğü'nün yayımladığı 07.03.2012 tarihli 2407 sayılı yazıda "*499 GT'a kadar Yat Kaptanı eğitimine başlayacaklarda ilköğretim mezunu olma yeterlidir*" ifadesi yer almaktadır.

e) Yat Kaptanı (499 GT) Yeterliği için "GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü"(ROC) veya "Kısa Mesafe Telsiz Operatörü" (KMT) belgesine sahip olunmalıdır. GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü Belgesi'ni alabilmek için Yat Kaptanlığı Eğitimi haricinde Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından onaylı bir kuruluşun verdiği GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü Eğitimi'ne katılmak ve yapılan sınavlardan başarı ile geçmek şartı aranmaktadır. Kısa Mesafe Telsiz Operatörü Belgesi'ni alabilmek için 29 Ağustos 2013 tarihinden önce Amatör Denizcilik Federasyonu tarafından düzenlenen sınavı

başarmak gerekirken bu tarihten sonra Amatör Denizcilik Federasyonu'nun yetkisi sona erdirilmiştir. (Amatör Denizcilik Federasyonu, 2013) Buna karşılık Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'ndan her hangi bir yeni düzenleme yayımlanmamıştır. Dolayısıyla günümüzde yeni KMT Belgesi alınamamaktadır.

f) Tüm gemiadamları gibi Yat Kaptanları da Yat Kaptanlığı Eğitimi süresince veya münhasıran, Deniz Güvenlik Eğitimlerini görmek ve bu eğitimleri belgelemek zorundadırlar. Tıbbi Bakım Belgesi ile Radar Gözlem ve Plotlama Belgesi sahibi olmak Yat Kaptanı (499 GT) Yeterliği için bir başka gerekliliktir. Tıbbi Bakım Belgesi ile Radar Gözlem ve Plotlama Belgesi alabilmek için Yat Kaptanlığı Eğitimi haricinde Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından onaylı bir kuruluşun verdiği eğitimleri almak gerekmektedir.

g) Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın öngördüğü "Yat Kaptanı (499 GT) Sınavı"ni başarmak Yat Kaptanı Yeterliğini elde etmek için gerekli son adımdır. Yat Kaptanlığı Sınav Konuları Seyir ve Denizde Çatışmayı Önleme Kuralları, Denizde Haberleşme, Denizde Güvenlik, Gemicilik ve Tekne Kullanma, Deniz Hukuku ve Uluslararası Denizcilik Sözleşmeleri, Motor Bilgisi ve Denizcilik İngilizcesidir. Her bir konuda en az 20 soru sorulmaktadır. Sınavı geçme notu yüz üzerinden ellidir. GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü (ROC) yeterliliğine sahip olanlar denizde haberleşme sınavından muaf sayılmaktadırlar. (Eğitim ve Sınav Yönergesi, 2013) Yat kaptanlığına yönelik yapılan yazılı sınavlar çevrimiçi olarak GOSS merkezlerindeki internete bağlı bilgisayarlarda yapılmaktadır. Gemiadamları Elektronik (on-line) Sınav Sistemi (GOSS) çevrim içi sınavları Ankara, Antalya, İzmir, Trabzon, İskenderun, Çanakkale, Kocaeli ve İstanbul olmak üzere toplam 8 noktada hizmet veren GOSS sınav merkezlerinde düzenlenmektedir. (Pusem, 2012)

İzabıt ve üstü yeterlik belgesine sahip güverte sınıfı gemiadamlarına Yat Kaptanı (499 GT) yeterlik belgesi, daha önce bahsedilen eğitim ve sınavlardan muaf olarak verilmektedir. (Gemiadamları Yönetmeliği, 2012)

2.4.2. Yat Kaptanı (2999 GT)

500-2999 GT arasındaki özel ve ticari yatlarda kaptan olmak için müracaat eden; yirmi üç yaşını bitiren; en az lise veya dengi okul mezunu olan; "Yat Kaptanı (2999 GT) Eğitimi"ni Ulaştırma

Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından onaylı eğitim kurumlarında gören; Yat Kaptanı (499 GT) yeterliği ile boyu on beş metreden daha uzun ticari yatlarda en az yirmi dört ay kaptan olarak deniz hizmeti bulunan; “Deniz Güvenlik Eğitimleri”ni gören ve belgelerine sahip olan; tıbbi bakım belgesi ile radar gözlem ve plotlama belgesine sahip olan; yazılı ve uygulamalı “Yat Kaptanı (2999 GT) Sınavı”ni başaran kişiler Yat Kaptanı (2999 GT) Yeterliğini almaya hak kazanmaktadır (Gemiadamları Yönetmeliği, 2012).

Kaptan ve Uzakyol Kaptanı yeterliğine sahip gemiadamları, Yat Kaptanı (2999 GT) yeterlik belgesini, boyu on beş metreden uzun ticari yatlarda Yat Kaptanı (2999 GT) belgesi ile en az on iki ay kaptan göreviyle deniz hizmeti bulunmak koşuluyla, belirtilen eğitim ve sınavlardan muaf olarak almaktadır (Gemiadamları Yönetmeliği, 2012).

2.4.3. Yat Kaptanı (3000 GT ve üzeri)

3000 GT üzerindeki özel ve ticari yatlarda kaptan olmak için müracaat edenlerden 500-2999 GT arasındaki özel veya ticari yatlarda Yat Kaptanı (2999 GT) belgesiyle on iki ay süreyle kaptan göreviyle deniz hizmeti bulunan Uzakyol Kaptanlarına, “Yat Kaptanı (3000 GT ve üzeri)” yeterlik belgesi sınavsız olarak verilmektedir. (Gemiadamları Yönetmeliği, 2012).

2.5. Yat Turizminde Ticari Yatların Gemiadamları İle Donatımı ve Deniz Hizmeti

Ticari yatların hangi yeterlikteki gemi adamları ile ve kaç adet donatılacağı ile ilgili yasal düzenleme “Gemilerin Gemi adamları İle Donatılmasına İlişkin Yönerge” ile belirlenmektedir. Buna göre; 18 GT’den küçük ticari yatlarda en az bir tane Yat Kaptanı; 18 GT’den büyük 150 GT’den küçük ticari yatlarda en az bir tane Yat Kaptanı ve bir tane gemici; 150 GT’den büyük ticari yatlarda ise en az bir tane Yat Kaptanı, bir tane gemici ve bir tane yağcı bulunması gerekmektedir. Yukarıda belirtilen durumlar haricinde ek olarak takip eden hükümler de uygulanmaktadır. Kabotaj ve Liman Seferinde 18 GT’den küçük Ticari Yatlarda Yat Kaptanı yerine gemici kaptanlık yapabilmektedir. Yakın Kıyısız Sefer ve Kabotaj Sefer bölgesinde ticari yatlarda Sınırlı Vardiya Zabiti kaptan olabilmektedir. Ticari Sürat Motorlarını gemici yeterliğine sahip gemiadamı sevk ve idare edebilmektedir.

Gemiadamlarının deniz hizmeti süreleri, liman başkanlıklarınca düzenlenen “yatlarda gemiadamı deniz hizmeti

çizelgesine” göre belirlenmektedir. Gemiadamları, deniz hizmet çizelgelerini alabilmek için çalıştıkları gemilerin adlarını, hangi yeterlik derecesi ile görev yaptıklarını, kalkış liman adlarını, bakım-onarım tersanelerini ve çalışma süreleri ilgili belgeleri ekledikleri dilekçe ile liman başkanlıklarına başvururlar. Yatlarda çalışan gemiadamlarının işverenince düzenlenip, liman başkanınca onaylanan liman içi çalışmalarının tümü deniz hizmeti olarak kabul edilmektedir. Yine yatlarda çalışan gemiadamlarının iki aydan az olmayan aralıklarla, yılda en az üç kez “transitlog belgesi” (seyir izin belgesi) ile liman çıkışı yaptığını belgelemeleri durumunda bir yıl deniz hizmeti yapmış olarak kabul edilmektedir. Yabancı bayraklı gemilerde görev yapan gemiadamları ile ilgili bilgileri, gemi kaptanı ya da donatanı tarafından düzenlenen ve bayrak ülkesinin idaresi ya da Türk Konsolosluklarınca onaylanan deniz hizmet belgelerinin ya da onay yapılamayan durumlarda ise iş sözleşmeleri ya da sigorta kayıtları, giriş çıkış vize ve mühürlerinin noter onaylı çevirileri ile asıllarını inceleyen Liman Başkanlıkları gemiadamlarının hizmetlerinin deniz hizmeti olup olmadığına karar vermektedir (Gemiadamları Yönetmeliği, 2012).

3. İZMİR'DE YAT KAPTANLIĞI İLE İLGİLİ EĞİTİM VEREN KURULUŞLAR

Yat Kaptanı Eğitimi, GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü Eğitimi, Denizde Güvenlik Eğitimleri, Tıbbi Bakım Eğitimi, Radar Gözlem ve Plotlama Eğitimi gibi eğitimlerin ilgili kuruluşlar tarafından verilebilmesi için Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından onaylı kuruluşlar olması gerekmektedir (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2013).

Tablo 1. İzmir'de Yat Kaptanlığı İle İlgili Eğitim Veren Kuruluşlar

YAT KAPTANLIĞI EĞİTİMİ VERMEYE YETKİLİ KURULUŞLAR	BAĞLI OLDUĞU KURUM
İzmir Konak Göztepe Kız Teknik ve Meslek Lisesi	MEB
İzmir Konak Nevvar Salih İşgören Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB
İzmir Güzelbahçe İmkb Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB
İzmir Çeşme Ulusoy Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB
Türk Deniz Eğitim Vakfı (Tüdev) Eğitim Merkezi Çeşme Şubesi	ÖZEL
Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi	YÖK
GMDSS TAHDİTLİ TELSİZ OPERATÖRÜ (ROC) EĞİTİMİ VERMEYE YETKİLİ KURULUŞLAR	BAĞLI OLDUĞU KURUM
Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi	YÖK
İzmir Çeşme Ulusoy Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB

Tablo 1. İzmir'de Yat Kaptanlığı İle İlgili Eğitim Veren Kuruluşlar (Devam)

TIBBİ BAKIM EĞİTİMİ VERMEYE YETKİLİ KURULUŞLAR	BAĞLI OLDUĞU KURUM
Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi	YÖK
İzmir Çeşme Ulusoy Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB
İzmir Şehit İdari Ateşe Çağlar Yücel Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB
RADAR GÖZLEM VE PLOTLAMA EĞİTİMİ VERMEYE YETKİLİ KURULUŞLAR	BAĞLI OLDUĞU KURUM
Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi	YÖK
İzmir Çeşme Ulusoy Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	MEB
Türk Deniz Eğitim Vakfı (Tüdev) Eğitim Merkezi Çeşme Şubesi	ÖZEL

Türkiye genelinde Yat Kaptanlığı Eğitimini vermeye yetkili kuruluş sayısı 2013 yılı itibarıyla elli altı adettir. İzmir'de ise yetkilendirilmiş altı adet kuruluş bulunmaktadır. İzmir'de bu eğitimleri vermeye yetkili kuruluşların listesi Tablo 1'de gösterilmektedir. (Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Gemiadamları Eğitimi Bilgi Sistemi, 2013).

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma yat kaptanı yeterliği elde etmek için gerekli olan “Yat Kaptanı Eğitimi” ve “Yat Kaptanı Stajı” konularında gerek eğitimi veren kuruluş gerekse de eğitim alan öğrenciler açısından yaşanan sorunlarının neler olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın hedefi, yat kaptanlığı eğitim ve staj süreçlerinde yaşanan problemleri ortaya çıkartarak karar vericilerin geliştirebileceği düzeltici önleyici faaliyetler konusunda bilgi oluşturmaktır. Araştırma sonuçlarının ortaya konmasıyla, hızlı bir şekilde gelişmekte olan yat turizminde nitelikli insan gücünün sektöre bir an önce kazandırılması yolunda katkı sağlamaktır.

4.2. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklem

Araştırmanın ana kütlesi olarak İzmir'de faaliyet gösteren ve Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından Yat Kaptanı Eğitimi için yetkilendirilmiş kuruluşların yöneticileri ve bu kuruluşlardan 23.08.2012 tarihinden sonra eğitim alan kişilerdir.

İzmir'de Yat Kaptanlığı Eğitimi için yetkilendirilmiş kuruluşların tümünün yöneticilerine ulaşılmıştır.

İzmir Konak Göztepe Kız Teknik ve Meslek Lisesi Yat Kaptanlığı Bölümü'nde 2013-2014 eğitim döneminde son olarak 12. sınıfa eğitim verilecek daha sonra okulun Yat Kaptanlığı Bölümü'ne öğrenci alınmayacaktır. Bu öğrenciler de 23.08.2013 tarihinden önce eğitime başladıkları için yürürlükte olan Gemiadamları Yönetmeliği hükümlerine dahil olmadıklarından araştırma kapsamı dışında tutulmuşlardır. İzmir Güzelbahçe İMKB Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi'nde yetkili olduğu halde Yat Kaptanlığı eğitimi verilmemektedir. 23.08.2012 tarihinden sonra İzmir Konak Nevvar Salih İşgören Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi'nde 35 kursiyere, İzmir Çeşme Ulusoy Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi'nde 18 kursiyere, Türk Deniz Eğitim Vakfı (Tüdev) Eğitim Merkezi Çeşme Şubesi'nde 28 kursiyere, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi'nde 34 kursiyere olmak üzere toplam 115 kişiye Yat Kaptanlığı (499 GT) eğitimleri verilmiştir. Bu kuruluşlardan 23.08.2012 tarihinden sonra eğitim alan veya almakta olan toplam 115 kişiden 13 adedi kolayda örneklem yöntemi ile belirlenerek görüşme yapılmıştır.

4.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Analizi

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama işlemi Mayıs-Haziran 2013 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma İzmir ilinde yat kaptanlığı eğitimi alan ve veren kuruluşlar ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sırasında karşılaşılan en büyük zorluk, Yat Kaptanlığı Eğitimlerini bitiren kişilere ulaşılması olmuştur.

5. BULGULAR

Yat kaptanlığı eğitimi alarak çalışmaya katılanlardan bir kişinin ilkökul mezunu, iki kişinin lise mezunu, bir kişinin ön lisans mezunu, iki kişinin lisans öğrencisi, üç kişinin lisans mezunu, üç kişinin de yüksek lisans öğrencisi olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların en küçüğü 20 yaşında iken en büyüğü 55 yaşında olup, yaş ortalaması 33 olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılanlardan on kişinin medeni durumu bekar iken üç kişi evlidir. On bir kişinin cinsiyeti erkek iken katılımcıların sadece ikisinin cinsiyeti kadındır.

Çalışmada, İzmir'de Yat Kaptanlığı Eğitimi'ni vermeye yetkili kuruluşların yöneticilerine sorulan ilk soru; yat kaptanlığı eğitimi ile

ilgili olarak karşılaştıkları en önemli sorunun ne olduğudur. Bu soruya verilen cevaplar içerik analizi yöntemi ile analiz edilerek, çıkartılan kodların frekansları büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır. Analizlerin sunulduğu Tablo 2 incelendiğinde en sık tekrarlanan sorunun "Yat Kaptanlığı (499 GT) Stajının 15 metreden büyük ticari yat ile sınırlandırılması" olarak tespit edilmiştir. Bu sorunu sırası ile "Mevzuatta açıklanmaya ihtiyaç olan konuların olması", "Yat Kaptanlığı (499 GT) yaş sınırının 21 olması" ve "Eğitim ve Sınav Yönergesi'ndeki eğitmen yeterlikleri", "15 metreden büyük ticari yatlarda tam boy tescil boyu problemi", "Yat Kaptanlığı (499 GT) Sınavın 6 aylık staj sonrası yapılması", "Stajlarda SGK kaydı yapılmak istenmemesi" ve "ROC sınavlarının sadece İstanbul'da olması" şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 2. İzmir'de Yat Kaptanlığı Eğitimi'ni Vermeye Yetkili Kuruluşların Yöneticilerinin Dile Getirdiği Sorunların Analizi

	Toplam
1. Yat kaptanlığı (499 GT) stajının 15 metreden büyük ticari yat ile sınırlandırılması	5
2. Mevzuatta açıklanmaya ihtiyaç olan konuların olması	3
3. Yat kaptanlığı (499 GT) yaş sınırının 21 olması	3
4. Eğitim ve sınav yönergesindeki eğitmen yeterlikleri	3
5. 15 metreden büyük ticari yatlarda tam boy-tescil boyu problemi	2
6. Yat kaptanlığı (499 GT) sınavın 6 aylık staj sonrası yapılması	2
7. Stajlarda SGK kaydı yapılmak istenmemesi	2
8. ROC sınavlarının sadece İstanbul'da olması	2
9. Yat kaptanlığı (499 GT) staj yükümlülüğünün eğitim kuruluşuna verilmesi	1
10. Teknelerin değerlendirilmesinde farklı ölçü birimlerinin kullanılması	1

Yukarıda sorulan "yat kaptanlığı eğitimi ile ilgili olarak karşılaştığınız en önemli sorunuz nedir" sorusu yat kaptanlığı eğitimi alan katılımcılara sorulduğunda, toplanan verilerin analizi Tablo 3'de gösterilmektedir.

Yat kaptanlığı eğitimi alan katılımcıların en sık dile getirdiği sorunun "Yat Kaptanlığı (499 GT) Stajı'nın 15 metreden büyük ticari yat ile sınırlandırılması" olarak tespit edilmiştir. Bu sorunun İzmir'de Yat Kaptanlığı Eğitimi'ni Vermeye Yetkili Kuruluşların Yöneticileri tarafından da en önemli sorun olarak dile getirilmiş olması dikkat çekicidir.

Tablo 3. Yat Kaptanlığı (499GT) Eğitimi Alanların Dile Getirdiği Sorunların Analizi

	Toplam
1. Yat kaptanlığı (499 gt) stajının 15 metreden büyük ticari yat ile sınırlandırılması	11
2. Yat kaptanlığı (499 gt) sınavının 6 aylık staj sonrası yapılması	6
3. Yat kaptanlığı (499 gt) staj süresinin uzun olması	6
4. Mevzuatta açıklanmaya ihtiyaç olan konuların olması	4
5. Yat kaptanlığı (499 gt) eğitimlerinde ticari gemilere yönelik bilgiler verilmesi	4
6. Yat kaptanlığı (499 gt) sınavlarında farklı yeterlilikler ile ilgili soruların çıkması	4
7. Yat kaptanlığı (499 gt) kurs süresinin uzun olması	2
8. Yat kaptanlığı (499 gt) eğitimi veren kuruluşun staj ayarlamaması	2
9. Uygulama eğitiminin kısıtlı olması	2
10. Yat kaptanlığı sınavlarında da kalınan dersten sonra yeni sınav için 1 ay beklenmesi	1
11. Yat kaptanlığı (499 gt) sınavlarında kullanılan soru bankasının güncel olmaması	1
12. Yat kaptanlığı sınav harçlarının fazla olması	1
13. Liman başkanlıklarındaki personelin, yat kaptanlığı eğitimi alanların sorularını cevaplayamaması	1
14. Gemiadamı cüzdanı için ikametgaha yakın liman başkanlığına başvurunun zorunlu olması	1
15. Yat kaptanı (499 gt) eğitim ücretlerinin fazla olması	1
16. Yat kaptanlığı eğitim müfredatına uyulmaması	1
17. Yat kaptanlığı ile ilgili diğer eğitimlerde indirim yapılmaması	1
18. Eğitimlerle ilgili şikayet prosedürünün olmaması	1

Yat kaptanlığı eğitimi alan katılımcıların sıraladığı diğer sorunlar ise; "Yat Kaptanlığı (499 GT) Sınavı'nın 6 aylık staj sonrası yapılması" "Yat Kaptanlığı (499 GT) staj süresinin uzun olması", "Mevzuatta açıklanmaya ihtiyaç olan konuların olması", "Yat Kaptanlığı (499 GT) eğitimlerinde ticari gemilere yönelik bilgiler verilmesi" ve "Yat Kaptanlığı (499 GT) sınavlarında farklı yeterlilikler ile ilgili soruların çıkması" olarak sıralanmıştır.

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Yat Kaptanlığı Eğitimi ile ilgili karşılaşılan en büyük problemlerden biri staj yapılacak tekne bulunamamasıdır. Gemiadamları Yönetmeliği staj yapılacak tekne için "*boyu on beş metreden daha uzun ticari yat*" hükmünü getirmektedir. Ticari yatın boyu hesaplanırken tam boy mu yoksa tescil boyu mu temel alınacağı da belli değildir. İzmir ilindeki liman başkanlıklarında (Dikili, Aliağa, Foça, İzmir ve Çeşme Liman Başkanlıkları) bağlama kütüğüne kayıtlı toplam 150 adet ticari yat bulunmasına karşılık 50 adeti 15 metreden büyük ticari yattır. (İzmir Liman Başkanlığı, 2013) Bu problemin ortadan kaldırılması için staj yapılacak tekne tipinin genişletilmesi, boy sınırı olmaksızın tüm ticari yatlarda ve özel yatlarda da staj yapılabilmesi için düzenleme yapılması önerilmektedir.

Yat Kaptanlığı Eğitimi ile ilgili karşılaşılan önemli problemlerden bir diğeri de, mevzuatta açıklanmaya ihtiyaç olan konuların olmasıdır. Mevzuatta yer alan boşluklar nedeniyle Yat Kaptanlığı Eğitimi alan kişiler Yat Kaptanlığı eğitimi ve stajı ile ilgili bilgi almak için liman başkanlıklarına başvurduklarında farklı liman başkanlıklarından farklı cevaplar aldıkları tespit edilmiştir. Gemiadamları Yönetmeliğine göre vardiyadan sorumlu güverte sınıfı gemi adamı olarak üç yıl hizmeti bulunanlar yat kaptanlığı stajından muaf tutulmaktadır fakat üç yıl deniz hizmetinde bulunulan gemi veya gemilerin niteliği belirtilmemektedir. Çalışılan gemi on beş metreden büyük ticari bir yat mı olacak yoksa herhangi bir gemi olabilecek midir? Örneğin "liman seferinde hizmet gören balıkçı teknelerinde yapılan üç yıllık hizmet deniz hizmeti sayılacak mıdır?" sorularına yanıt bulunamadığı belirtilmektedir.

Daha önce hiçbir deniz hizmeti olmayan kişiler yat kaptanlığı eğitimi ve altı aylık staj sonrası yat kaptanı yeterliği alabilirken, üç yıl deniz hizmetinde bulunan tecrübeli gemi adamları yine yat kaptanlığı eğitimine katılarak yat kaptanlığı yeterliği elde etmektedir. Yönetmelik hiç gemicilik tecrübesi olmayan kişilerin altı aylık staj tecrübesine karşılık stajdan muaf olunması için gerekli üç yıllık çalışma süresi uzun kalmaktadır. Bu açıdan stajdan muaf olunması için sürenin üç yılın altında makul bir süreye indirilmesi önerilmektedir.

Yat Kaptanı (499 GT) yeterliğine sahip olanlar Yat Kaptanı (2999 GT) yeterliği alabilmek için sadece boyu on beş metreden büyük ticari yatlarda olan çalışma sürelerini deniz hizmeti olarak gösterebilirken, Yat Kaptanı (3000 GT) yeterliği almak isteyen Uzakyol Kaptanları, 500 ile 2999 GT arasındaki hem özel hem de

ticari yatlarda çalışma sürelerini deniz hizmeti olarak gösterebilmektedirler. Yönetmelikte "özel ve ticari yatlarda Yat Sınıfı Gemiadamı olmak için müracaat edenler" ifadesi yer alırken yönetmelik sadece boyu on beş metreden büyük ticari yatlardaki deniz hizmetlerini dikkate almaktadır. Dolayısıyla Yat Kaptanı (499 GT) yeterliğinden Yat Kaptanı (2999 GT) yeterliğine geçmek isteyenlerin özel yatlarda çalışmaması gerektiği anlaşılmaktadır.

Gemiadamları Yönetmeliği 11. madde b bendi 8. fıkra "*Yat Kaptanı (2999 GT) yeterlik belgesi, boyu on beş metreden uzun ticari yatlarda Yat Kaptanı (2999 GT) belgesi ile en az on iki ay kaptan göreviyle deniz hizmeti bulunması koşuluyla Kaptan ve Uzakyol Kaptanı yeterliğine sahip gemiadamlarına, bu fıkroda belirtilen eğitim ve sınavlardan muaf olarak verilir.*" hükmünü getirmektedir. Bu hükme göre Kaptan ve Uzakyol Kaptanlarının Yat Kaptanı (2999 GT) yeterlik belgesi almak için, yeterliği olmadığı halde, Yat Kaptanı (2999 GT) belgesi ile deniz hizmetinde bulunmasını gerektirmektedir. Bu durum Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz ve İç Sular Düzenleme Genel Müdürlüğü tarafından 22.11.2013 tarihinde hazırlanan taslak halindeki Gemiadamları Yönetmeliği değişikliği ile düzeltileceği konusunda çalışmalar olduğu bilinmektedir. Fakat çalışmanın kaleme alındığı tarihte henüz yönetmelik değişiklikleri yürürlüğe girmemiştir. Yine 1. zabıt ve üstü yeterliğe sahip olanlar eğitimsiz, sınavsız ve deniz hizmeti olmadan Yat Kaptanlığı Yeterliği alabilirken bu yönetmelik değişiklikleri sonrası "*Vardiya Zabiti veya Uzakyol Vardiya Zabiti yeterlik belgesi ile on iki ay vardiya zabıtlığı yapan 1. zabıt ve üstü gemiadamlarına*" eğitimsiz ve sınavsız Yat Kaptanlığı Yeterliği verilmesi planlanmaktadır.

Yat Kaptanlığı eğitimi alanların ifade ettiği bir diğer sorun Yat Kaptanlığı (499 GT) eğitimlerinde ticari gemilere yönelik bilgiler verilmesi, sınavlarda sorulan soruların Yat Kaptanlığı Yeterliği dışında farklı yeterliklerle ilgili olması ve güncel olmamasıdır. Yat Kaptanlığına özel eğitimlerin ve sınav sorularının hazırlanması ve soruların güncel tutulması bu problemin ortadan kaldırılması için yeterli olacağı dile getirilmektedir.

Yat Kaptanlığı eğitimlerinde uygulama eğitimlerinin kısıtlı olması bir başka kendini gösteren sorun olarak ifade edilmiştir. Eğitimlerde daha çok pratiğe ağırlık verilmesi farklı tiplerde teknelerde uygulama yapılması Yat Kaptanlığı eğitimlerinin kalitesinin artırılmasında önemli pay sahibi olacağı belirtilmektedir.

Karşılaşılan bir diğer problem, Yat Kaptanlığı Sınavı'nın altı aylık staj sonrası yapılması nedeniyle eğitim boyunca kursiyerlerin motivasyonlarının azalması, kursta öğrenilen bilgilerin altı ay boyunca

unutulması ve bilgi seviyesinin azalmasıdır. Bu sorunu ortadan kaldırmak için eğitim sonrası sınavların yapılması ve staj sonrası yeterliğin verilmesi alternatif olarak önerilmektedir.

Yat Kaptanlığı Eğitim ücretlerinin ve Yat Kaptanlığı sınav harçlarının fazla olması kursiyerler tarafından dile getirilen bir başka sorundur.

Yat Kaptanlığı Stajı'nı düzenleme yükümlülüğü eğitimi düzenleyen kuruma bırakılmıştır. Staj boyunca da stajyerlerin sosyal güvenlik kayıtlarının yapılmak istenmemesi de ayrı bir problem olarak ortaya çıkmaktadır.

GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü Belgesi alabilmek için yapılan sınavlar sadece İstanbul'da düzenlenmektedir. Bu da sınava girmek isteyen adayların ulaşım zorlukları yaşamasına neden olmaktadır. Bu açıdan sınav yerinin İstanbul dışında, özellikle yatçılığın geliştiği, başka merkezlere de yapılmasının önemi ifade edilmiştir.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz ve İç Sular Düzenleme Genel Müdürlüğü, 4.12.2013 tarihinde yayınladığı 2013/247 sayılı GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü (ROC) Yeterlikleri Uygulama Talimatı ile Sınırlı Vardiya Zabiti ve üstü yeterliğe sahip olanların GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü (ROC) yeterlik belgesini eğitim ve sınav şartından muaf olarak almalarını hükme bağlamıştır. Bu hak, deniz üzerinde kaptan olarak diğer zabitlerle aynı yetki ve sorumluluklara sahip olan yat kaptanlarına tanınmamıştır. Ayrıca birçok güverte zabitanın aynı zamanda yat kaptanlığı yeterliği de bulunmaktadır. Yat kaptanı olarak çalışan güverte zabitleri eğitimsiz ve sınavsız GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü (ROC) yeterlik belgesi alırken sadece yat kaptanlığı yeterliği olanların bu haktan yararlandıramaması fırsat eşitsizliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu açıdan sektörde hakkaniyet adına Yat Kaptanlarına da yeterliğe istinaden GMDSS Tahditli Telsiz Operatörü (ROC) yeterlik belgesi verilmelidir.

Yat kaptanı yeterliğini alabilmek için getirilen yirmi bir yaş şartı özellikle liselerin Yat Kaptanlığı bölümünden mezun olanların okuldan mezun olduktan sonra Yat Kaptanı olarak çalışamamaları sonucunu doğurmaktadır. On yedi ila on sekiz yaşlarında mezun olan öğrenciler yirmi bir yaşına kadar beklemek zorunda kalmaktadırlar. Bundan dolayı denizcilikle ilgili liseler Yat Kaptanlığı bölümlerine öğrenci almaları konusunda sıkıntılar yaşamaktadır.

Yat Kaptanlığı Eğitimi veren kuruluşlar açısında ortaya çıkan problemlerden bir diğeri, Yat Kaptanlığı Eğitimi verecek yeterliklere sahip öğretmen veya eğitimci bulma zorluğudur. Bundan dolayı bazı kuruluşlar Yat Kaptanı Eğitimi verme yetkisine sahip olmasına rağmen Yat Kaptanlığı Eğitimi vermemektedir.

KAYNAKÇA

- Amatör Denizcilik Federasyonu, <http://www.adf.org.tr/guncel/168-sistemoff.html> Erişim Tarihi: 11.11.2013.
- Ercanik, C. (2003) "*Türkiye'de Yat Turizminin Coğrafya Açısından İrdelenmesi*", AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Erkurt, O. (2012) "*Deneyisel Arkeoloji Kiklad Tekneleri Canlandırma Projesi Dikişli Tekne Yapım Teknolojisi*". Sualtı Bilim ve Teknoloji Toplantısı 17-18 Kasım 2012. İstanbul Üniversitesi, İstanbul
- Işık, D.A. ve Cerit, G. (2008), "*Yacht Tourism Education: A Study On Curriculum*". International Maritime Lecturers Association 16th Conference on MET. 14-17 Ekim 2008. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
- Işık, D.A., (2010). *Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye için Farklılaştırma Stratejileri*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Kuleyin, Y. (2011) "*Yat Limanı İşletmelerinde Fayda-Maliyet Analizi: Ege Bölgesinde Bir Yat Limanında Uygulama*", DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir
- Resmi Gazete 12.03.1982 tarihli ve 2634 sayılı, Turizmi Teşvik Kanunu.
- Resmi Gazete 31.07.2002 tarihli ve 24832 sayılı, Gemi Adamları Yönetmeliği.
- Resmi Gazete 02.03.2008 tarihli ve 26804 sayılı, Özel Teknelerin Donatımı ve Kullanacak Kişilerin Yeterlikleri Hakkında Yönetmelik.
- Resmi Gazete 24.07.2009 tarihli ve 27298 sayılı, Deniz Turizm Yönetmeliği
- Resmi Gazete 23.08.2012 tarihli ve 28390 sayılı, Gemi Adamları Yönetmeliği Değişikliği.
- Türker, E. (1996) "*Mürettebatsız Yat İşletmeciliğinin 13. Yılında Gelişim Doğrultuları*", 1. Bilkent Turizm Forumu, Ankara
- Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz ve İçsular Düzenleme Genel Müdürlüğü, 14.11.2013 tarihli 2013/245 sayılı Gemiadamı Cüzdan Basımı Uygulama Talimatı, <http://www.didgm.gov.tr> Erişim Tarihi: 20.12.2013

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz ve İçsular
Düzenleme Genel Müdürlüğü, 07.03.2013 tarihli 2407 sayılı
“Yat Kaptanlığı Staj İşlemleri İle İlgili Yazı”

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı,
[http://www.denizcilik.gov.tr/belge-
dogrulama/egitimkurumlari.asp](http://www.denizcilik.gov.tr/belge-dogrulama/egitimkurumlari.asp) Erişim Tarihi: 20.03.2013

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Gemiadamları
Eğitimi Bilgi Sistemi,
[https://atlantis.denizcilik.gov.tr/gaegitimnet/Public/
KurumBilgi.aspx](https://atlantis.denizcilik.gov.tr/gaegitimnet/Public/KurumBilgi.aspx) Erişim Tarihi: 19.03.2013

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Eğitim ve Sınav
Yönergesi,

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Gemilerin
Gemiadamları İle Donatılmasına İlişkin Yönerge

**TURİZM AMAÇLI SU ALTI VE SU ÜSTÜ SPORTİF
FAALİYETLERİN UYGULAMASINA YÖNELİK
TALİMATLAR VE İZMİR İL KÜLTÜR VE TURİZM
MÜDÜRLÜĞÜ UYGULAMALARI**

**Zeynep GÖÇMEN¹
Berna DOĞAN²**

ÖZET

Günümüzde spor sadece insanların bedensel ve ruhsal açıdan güçlenmesi için sürdürülen faaliyetler bütünü olmaktan daha öteye gitmiş, kitlesel boyutlara ulaşarak ekonomik değer yaratma yönüyle de dikkatleri çekmeye başlamıştır. Dünyadaki turizm eğilimlerine bakıldığında, spor organizasyonlarının önemli bir sektör oluşturduğu, spor amaçlı seyahat sayısının da hızla artmakta olduğu görülmektedir. Bu nedenle spor hizmetleri kamu yönetimlerinin önemli hizmet alanlarından birisi olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla, sporun geliştirilip yaygınlaştırılmasında, sunulan hizmetlerin belli kalite standartlarına kavuşturulmasında gerek yerel yönetimlerin, federasyonların gerekse ilgili kamu kurum/kuruluşlarının önemi ve gerekliliği ortadadır.

Bu çalışmada; turizm amaçlı sportif faaliyetlerle ilgili literatür araştırması yapılmış, İl Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Liman Başkanlığı ve federasyonlar ile görüşülerek gerekli istatistik veriler temin edilmiştir. Bu doğrultuda; Türkiye'deki kamu yönetimi örgütlerinin yerel yönetimlerin ve federasyonların spora ilişkin görev ve sorumlulukları ile su sporları faaliyetlerine ilişkin uygulama esasları belirlenmiştir. Turizm amaçlı sportif faaliyetler su altı sporları, su üstü sporları, kara sporları ve benzeri turizm faaliyetine konu diğer spor türlerinden oluşmaktadır. Ancak, çalışmamızda sadece su altı ve su üstü sportif faaliyetlerden bahsedilecektir. Çalışma ayrıca, İzmir ilinde gerçekleştirilen su altı ve su üstü sportif faaliyetler, sunulan hizmetler, spor alt ve üstyapısının sportif ihtiyaçları karşılama düzeyleri, yöneticilere, tesis işletmecilerine ve sporculara göre problem olan durumlar ile çözüm önerilerinin belirlenmesi yönünde yapılmış bir araştırmadır. Belirtilen konulara ilişkin ilgili taraflarla yapılan görüşmeler, gözlemler ve denetimler sonucu elde edilen bulgulara dayanılarak bir uygulama talimatı oluşturulmuş ve yürürlüğe konmuştur.

¹ Şb. Md., İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü, zeynep.gocmen@turizm.gov.tr

² İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, berna.dogan @kulturturizm.gov.tr

Araştırma çıktılarının kamu kurumlarına, özel ve gönüllü spor kuruluşlarına ve sportif faaliyet gösteren işletmelere yararlı olabilecek veriler sağlayacağına ve katkıda bulunulacağına inanılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Sportif Faaliyetler, Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetler, Deniz Turizmi Araçları

GİRİŞ

Spor gerek performans, gerek boş zaman değerlendirme, gerekse iyileştirici ve koruyucu boyutu ile insan yaşantısının vazgeçilmez bir parçasıdır (<http://www.sporbilim.com>). Ülkemiz sporun her türünün yapılabileceği başta gençler olmak üzere her toplumsal kesime yönelik imkanlar sunan bir coğrafik konuma sahiptir. Türkiye, Ege Denizi'ndeki 2564 km'lik kıyısı ile Akdeniz ülkelerinin birçoğundan daha uzun bir kıyı şeridinde sahiptir. Ege Bölgesi, korunaklı koyları, uygun deniz koşulları ve elverişli iklimi nedeniyle deniz turizmi için uygun bir coğrafyadadır. Bölgenin kıyı çizgisi kuzeyde Çanakkale'ye güneyde de Batı Akdeniz Bölgesi'ne kadar uzanmaktadır (Bezirgan, 2000). Böylesine uzun bir kıyı hattına sahip olan bölge su altı ve su üstü sporları için son derece elverişli ortamlar sunmaktadır.

Önceleri turistlerin eğlence ve boş zamanını değerlendirme gibi amaçlarla tercih ettikleri, ancak günümüzde su sporları bakımından uluslararası platformlarda öne çıkan dalış, kitesurf, windsurf ve yelken branşları profesyonel spor türleri olarak federasyonlara bağlı gerçekleştirilmektedir. Bunların yanı sıra özellikle turistlerin yoğun olduğu kıyı kesimlerinde tercih edilen jetski, parasailing, su kayağı, kano, banana, katamaran, deniz bisikleti vb. gibi deniz turizmi araçları ile yapılan eğlence amaçlı spor türleri de bulunmaktadır. Ancak, su sporları konusunda ülkemizin yeterli altyapı ve üstyapıya sahip olduğunu söyleyemeyiz. 629 km'lik kıyı bandına sahip olan İzmir İlinde, yukarıda bahsedilen su sporlarının tamamını yapmaya uygun alanlar mevcut olmasına rağmen yeterli alt yapı, tesis, donanım, kalifiye hizmet elemanı ve eğitmen olmadığından bu alanlardan yeterince faydalanılamamaktadır.

Halen aktif olarak işletilen bazı alanlardaki faaliyetlerin su sporları konusunda belgelendirilmemiş işletmeler kanalıyla yapılması, belgelendirilmiş olan bazı işletmelerin ise kıyıda irtibat bürosu olarak derme-çatma yapılarda hizmet sunmaya çalışması, altyapı ve üstyapı eksikliği, yaşanan sorunlardan bazılarıdır. Ayrıca, uygulamalar konusunda ilçe belediyeleri arasında farklı yaklaşımlar söz konusu olmaktadır. Kimi belediyeler işyeri açma ruhsatı verirken, kimileri

Kıyı Kanunu'nun yasal bir engel olduğu gerekçesiyle ruhsat vermemektedir. Keza, tesis sahiplerinin uygulamalar konusundaki bilgisizliği ve sadece ticari kazanç beklentisinde olup, gelişigüzel uygulamaların yaratacağı riskleri göz ardı etmeleri, hizmet sunan personelin yetersizliği ve eğitimsizliği, turistlerin ve denizden yararlanan yöre halkının can güvenliğinin dikkate alınmaması ciddi sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ancak, yaşanan tüm bu sorunların önüne geçmek üzere son yıllarda Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlere yönelik yasal düzenlemeler yapılmakta, hizmetlerde standardizasyon sağlanması ve faaliyetlerin güvenli biçimde sürdürülebilmesi için uygulamaya yönelik önlemler alınmaktadır. Sportif turizm kurullarınca turizm sezonunda daha yoğun olmak üzere denetimler yapılmaktadır.

Deniz turizmi etkinliklerinden olan turizm amaçlı su sporları faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde, altyapı ve üstyapıya ilişkin düzenlemelerin yanı sıra ulusal mevzuatın hızla gelişmekte olan turizm amaçlı su sporlarına adaptasyonu ve kalifiye hizmet personeli yetiştirilmesi konusunda yapılacak çalışmalarla birlikte üstyapıya ilişkin birçok etkinliğin uyum içinde yürütülmesiyle azami fayda ve profesyonellik sağlanacaktır. Şüphesiz ki, plansız ve yetersiz bir şekilde yönetilen sektördeki büyüme ve gelişme doğal çevreye, turizme, deniz turizminden yararlanan kesimlere ve hatta sporcuya zarar verecektir.

İZMİR İLİNDE YAPILAN TURİZM AMAÇLI SPORTİF FAALİYETLER

Sporun literatürde farklı tanımları yapılmıştır. Çünkü yapılış amacına göre spora değişik anlamlar yüklenebilmektedir. Erkal (1982)'a göre spor; *“ferdin tabii çevresini beşeri çevre haline çevirirken elde ettiği kabiliyetleri geliştiren, belirli kurallar altında araçlı ve araçsız, ferdi veya toplu olarak, boş zaman faaliyeti kapsamı içinde veya tam zamanını alacak şekilde meslekleştirerek, yaptığı sosyalleştirici, toplumla bütünleştirici, ruh ve fiziği geliştiren, rekabetçi, dayanışmacı ve kültürel bir olgudur”* (s. 119).

Başka bir tanıma göre; spor, tek başına ve toplu olarak yapılan, kendine özgü kuralları olan, genelde yarışmaya dayanan bedensel ve zihinsel yeteneklerin gelişimini sağlayan, eğitici ve eğlendirici uğraşlardır (Morpa, 1997, s. 249).

Sosyal yararları dışında, spor yapıldığı yerleri ve organizasyonları, buldukları bölgeleri tanıtmakta, sosyal içerik bakımından geliştirmekte ve bölgelerin gelişimini hızlandırabilmektedir. Dolayısıyla bu başlıca sebepler sporun ve spor ile ilgili yerin, mekanın, alanın, tesislerin ve organizasyonların önemini ortaya koymakta yeterli göstergelerdir. Sporun sosyal birleşme, kişisel gelişim, ulus ve ülke tanıtımı gibi konulara olan büyük etkisi, spor yerleri, alanları, mekanları ve tesislerinin de önemini ortaya koymaktadır (Dere, 2010). Dolayısıyla, spor faaliyetlerinin belli kurallara dayandırılması ve alınacak ilke kararlarına göre hareket edilerek uygulamaya yönelik hizmet standartlarının belirlenmesini gerektirmektedir.

Sporun doğasında olan karşılaşmalar, beraberinde seyahatleri zorunlu kılarken, birçok doğa ve macera sporu için de sporcular değişik bölgelere seyahat etmektedir. Diğer yandan yapılan çalışmaların, turizmde talebin daha aktif tatillere yöneleceğine ve geleneksel güneş-deniz-kum tatillerinin toplamdaki payının azalacağına işaret etmesi, turizm ve spor sektörlerinin birbirleri için önemini açıkça ifade etmektedir (Sönmez, 2006). Günümüz turist profilinde artık klasik turizm anlayışından farklı olarak, değişik sportif faaliyetlere katılan, amatör veya profesyonel olarak spor yapmak amacı ile seyahat eden ve spor yapmaya elverişli çeşitli turizm bölgelerini ziyaret eden turizm anlayışı vardır. Bu durum turizm arzını çeşitlendirmekte, turizm gelirinin artmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, turizm amaçlı sportif faaliyetler; herhangi bir spor disiplininin veya birden fazla spor disiplininin kurallarının tamamen veya kısmen uygulanması ile turiste yaptırılan, turistlerle birlikte yapılan veya turistler için organize edilen su altı, su üstü sporları, kara sporları ve benzeri turizm faaliyetlerine konu spor türleri ve turizm çeşitliliği olarak gelişecek diğer sportif faaliyetler olarak belirtilmektedir. (Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği, R.G.2011)

Sportif turizm faaliyetleri ancak, 23/02/2011 tarihli Resmi Gazetede yayınlanan Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Yönetmeliğince belirtilen usul ve esaslar çerçevesinde gerekli izinleri alan, Bakanlıktan işletme belgeli acenta (sadece karada yapılacak olan sportif faaliyetler için), tesis ve deniz turizmi aracı işletmelerince yapılabilecektir. Ancak, denizde turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetlerde bulunacak tesis ve işletmelerin, ayrıca 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ve 24/7/2009 tarihli ve 27298 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği uyarınca belgelendirilmiş Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi alması zorunlu kılınmıştır. Sportif turizm faaliyetlerinin, Valiliklerin her yıl belirleyip ilan edeceği parkur alanları içinde yapılabileceği ve

işletmelerin, her yıl, turizm amaçlı her bir sportif faaliyet türü ve her bir parkur için ayrı ayrı izin alması yönünde yasal zorunluluk getirilmiştir.

Sporda ön koşul can güvenliğinin sağlanarak olası risklere karşı önlem alınmasıdır. Dolayısıyla Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet İşletme Belgesinin alınması ve hizmet standartlarına uyulması şarttır. Bu amaçla ülkemizde Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği ile belirlenen görevleri yapmak, Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet taleplerini incelemek, yeterlilik belgesi verilmesini uygun görmek, yönetmeliğin uygulanması için gerekli çalışmaları yapmak ve denetimi sağlamak üzere Valiliklerce belirlenen bölgelerde Sportif Turizm Kurulları oluşturulmuştur.

Sportif Turizm Kurulları; mevzuatla belirtildiği üzere sekreteryasını Kültür ve Turizm Müdürlüğü yapmak üzere, Kaymakam başkanlığında, Kültür ve Turizm Müdür Yardımcısı, Sahil Güvenlik Komutanlığı, bağlı bulunan Liman Başkanlığı temsilcileri, Gençlik ve Spor Müdürlüğü, Deniz Ticaret Odası Başkanlığı, Su Sporları Federasyonu Başkanlığı, bunun yanında mevzuatta belirtilmemişse de kurulca uygun görüldüğü üzere İlçe Belediye Başkanlığı temsilcilerinden oluşur.

Turizm amaçlı su sporları faaliyetlerinde bulunmak isteyen işletmeler; mevzuatta belirlenen koşullar ve talimatlar doğrultusunda, gerekli evraklarla birlikte İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerine müracaat etmektedirler (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013).

23/02/2011 tarihli, 27855 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği gereğince, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan sportif faaliyet izni alınabilmesi için, yapılacak başvuruya Sportif Turizm Kurulu tarafından verilecek Yeterlilik Belgesi ve Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi eklenmek zorundadır. Gerçek ve tüzel kişiler tarafından denizde gerçekleştirilecek turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler için, deniz turizmi aracı işletmesi belgesi, diğer faaliyet türleri için acenta belgesi alınması söz konusu yönetmelikte şart koşulmuştur. Sportif Turizm Kurulunca Yeterlilik Belgesi almaya uygun görülen işletmelere, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nce düzenlenen ve Valiliklerce onaylanan Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi verilmektedir. Yönetmelikte belirtilen bir diğer husus; tesis önünde denizde yapılacak sportif faaliyetlerde öncelik hakkının tesislere tanınmış olmasıdır.

İzmir İlinde resmi kayıtlara göre 21 adet su altı, 5 yelken, 14 windsurf, 5 kitesurf merkezi ve eğlence amaçlı olarak hizmet sunan 34 adet su üstü sporları tesisi mevcuttur. Söz konusu tesislerin ilçelere göre dağılımı Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgeli Tesislerin İlçelere Göre Dağılımı

İLÇE	2012 Yılı		2013 Yılı	
	Su Altı	Su Üstü	Su Altı	Su Üstü
Çeşme	30	2	3	26
Dikili	3	2	2	2
Foça	2	1	2	4
Menderes	4	11	4	16
Karaburun	3	2	4	2
Seferihisar	3	2	5	7
Selçuk	1	4	1	5
Urla	1	2	-	-
TOPLAM	47	26	21	62

Kaynak: (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Brifing Dosyası, 2013).

İlimizde 2013 yılında turizm amaçlı su sporları faaliyetinde bulunan ve Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgeli işletme sayısı 83 olup, bu rakam 2012 yılsonu itibarıyla 73 olarak tespit edilmiştir. Yine 2013 yılında en fazla Çeşme ve Menderes İlçelerinde İşletme Belgeli Tesis faaliyet göstermiştir (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Brifing Dosyası, 2013).

Yeterlilik Belgesi ve Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi alabilmek için;

- 1- Başvuru dilekçesi,
- 2- Sportif faaliyette görevlendirilecek personelin niteliklerini belirtir liste,
- 3- Personelin sahip olduğu ehliyetin aslı ya da onaylanmış sureti (Ayrıca yaptığımız çalışmalar sonucu; kitesurf, windsurf ve yelken için; Türkiye Yelken Federasyonu’ndan alınmış Eğitim Belgesi ve Yetki Belgesinin zorunlu olması gerektiği tespit edilmiş ve tarafımızca hazırlanan Uygulama Talimatları arasında yer almıştır. Su altı sporları için; 2 Yıldız Eğitim sertifikalı Eğitimci, Rehber-Balık Adam sertifikasına sahip en az 1 adet uzman personel ve Gemici Belgesi ibrazı),
- 4- Faaliyette kullanılacak malzeme veya araçların ilgili mevzuata uygun kullanım belgeleri,

- 5- Eğlence amaçlı sporlar için; tesis önünde yapılacaksa tesisle yapılan sözleşme, münferit olarak halk plajlarında yapılacak faaliyetler için ise ilgili belediyesinden alınacak işyeri açma ve çalışma ruhsatı (Kitesurf, windsurf ve yelken için Türkiye Yelken Federasyonu, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği, Türkiye Yelken Federasyonu Özel Yelken Eğitimi ve Spor Tesisleri Talimatnamesine uygun olarak kıyıda bir irtibat bürosunun oluşturulması zorunluluğu getirilmiş, ancak büronun nitelikleri çalışmalarımız sonucu hazırlanan talimatname ile detaylandırılmıştır),
- 6- Müşteri portföyüne göre en az 3 dilde uyarı levhası konulması,
- 7- Eğlence amaçlı sporlarda; belirlenen parkurlarda deniz araçlarının kullanımı için 15 m. genişliğinde denize doğru 150-200m. mesafede belirgin şamandıralarla markalanmış olarak bir giriş çıkış parkuru oluşturulmaktadır. Markalanmış alanların yüzme alanı olarak kullanılmaması için ise parkurun her iki tarafına yüzme alanı olmadığına dair levha konulmalıdır. İlçe Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Kurullarınca kitesurf ve windsurf parkurları halka açık yüzme alanlarından ayrılmıştır. Su altı ve su üstü sporları için; 2565 sayılı Askeri Yasak Bölgeler ve Güvenlik Bölgeleri Kanunu, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamında belirlenmiş olan tarihi ve doğal sit alanlarında faaliyet yasağı getirilmiştir.

Müracaatı mevzuata uygun bulunan başvurular toplanarak Sportif Turizm Kurulunca yerinde inceleme yapıldıktan sonra Kaymakam başkanlığında değerlendirilerek karara bağlanmaktadır. Uygun görülenlere, Valilikçe onaylanan “Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi” verilmektedir. Söz konusu belgenin geçerlilik süresi 1 takvim yılıdır.

Su üstü sporlarından kitesurf, windsurf ve yelken sporları rüzgar kuvveti ile yapıldığından kontrol edilmesi oldukça zor sporlardır. Dolayısıyla bu spor türleri, deniz trafiği ve can güvenliği açısından risk teşkil etmektedir. Bu durum göz önüne alınarak sporun yapılacağı parkur alanlarının belirlenmesinde özellikle dikkat edilmesi gereken noktalar, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne ve Sportif Turizm Kuruluna yapılan şikayetler neticesinde alanda yapılan denetimler, incelemeler ve gözlemler doğrultusunda, yöre sakinlerinin talep ve önerileri de göz önüne alınarak tespit edilmiştir. Parkur alanlarının belirlenmesinde ayrıca, rüzgar hakim yönü, plajın coğrafi konumu ve

ikinci konutların yoğunluğu, halk tarafından plajın kullanımı gibi hususların da mutlaka dikkate alınması gerekmektedir.

İZMİR İLİ TURİZM AMAÇLI SPORTİF FAALİYET UYGULAMA TALİMATI

Çalışmamızın ana çerçevesini oluşturan Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Uygulama Talimatı, turizm amaçlı sportif faaliyetlerin yasal bir zeminde profesyonel hizmet anlayışıyla sürdürülebilmesi, çevreye ve denizden yararlanan tüm kesimlere risk teşkil etmeyecek şekilde, turist sağlığını ve can güvenliğini koruyacak tedbirlerin alınması için, koruyarak kullanma düşüncesiyle oluşturulmuştur.

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği'nin alanda nasıl uygulanacağı hususunda bir yol haritası oluşturmak, uyulması gerekli kuralları ortaya koymak, belirsizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla; kıyı ilçelerinde Kaymakamın başkanlığında, Liman Başkanlıkları, Sahil Güvenlik Komutanlığı, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İl Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü ve Deniz Ticaret Odası temsilcilerinden oluşan Sportif Turizm Kurullarında, sahada uygulamaya yönelik yaşanan sorunların çözümü için fiilen sektörde faaliyet gösteren taraflar ve federasyonların da katılımıyla bir dizi toplantı gerçekleştirilmiştir. Yerel halkla görüşmeler yapılmıştır. Tüm bu toplantı ve görüşmeler sonucunda belirlenen sorunlar, görüş ve öneriler değerlendirilmiştir. İlgili mevzuatın irdelenmesi ve toplantılardan elde edilen çıktılar, öneriler ve parkur alanlarında yaptığımız incelemeler doğrultusunda hazırladığımız Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Uygulama Talimatı yürürlüğe konmuştur. Ancak, burada, sadece su altı ve su üstü sportif faaliyetlerin uygulamasına yönelik talimatlar ele alınmıştır. Söz konusu uygulama talimatları, Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği'nin yayınlandığı 23.02.2011 tarihinden itibaren her yıl güncellenerek uygulamaya başlanmıştır.

Uygulama Talimatı Genel Şartları

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Uygulama Talimatında işletmelerin uymak zorunda olduğu su altı ve su üstü sporlarına ilişkin genel şartlar aşağıda sıralanmıştır:

1-Turizm amaçlı sportif faaliyetler için Valilikten belge alan, işletmeler, söz konusu belgeyi başkalarına devredemeyecek ve kiraya veremeyeceklerdir.

2-Turizm amaçlı sportif faaliyetin türüne göre; her ilçede İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sahil Güvenlik Komutanlığı, Liman Başkanlığı, İlçe Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü, İlçe Jandarma Komutanlığı ve Deniz Ticaret Odası temsilcilerinin katılımıyla bir denetim komisyonu oluşturulacaktır. Gelecek ihbar ve şikayetler denetim komisyonunca ivedilikle değerlendirilecektir.

3-Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi verilen ve yıl içerisinde kurul tarafından yapılan denetimler sonucunda tespit edilen eksiklikler, kurul gündemine alınarak değerlendirilecektir. İzinsiz olarak turizm amaçlı sportif faaliyette bulunanlar, buldukları yerlerin en büyük mülki amirleri tarafından faaliyetten men edilerek, ilgililer hakkında 30/03/2005 tarih ve 5326 sayılı Kabahatler Kanununun 32. maddesi hükmü uyarınca işlem yapılacaktır.

4-Turizm amaçlı sportif faaliyet izin belgesi ve "Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi" bir takvim yılı için geçerlidir.

5-Su üstü sportif faaliyet parkur alanı ilan edilmiş alanlarda can güvenliği amacıyla halk plajlarının ve konaklama tesisi önündeki plajların yüzme alanları ile tesis önlerindeki yüzme-dalış eğitim alanları şamandıralarla belirlenecek; belirlenen alanda zıpkınla balık avlama yapılmayacak, hiçbir deniz aracı ile belirlenen alana girilemeyecektir.

6-İşletmeciler; çevre kirliliğine neden olmayacak bir biçimde faaliyet gösterecek, bu amaçla gerekli tedbirleri alacak, ayrıca doğal hayatı koruma konusunda ülkemizin taraf olduğu uluslararası antlaşmalara ve yürürlükteki mevzuata uygun hareket edeceklerdir.

7-Sportif faaliyetlerde görevli personelin kılık kıyafeti temiz ve düzenli olmak kaydıyla, PVC kaplı; Adı-Soyadı, T.C. Kimlik No.su, görevi ve bağlı bulunduğu "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet İşletmesi" adının yazılı olduğu tanıtım kartı yanında bulundurulacaktır. Çalışan personel ve üçüncü şahsa ait kaza sigortası ve mali mesuliyet sigortası yılsonunu kapsayacak şekilde yaptırılacaktır.

8-Windsurf ve kitesurf turizm amaçlı sportif faaliyeti yapma talebinde bulunan her bir (mevcut ve yeni açılacak) işletmenin; 2013 yılından itibaren, 15.10.1999 tarih ve 23847 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren "Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği'nin 9. maddesinde belirtilen nitelikleri taşımaları zorunludur. Söz konusu nitelikleri taşımayan kitesurf, windsurf ve yelken sporu yapan işletmelerin müracaatları Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Kurulunca değerlendirmeye alınmayacaktır. Söz konusu madde aşağıda belirtilmiştir:

"Özel beden eğitimi ve spor tesislerinin nitelikleri (Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği, R.G. 15.10.1999)

Madde 9 - Özel beden eğitimi ve spor tesislerinin aşağıda belirtilen niteliklerden;

a)Kullanım alanı 8 m.'den az olmamak üzere en az bir soyunma odası, bayan ve erkek sporcuların birlikte çalışacağı tesislerde en az iki soyunma odası bulunması, spor yapanlara yetecek kadar soyunma dolabı veya askılık bulunması, odaların aydınlatma ve havalandırma sisteminin bulunması, ısısı 18 santigrat derecede olması ve hijyenik şartları taşıması,

b)Kullanım alanı 15 m.'den az olmamak üzere en az bir dinlenme salonu bulunması, dinlenme salonunun zemini halifleks, parke ve benzeri maddelerle kaplanması, salonun ısısının, aydınlatılmasının ve havalandırılmasının yeterli seviyede olması,

c)(Değişik bend: 27/10/2005-25979 S.R.G. Yön/4.mad) Bayan ve erkek sporcuların birlikte spor yaptığı tesislerde, ihtiyaç duyulmayan spor dalları hariç, en az iki duş ve iki tuvaletin soyunma odalarının içinde bulunması,

d)Tesiste çalışma yapıldığı sürece duşların sıcak suyunun bulunması,

e)Tesiste spor çalışmasının yapıldığı yerin ısısının 18 derecenin altına düşmemesi, havalandırılmasının, çalışma alanının sporcu sayısına göre yeterli seviyede olması,

f)Tesis zemininin yapılan spor dallarının özelliğine göre tahta, parke, sunta, halifleks ve benzeri malzemelerle kaplanmış olması, açık tesislerde yapılan spor dallarının özelliğine göre zemin; ilgili federasyonlarca öngörülen çim, asfalt, beton ve buna benzer malzemelerle kaplanmış olması,

g)Tesiste yangın ve tabii afetlere karşı yangın söndürme ve benzeri aletlerin hazır bulundurulması,

h)Çalışma sırasında fiziki darbeleri önleyici tedbirleri sağlamak için çalışma alanında tehlike arz eden keskin, kenarların sivri uçlarının darbeyi hafifletici yumuşak malzemelerle kaplanmış olması ve direk, sütun, hendek, çukur, toprak yığını, ağaç ve benzeri manialar bulunmaması,

ı)Çalışma esnasında her spor dalıyla ilgili, çalışma gurubunda bulunan sporcu sayısına yeterli olmak üzere spor malzemesi ve yardımcı aletlerin bulundurulması,

i)Özel beden eğitimi ve spor çalışmaları yapılacak tesisin bütün ünitelerinin genel sağlığa aykırı şartları taşımaması,

j)Özel spor tesisinde yapılacak faaliyet esnasında gürültü, kirlilik gibi nedenlerle çevrenin rahatsız edilmemesine yönelik her türlü tedbirin alınmış olması, zorunludur.

k)(Ek bend: 27/10/2005-25979 S.R.G. Yön/4.mad) Engellilere ve sporcuların can güvenliğine yönelik tedbirlerin alınması,"

9-Turizm Amaçlı sportif faaliyet; konaklama ve günübirlik vb. tesis bünyesinde yapılıyorsa; tuvalet, duş, soyunma kabini ve yeme içme alanı şartı aranmaz. Söz konusu ihtiyaçlar tesis bünyesinden karşılanacaktır.

10-Münferit olarak halk plajlarında yapılan su üstü turizm amaçlı sportif faaliyet yapacak olan işletmelerin ilgili belediyeden gerekli izinlerinin alınmış “*Kıyı Kanununun Uygulamasına Dair Yönetmelik*”in 13.maddesinin c bendi kapsamında kıyıda 6 m².’yi geçmeyen ilk yardım malzemesi, can yelekleri ve müşteri ile irtibatının sağlanacağı doğal görünümü bozmayan bir irtibat bürosunun bulunması zorunludur.

11-Münferit olarak halk plajlarında yapılan su üstü turizm amaçlı sportif faaliyet yapacak olan işletmelerin ilgili belediyesinden gerekli izinleri alınmış “*Kıyı Kanununun Uygulamasına Dair Yönetmeliğin*”18. Maddesi kapsamında sahil şeridinde en az 10 m².lik alana sahip irtibat bürosunun bulunması zorunludur.

12-Windsurf ve kitesurf spor türünde faaliyet gösterecek turizm amaçlı sportif faaliyet işletmelerinde istihdam edilmesi zorunlu olan eğiticilerin; Türkiye Yelken Federasyonu’ndan alınmış, windsurf için asgari RS4 TÜYEB eğitmenlik belgesine; kitesurf için KB4 TÜYEB eğitmenlik belgesine sahip olması zorunludur. Söz konusu belgenin, anılan türlerde yapılacak sportif faaliyet başvurularında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne sunulması gereklidir.

13-Yelken spor türünde faaliyet gösterecek turizm amaçlı sportif faaliyet işletmelerinde istihdam edilmesi zorunlu olan eğiticilerin; *Türkiye Yelken Federasyonunun 04.04.2011 tarih ve 126/2 nolu Yelken Öğretici/Eğitmen Talimatının 6. Maddesinde belirtilen* ve Türkiye Yelken Federasyonu’nca düzenlenmiş asgari eğitmenlik belgesine sahip olması zorunludur. Söz konusu belgenin, yelken türü sportif faaliyet başvurularında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne sunulması gereklidir.

14-Yelken, windsurf ve kitesurf spor türündeki turizm amaçlı sportif faaliyetlere; işyeri açma çalışma ruhsatı olan ve *Türkiye Yelken Federasyonu’ndan yetki belgesi almış* işletmeler başvuruda bulunabilir. Söz konusu belgenin, anılan türlerde yapılacak sportif faaliyet başvurularında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne sunulması gereklidir.

15-Tesisler, bünyelerinde aynı tür spor için sadece 1(bir) işletme ile sözleşme yapabileceklerdir. Eğer işletme, tesis önu öncelik hakkını 3. bir şahsa kullanıyorsa, tesis ve 3. kişi arasında sözleşme yapılarak, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne sunulacaktır. Sözleşmede; sportif faaliyet yapan işletme ile tesisin; müşterilerin can ve mal güvenliğini sağlamaya yönelik gerekli tedbirlerin alınması konusunda 3. şahıslara karşı müteselsil sorumlu olduklarına ilişkin madde konulacaktır.

16-İzin belgesinde belirtilen faaliyet türünün ve parkurun dışında faaliyette bulunulmayacak, su üstü sportif faaliyeti yapılan parkurda aynı anda windsurf ve kitesurf yapılmayacak, windsurf ve kitesurf alanı olarak ilan edilen alanlarda eğitim belgeli kişiler eşliğinde eğitimler verilecektir. Belgede kayıtlı olmayan hiçbir deniz aracı kullanılmayacaktır. Her parkur için ayrı ayrı belge alınacaktır.

17-Sualtı ve su üstü sporlarında deniz araçlarını kullanacak personelde, uygun yeterlilik belgesi yapılan spor türüne göre (STCW, cankurtaran, gemi adamı cüzdanı, en az 2 sınıf dalış eğitmeni, v.b.) uygun olması şartı aranacaktır. Ayrıca cankurtaran ve kaptan olarak görevlendirilen kişiler aynı zamanda başka bir işle görevlendirilemezler. Bir parkur için ibraz edilen çalışan belgeleri başka bir parkur için kullanılamaz.

18-Belge verilmesine esas malzeme ve çalışanlara ilişkin değişiklikler, resmi belgeler ile birlikte üç iş günü içerisinde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne bildirilecektir. Bu süre içerisinde faaliyet göstermeyeceklerdir.

19-Su üstü ve sualtı spor faaliyetleri; deniz trafiğinin yoğun olduğu alanlarda, "2565 Sayılı Askeri Yasak Bölgeleri ve Güvenlik Bölgesi Kanunu" uyarınca belirlenmiş alanlar ile 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu uyarınca belirlenmiş tarihi ve doğal sit alanlarında yapılmayacaktır. "3289 sayılı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Kanunu ile ilgili Yönetmeliği", "1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu", yönetmeliği ve sirküleri ile açıklanan genel kurallara uyulacaktır.

20-Sportif faaliyete katılanların listesi; işletmeler tarafından "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyete Katılanlar" adındaki tabloya işlenerek kayıt altına alınacaktır,

21-Faaliyet sırasında meydana gelen kazalar, faaliyeti yapan işletme tarafından rapor edilerek derhal kurula bildirilecektir. Denizde meydana gelen, yaralanma veya ölümlü sonuçlanan kazalar en kısa zamanda Alo 158 Sahil Güvenlik ve Liman Başkanlığı'nın ihbar hattına bildirilecektir.

22-Belge alan işletmeler sportif turizm kurulu kararlarını yerine getirmekle yükümlü ve sorumludur. Aksine hareket edenler hakkında ilgili yasa ve yönetmelikler çerçevesinde işlem yapılacaktır. Söz konusu kararlar, belge verilmesi uygun görülen işletmelere tebliğ edilecektir.

23-Su altı ve su üstü sporu yapan kişi ve kuruluşlar, kıyıların toplum yararına kullanılmasını engellemeyecek şekilde kendilerine tahsis edilen alanda faaliyette bulunacaklar ve yapmış oldukları faaliyetler nedeni ile 3. kişileri rahatsız etmeyeceklerdir.

Su Altı Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Uygulama Talimatlarında su altı sporları için uyulması gereken şartlar aşağıda verilmiştir:

1-Su altı dalışlarında Türk bayraklı tekneler kullanılacaktır. Dalış Yetki Belgesi olmayan işletmelere, Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi verilmeyecektir.

2-Sportif amaçlı tüplü dalışlarda su ürünleri avcılığı yapılmayacak, canlı ya da cansız hiçbir varlık su üstüne çıkarılmayacaktır.

3-Dalış yapacakların dalış emniyeti ve can güvenliği, dalış yapana ait olmakla beraber, eğitimler esnasında kursiyer dalıcıların tüm sorumlulukları dalış eğitmenine aittir. Dalış esnasında Kültür ve Tabiat Varlıklarının korunması, dalıcıların dalışları esnasında mal ve can güvenliğinin sağlanması rehber balıkadamın mesuliyeti ve sorumluluğundadır. Ancak, dalışlardan önce ve sonra dalış sırasında, dalış emniyet kurallarını ihlal eden dalıcının kişisel hatasından doğacak her türlü problemde dalış yapan sorumludur.

4-Yabancı uyruklu kişilerin, sportif dalışları Türk rehber balıkadam refakatinde yapmaları zorunludur. İşletmeler, yabancı uyruklu dalıcıya dalış kurallarını bildiğini ve risklerini kabul ettiğini belirten İngilizce-Türkçe düzenlenmiş belgeyi imzalatıracaktır.

5-Sportif amaçlı aletli dalışlar için derinlik limiti maksimum 30 m.'dir. 14 yaşından küçük çocuklara dalış yaptırılmayacak, 14-18 yaş arası çocuklara ise velilerinin imzalı izinleri ile dalış yaptırılacaktır. Dalış kuruluşları, her dalıcıya dalış öncesi güvenli dalış kurallarını bildiğini ve risklerini kabul ettiğini belirten Türkçe ve İngilizce dillerinde düzenlenmiş belgeyi imzalatacaklardır.

6-Sportif amaçlı dalışlarda hiçbir malzeme tahdidi yoktur. Teknelerde ilk yardım ekipmanı, aletli dalışlarda denge yeleği, can yeleği, B.C., tüp basınç göstergesi, zaman saati, flmalı dalış şamandıraları bulundurmaları zorunludur. Kaldırma balonu veya aynı amaçlı malzemeler kullanılamaz. Kesinlikle dekompresyonlu dalışlar yapılamaz.

7-Sportif amaçlı dalış düzenleyen işletmeler, balıkadamların sahip oldukları ve kullandıkları dalış malzemelerinin (tüp, regülatör, kompresör, denge yeleği gibi) periyodik test ve bakımlarını yaptıracak ve belgelerini muhafaza edecektir.

8-Dalışlar esnasında 2 kişilik arkadaş sistemi uygulanacak, dalış ikilisinin emniyeti açısından flmalı dalış şamandıraları kullanılacaktır.

9-Eğitim amaçlı sportif gece dalışları, eğitmenlerin kontrolünde ve önceden izin alınmak şartı ile yapılacak, bunun dışında gece dalışları yapılmayacaktır.

10-Dalış eğitmeni ve rehber dalıcılar, yetki belgesi almış yalnız bir dalış kuruluşunda görev alabilirler. Dalış eğitmenleri ve rehber dalıcılar, yetki belgesi almış bir dalış kuruluşuna kayıtlı olmaksızın eğitimlik ve rehberlik yapamazlar.

11-Müracaat dosyalarında belirtilen tekne ve kaptan dışında başka bir kişi tarafından tekne kullanılmayacak; tekne, personel ve her türlü araç-gereç değişikliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne bildirilecektir.

12-Su altı sporları faaliyetlerinde kullanılan deniz araçları ile giriş çıkış koridorunda 3 milden fazla sürat yapılmayacak ve faaliyetler esnasında deniz aracı kullanıcıları, uluslararası denizde çatışmayı önleme tüzüğü hükümlerine uygun hareket edecektir. Halk tarafından kullanılan kalabalık plajlarda halkı rahatsız edecek ve şikayete neden olacak şekilde dalış yapılması yasaktır.

13-Su altı dalışı ile ilgili olarak izin alan işletmeler; dalış yapmadan önce isim listelerini (rehber balık adam ve dalış yapacakların isim ve uyruklarını) teknede bulunduracak ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne, Liman Başkanlığı'na ve Sahil Güvenlik Komutanlığı'na bildirecektir.

14-Sportif amaçlı yapılan dalışlarda dalış bölgesi, dalış süresince dalış bayraklı şamandıra ile işaretlenecektir. Dalışlarda kullanılan deniz taşıtlarına dalış boyunca dalış bayrağı çekilecek ve diğer deniz taşıtlarının dalış şamandırası/dalış bayrağı çekilmiş deniz taşıtına en az 50 m. açığından geçmesi konusunda söz konusu deniz taşıt sahipleri ikaz edilecektir.

Su Üstü Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Uygulama Talimatlarında su üstü sporları için uyulması gereken şartlar aşağıda verilmiştir:

1-Su üstü araçlarının güvenli giriş ve çıkışlarının sağlanması için kıyıdan denize doğru en az 15 m. eninde 200 m. uzunluğunda giriş-çıkış koridoru oluşturulacaktır. Bu koridor şamandıralarla ve işaret bayrakları ile markalandırılacak, ayrıca bu alanlarda yüzmenin yasak olduğunu belirten en az üç dilde hazırlanan uyarıcı levhalar bulundurulacaktır. Faaliyetler, kıyıdan en az 200 m. uzaklıktaki mesafede izin belgesinde yer alan parkurun önünde gerçekleştirilecektir. Ancak, parkurun coğrafi konumu dikkate alınarak ilgili İlçe Sportif Kurulunca parkura ve o alana özgü düzenleme yapılabilecektir.

2-Su sporları yapan kişiler, su sporu faaliyeti yürüten işletmeci veya görevlendireceği kişiler tarafından sürekli izlenecek kaza oluşması halinde hazır bekletilen ilk yardım amaçlı bot derhal müdahalede bulunacaktır. Her işletme bünyesinde bulundurduğu ilk

yardım amaçlı bot ile tekneyi kullanma yeterliliğine haiz en az bir personel ile devamlı görev yapacak deniz alanında faaliyetler devam ettiği sürece bu görev kesintisiz sürdürülecektir.

3-Su üstü sportif faaliyeti esnasında müşteriler ve jet-ski kullanan personel can yeleği giyecektir. Can yelekleri standartlarına uymayan, kullanım ömrünü tamamlamış ve yıpranmış can yelekleri kullanılmayacaktır.

4-Faaliyet esnasında gerek müşterinin gerekse personelin can yeleği giymesi zorunludur. Ayrıca, faaliyette bulunan kişi ya da işletmenin; can ve mal emniyetinin sağlanması amacıyla kıyıda bulundurulmuş motorlu can kurtarma botunda en az gemici yeterliliğinde personel ile yeterli miktarda ilk yardım malzemesi, can yeleği (en az 3 adet), can simidi (1 adet) ve 6 kg.'lık yangın söndürme cihazı bulundurulacaktır.

5-Denizde seyir, can ve mal güvenliğinin sağlanması amacıyla gece şartlarında veya görüşün hava ve deniz şartları nedeniyle kısıtlı olduğu zamanlarda, su üstü sporuyla ilgili faaliyetler yapılmayacaktır. Valilik tarafından belirlenen parkurlar dışında paraşüt çekilmeyecektir.

6-Valilikçe belirlenen parkur alanlarında en fazla 2 jet-ski, faaliyette bulunacaktır. Jet-skiler kıyıda kontrol mekanizması ile durdurulabilmek amacıyla bir aparatla donatılacaktır.

7-Jet-skiler, 18 yaşından küçük ve alkollü kişilere kullandırılmayacaktır. Can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü tutum ve davranışlarda bulunulmaması yönünde hazırlanacak değişik dillerdeki formlar, müşteriye okutturularak imzalatılacaktır.

8-Banana ve paraşüt çeken sürat motorlarında bu aracı kullanmaya yetkili kişi dışında bir yardımcı eleman bulundurulacaktır. Jet-ski ile sportif faaliyet amacıyla paraşüt vb. gibi herhangi bir araç çekilmeyecektir.

9-Su sporlarında kullanılan jet-skilerin liman kaydı yaptırılacak ve liman kaydı olmayan jet-skiler kullanılmayacaktır.

10-Trapezler en çok iki yıl kullanılacaktır. Kesinlikle tamir ve tadilat yapılmayacaktır. Her parasailing teknesinde en az 4 adet trapez olacaktır. Halatlar en çok bir yıl kullanılacaktır. Kopma direnci 1500 kg.'dan daha küçük olan halatlar kullanılmayacaktır. Kesinlikle ekleme yapılmayacak, yıpranmış halat kullanılmayacaktır. Üretici/satıcıdan faturanın yanında kopma direncini ve malzeme özelliklerini belirten bir sertifika/garanti belgesi temin edilecektir. Paraşüt tamiratları ancak deneyimli firmalara yaptırılacak ve tamirle ilgili güvenlik sertifikası alınacaktır. Paraşüt vinçlerinde otomatik, sıralı, sarma düzeneği bulunacaktır. Paraşüt faaliyeti 30 km/saat'den daha kuvvetli rüzgarda yapılmayacaktır. Paraşüt ile aynı anda en çok iki kişi uçurulacak ve uçanların toplam ağırlığı 160 kg.'ı

geçmeyecektir. Paraşüt üreticisi firmanın koyduğu limitler de ayrıca göz önünde bulundurulacaktır.

11-Paraşüt teknesinde tanbura sarılacak paraşüt halatı azami 200 m., salınan halat ise 150 m. olacak ve yüzeysel aşınmaya uğramış halatlar kullanılmayacaktır. Kıyıda paraşüt kaldırılmayacak, kıyıya paraşütle müşteri indirilmeyecek ve kıyı bandı üzerinde paraşüt uçurulmayacaktır

12-Su üstü sporları ile ilgili faaliyetlerde kullanılan deniz araçları giriş çıkış koridorunda 3 milden fazla sürat yapılmaması ve faaliyetler esnasında uluslararası denizde çatışmayı önleme tüzüğü hükümlerine uygun hareket edilmesi gerekmektedir.

14-Münferit olarak sportif faaliyet alanlarından yararlanmak isteyen kişiler, gerekli ehliyet sahibi olmaları halinde bu yönetmeliğin şartları dışında ancak faaliyetin genel güvenlik kurallarına uygun olarak hareket edeceklerdir.

15-Coğrafi konum itibarıyla hakim rüzgar yönüne göre yapılan windsurf ve kitesurf sporlarının yapıldığı plajlarda rüzgar 6 knottan fazla estiğinde “bu plajda denize girmek can güvenliği açısından tehlikelidir” levhalarının 3 dilde hazırlanarak şamandıraların sağına ve soluna yerleştirilmesi, ve rüzgar hızını gösteren dijital platformun surf merkezleri tarafından plaja herkesin görebileceği şekilde yerleştirilmesi zorunludur.

16-Kitesurf ve windsurf eğitim çalışmaları İlçe Kurulunca belirlenen eğitim alanında yapılacaktır. Halkın kullanımına açık plajlarda veya şamandıralarla belirlenmiş yüzme alanlarına girilmeyecektir.

17-Kitesurf, windsurf ve yelken sporu yapılan alanlarda, parasailing, su kayağı, jet-ski kullanılması can güvenliği açısından tehlikeli ve yasaktır. Bu sporların yapıldığı alanlar ayrı ayrı parkur alanı olarak kullanılacaktır. Kesinlikle aynı parkurlar kullanılmayacaktır.

18-Koylarda demirleyen günübirlik deniz turizmi yapan gezi teknelerine su üstü sportif faaliyeti hizmeti verilmeyecek, can güvenliğini tehlikeye atacak şekilde jet-skilerle teknelere yanaşılmayacak ve yolcu alınmayacaktır.

19-Su üstü, sualtı ve karada yapılacak sportif faaliyetler için başvurular Mayıs 2014 itibarıyla tamamlanmış olacak bu tarihten sonraki başvurular kabul edilmeyecektir.

23 maddesi genel esaslar, 14 maddesi su altı, 19 maddesi su üstü ve 3 maddesi kara olmak üzere toplam 56 maddeden oluşan Uygulama Talimatının; 2014 yılı içerisinde İzmir ili ve ilçelerinde yapılacak turizm amaçlı sportif faaliyetlerde uygulanması için İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün teklif yazısıyla Valilik “olur”u alınmakta ve yıl boyunca uygulanmaktadır.

Söz konusu talimatlarda, Turizm Amaçlı Kara Sporlarına yönelik bölüm de yer almakta olup, çalışmamız su sporlarına yönelik olduğundan burada yer verilmemiştir.

SONUÇ

Sonuç olarak, bir kamusal hizmetin sunumunda amaç insana hizmettir. Gerek turizm, gerekse spor alanında dikkate alınması gereken unsur da insandır. Buradan yola çıkarak Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Uygulama Talimatını oluşturmamızın sebebi, denizlerin kamu kullanımına yönelik olması ve su sporları yapılan deniz alanlarının deniz-kum-güneş turizminden yararlanan insanların can güvenliğini sağlamak, sağlığını korumaktır. Aynı zamanda denizlerimizi su sporu yapacak olanların ortak kullanımına sunmak, bunu yaparken de paralel zamanlarda denizden yararlananların birbirlerini olumsuz yönde etkilememeleri, çevreye ve insan sağlığına verilecek olası zararların önüne geçilmesi hedeflenmiştir.

Federasyon sporlarının ulusal kurallara uygun olarak yapılması ve koruyarak kullanım ilkesi doğrultusunda izin verilen doğal alanlarda faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ile turizm amaçlı sportif faaliyetlerin yapıldığı alanların korunarak gelecek nesillere aktarımı sağlanacaktır. Çalışmamızda su sporlarının turizm faaliyeti olarak uygulanması sırasında, turizm amaçlı sportif faaliyette bulunacak olan spor tesislerinde ve su altı ve su üstü spor faaliyetinde bulunan turizm işletmelerinde aranacak niteliklerin belirlenmesi, faaliyetin güvenli biçimde sürdürülebilmesi için önlemler alınması ve denetimin sağlanması amaçlanmıştır.

Deniz turizmi kapsamında ele aldığımız ve ilimizin önemli bir turizm çeşidi olarak çekicilik yaratabilecek olan, turizm amaçlı su altı ve su üstü sporlarının tercih edilebilmesi ve geniş kitlelerce yapılması, uygulamaların belli kurallar doğrultusunda gerçekleştirilmesi ve ihtiyaçlara cevap verebilecek belli standartlara uygun olarak yapılmış spor tesislerinin varlığı ile mümkün olacaktır. Su sporlarına yönelik altyapı ve üstyapının yeterli düzeyde olması, sunulan hizmetin kalitesi, yeterli kalifiye hizmet elemanı, gerekli donanımın sağlanması uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmamızda tercih sebebi olacaktır. Sunulacak hizmetlerin ve faaliyetlerin yasal bir zemine oturtulmasıyla ülke çıkarları açısından işletmelerin kazançlarının kontrol altına alınması ve yasa dışı faaliyetlerin önlenerek, kaçak işletmecilik faaliyetlerine son verilmesi sağlanacaktır. Örneğin; su sporları için eğitmenlerce verilen kurslarda alınan ücretlerin

vergileştirilmesi uygulama talimatlarının yürürlüğe konması ile sağlanmıştır.

Uygulama talimatlarında zorunlu kılınan işyeri açma ve çalışma ruhsatı alınması, ayrıca çalışanların sigortalanması işlemleri firma kazançlarının vergileştirilmesini getirmektedir. Dolayısıyla haksız rekabetin ortadan kaldırılması ve hizmet kalitesinin yükseltilmesini sağlayacaktır. Çalışmamızın genelde kamusal yönetimlere, sektörde faaliyet gösterenlere, özelde su sporları literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca benzer çalışmaların turizm amaçlı diğer tüm spor türleri için de yapılması faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Bezircan, A.E. (2000). *Yat Marinaları Yatırımları. Piri Reis'in Rotasında 25. Yıl Sempozyumu*, Yayımlanmamış Bildiriler Kitabı, Dokuz Eylül Üniversitesi Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü, İzmir.

Dere, K.G., (2010). *İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı A.B.D., İzmir.

Erkal, M., (1982). *Sosyolojik Açıdan Spor*, Filiz Kitabevi, İstanbul.

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2013). *Brifing Dosyası*, İzmir.

Morpa Spor Ansiklopedisi, (1997), Cilt 4, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul.

Sönmez, U., (2006). *Rüzgar Sörfünün Yayılması Açısından Sörf Tüketicisinin Profilinin Belirlenmesi ve Sörf Okullarının Önemi*, Diploma Tezi, İzmir

Türkiye Yelken Federasyonu, *02.01.2013 tarihli ve Özel Yelken Eğitimi ve Spor Tesisleri Talimatnamesi*

<http://www.sporbilim.com>, (Erişim Tarihi: 08.01.2014)

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, *3621 sayılı Kıyı Kanunu*, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G. Tarihi: 04.04.1990, (Erişim Tarihi: 25.12.2013)

Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler*,
<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr> Erişim Tarihi: 25.12.2013

Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Deniz Turizmi Yönetmeliği*,
<http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G. Tarihi: 24.07.2009,
Erişim Tarihi: 06.01.2014

Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama
Tebliği*, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G.
Tarihi: 28.04.2010, Erişim Tarihi: 06.01.2014

Gençlik Hizmetleri ve Spor Bakanlığı, *Özel Beden Eğitimi ve Spor
Tesisleri Yönetmeliği*, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G.
Tarihi: 15.10.1999, Erişim Tarihi: 08.01.2014

Türkiye Yelken Federasyonu, *04.04.2011 tarih ve 126/2 No.lu Yelken
Öğretici/Eğitmen Talimatı*, <http://www.tyf.org.tr> Erişim
Tarihi: 08.01.2014

TURİZM AMAÇLI SU ALTI VE SU ÜSTÜ SPORTİF FAALİYETLER: BUGÜNÜ VE GELECEĞİ

Murat ÖZBEK¹

ÖZET

Geçmişten bugüne deniz, kum, güneş üçlüsüne bağlı, klasik kitle turizmi ile ön plana çıkan Antalya su sporları işletmeleri için merkez niteliği kazanmıştır. Günümüzde ise alternatif turizm çeşitleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Dalış turizm, yelken turizmi, sörf turizmi buna örneklerdir. Geçmişte turizm amaçlı seyahat için destinasyon seçildikten sonra sportif olanaklar araştırılırken artık sportif olanaklara göre turizm destinasyonu seçilmektedir. Buna en iyi örnek Alaçatı'dır. Alaçatı, rüzgar sörfü ile popülerliğini kazanmaya başlayarak günümüzde önemli bir turizm destinasyonu niteliğini kazanmıştır.

Çalışma konusu su sporları, ekipman kullanımının zorunlu olduğu spor alternatifleri olarak belirlenmiştir. Bundan dolayı farklı su sporlarının geliştirilmesi ekipman teknolojilerinin gelişmesi ile doğru orantılıdır. Geçmişte yelkenli tekne ve sandal gezileri ile başlayan su sporları gelecekte çok farklı sporlar olarak ortaya çıkacaktır.

Literatürde su sporları ile ilgili az sayıda araştırma bulunmaktadır. Çalışma "Su sporlarının bugününü inceleyerek gelecekte ortaya çıkabilecek alternatifler nelerdir?" sorusunu sormaktadır. Bu çalışmanın amacı literatür taraması yöntemiyle su sporlarının sorunlarını tartışarak su sporlarının gelecekteki görünümünün araştırılmasıdır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Deniz Turizmi, Su Sporları

1.GİRİŞ

Turizm gelirleri ülkelerin ekonomik gelişme düzeyleri üzerinde önemli bir paya sahiptir. Bundan dolayı turizm en önemli sektörlerden biridir. Geçmişte konaklama ağırlıklı klasik turizm anlayışı hakim iken günümüzde alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. İnsanlar özel ilgilerine göre turizm faaliyetlerinde bulunmak istemeye başlamışlardır. Deniz turizmi, denizle ilgili faaliyetlerde bulunmak isteyenlerin katıldığı turizm çeşitlerinden biridir. Ülkemizde alternatif turizm dalı olarak ortaya çıkan deniz turizmi gelirleri, toplam turizm gelirlerinin yaklaşık %20'sini oluşturmaktadır.

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, Deniz Turizmi Programı, İzmir, murat.ozbek@ogr.deu.edu.tr

(İMEAK Deniz Ticaret Odası, Deniz Sektörü Raporu, 2012: s.195) Son yıllarda; deniz turizmi; kum-deniz-güneş üçlemesinden çok yat, kurvaziyer gemiler, günübirlik tur tekneleri ve turizm amaçlı su sporları ekseninde gelişmeye başlamıştır.

Su sporları denizde, göllerde, göletlerde, nehirlerde, kanallarda ve havuzlarda yapılan sportif faaliyetleri kapsamaktadır. (Paker, 2013, s.434) Tüm bunların ortak noktası belli bir hacime sahip su kütesidir. Su özel moleküler yapısından dolayı akışkanlık özelliğine sahiptir. Bu özellik nedeniyle sadece su üstü ve su altında mümkün olabilen su sporları faaliyetleri yapılmaktadır. Suda yüzme, atlama ve serbest dalma gibi herhangi bir araca ihtiyaç olmadan yapılabilen sporlar olduğu gibi rüzgar sörfü, su kayağı ve jet ski gibi bir araca bağlı yapılanlar veya su altında uzun süre kalabilmek için su altında nefes almayı sağlayan ekipmanlara bağlı olarak yapılan su sporları da bulunmaktadır. Çalışmada bahsi geçen en önemli aktivitelerinden biri olan rüzgâr sörfü her ne kadar asıl olarak denizde yapılan bir faaliyet olsa da gölde, gölette, kanallarda hatta rüzgâr sağlayan pervanelerle donatılmış özel havuzlarda bile yapılabilmektedir. Konumuz olan turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler ise gezi, spor ve eğlence amaçlı olarak su altı ve su üstünde gerekli ekipmana sahip deniz turizmi araçları ile denizde gerçekleştirilen aktivitelerdir.

Su sporları dalış turizmi ile başlayıp su üstü sporlarının katılımıyla önemli bir turizm dalı haline gelmiştir. Su sporları işletmeleri sermaye, emek ve bilgi yoğun birer işletmelerdir ve 1990'lar sonrası gelişen bu meslek ciddi bir sektör haline gelmiştir. Ülkemizde özellikle otel ve tatil köyleri önünde işletilen su sporları işletmelerinin sayısı yaklaşık olarak 700 adete ulaşmıştır. Yıl içinde gerçekleştirilen su sporları aktiviteleri ile yaklaşık 150 milyon dolar gelir elde edildiği tahmin edilmektedir. (İMEAK Deniz Ticaret Odası, Deniz Sektörü Raporu, 2012: s.206) Su sporları faaliyetleri, su sporları işletmelerinin tüm çalışanlarını, su sporları endüstrisinin paydaşları olan su sporları malzemesi ithalatçıları, üreticilerini ve bayilerini, turizm acentelerini, otel işletmelerini, taşımacılık şirketlerini etkileyen ekonomik faaliyettir.

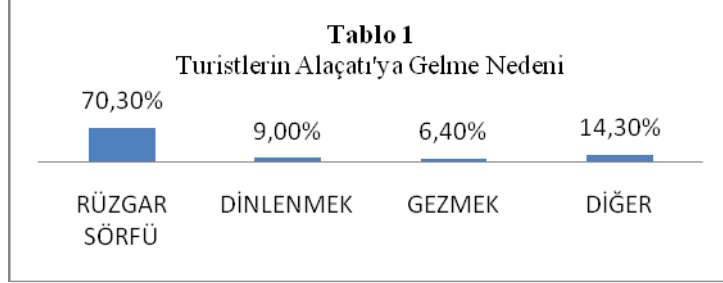
Antalya ilinde su sporları alanında faaliyet gösteren 122 işletmenin profillerini belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada, işletmelerin %64.8'i sahilde su sporları, %15.6'sı dalış, %9.8'i ise günübirlik tur ve rafting hizmeti üreten işletmelerden oluştuğu saptanmıştır. En yüksek ortalama yatırım maliyeti 420.577 TL ile sahilde su sporları hizmeti üreten işletmelerde iken, en düşük ortalama

yatırım maliyetine 175.000 TL ile g n birlilik turlar düzenleyen işletmeler sahiptir. İŞletmelerin %63,2'si 11 yıl ve üzeri bir süredir su sporları alanında faaliyet göstermekte olup %60.6'sı otel sahillerinde, %25.4'  ise kamu alanlarında kiracıdır. Otel işletmelerinin kendi bünyesinde faaliyet gösteren su sporları işletmesi oranı ise %4.2'dir. (Turgut ve Ardahan, 2013: s.8)

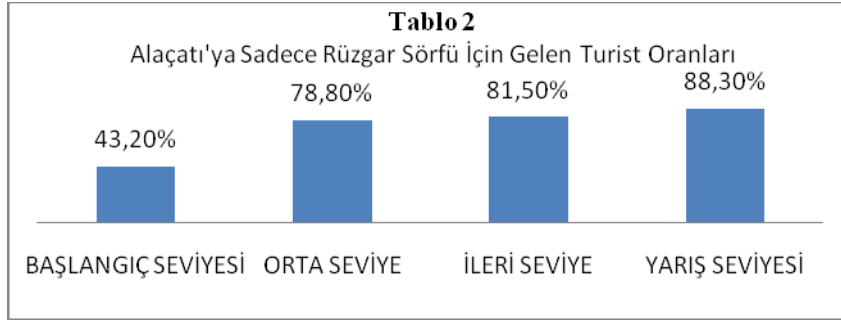
Kitle turizminin raĒbet g rd Ēu ülkemizde turistlere deniz unsurlu etkinlikler sunulmaktadır. Dalış, yelken, katamaran, rüzgar sörfü, uçurtma sörfü, su kayaĒı, wakeboard, kano ve deniz bisikleti bunlardan bazılarıdır. Verilecek eĒitimin az olması ve alt yapısının daha az maliyetli olması nedeniyle ülkemizde motorlu su sporları ön plana çıkmıştır. Birçok gelişmiş ülke ise kaliteli müşteri çekebilmek amacıyla alternatif su sporları dallarını turizm ürünü olarak sunmaktadır. Son yıllarda deĒiŐen alışkanlıklar sonucunda ekstrem sporlar önemli bir turizm potansiyeli oluŐurmaktadır. (Demirkan, 2006, s.32)

Alaçatı, su sporları ile marka olan nadir beldelerden biridir. Alaçatı'nın bilinen bir destinasyon olmasında diĒer önemli çabaların yanında bir rüzgar sörfü merkezinin olması büyük katkı saĒlamıŐtır. Devamlı esen rüzgârı, dalgasız denizi ve sıĒ suları ile rüzgar sörfü sporunun yapılması bakımından oldukça uygun coĒrafı özelliklere sahip olan Alaçatı, dünya genelinde rüzgar s rf c lerinin dikkatini çekmektedir. (Dere, 2010, s.43) Alaçatı, rüzgâr sörfü sayesinde binlerce yerli ve yabancı turiste ev sahipliĒi yaparken; Alaçatı'da düzenlenen Türkiye, Avrupa ve Dünya rüzgâr sörfü Őampiyonaları zamanlarında gerek yarışlara katılan sporcular gerekse de yarışları izlemeye gelen seyirciler açısından ekstra bir turizm hareketliliĒi görülmektedir.

Alaçatı'da rüzgâr sörfü tüketicisinin profilinin belirlenmesine yönelik yapılan, örneklem gurubunu 104 başlangıç, 118 orta, 92 ileri ve 43 yarıŐmacı düzeylerinde s rf yapabilen 282 yerli, 75 yabancı toplam 357 rüzgar sörfü tüketicisinin oluŐturduĒu, bir çalışmada araştırmaya katılan rüzgar sörfü tüketicilerinin %70,3'ünün sadece rüzgar sörfü için Alaçatı'ya geldikleri , %9'u dinlenmek, %6,4'  gezmek; 14,3'  ise diĒer nedenlerden dolayı geldikleri görülmüştür. (Sönmez, 2006: s.52)



Başlangıç seviyesindeki katılımcıların %43,2'si orta düzeydeki katılımcıların %78,8'i, ileri düzeydeki katılımcıların %81,5'i ve yarışmacıların % 88,3'ü Alaçatı'ya sadece rüzgâr sörfü için geldiklerini belirtmişlerdir. Sonuç olarak, katılımcıların büyük çoğunluğunun Alaçatı'ya sadece rüzgâr sörfü için geldikleri, bir hafta ve daha az süreyle kaldıkları görülmüştür (Sönmez, 2006: s.52). Bu rakamlar bir sportif faaliyetin turizm üzerinde ne kadar önemli bir etki sağlayabileceğinin ispatıdır.



Çalışmada önce günümüzde var olan su sporları ve gelecekte var olabilecek su sporları açıklanacak, ikinci olarak İzmir'de su sporları faaliyetleri incelenecek, üçüncü olarak su sporları sektöründe karşılaşılan sorunlar araştırılacak ve son olarak çözüm yolları tartışılacaktır.

2.SU SPORLARI TÜRLERİ

Su sporları çok geniş yelpazede aktiviteleri kapsamaktadır. Bu kapsama giren sporların ortak özelliği yapılabilmesi için bir su kütlesine ihtiyaç duyulması ve ancak bir araç veya ekipman yardımıyla yapılmasıdır. Bu ekipmanlar genellikle yurtdışında geliştirilmekte ve üretilmektedir. Bundan dolayı araçların isimleri İngilizce olmakta ve birçoğunun dilimizde karşılıkları bulunmamaktadır.

2.1.Rüzgar Sörfü (Windsurf)

Direk ve bumba yardımıyla gerilen yelkenin, direk dibinde bulunan hareketli bir mafsal aracılığı ile tahtaya bağlanmasıyla oluşan yelkenli tipidir. Rüzgâr sörflerinde dümen bulunmamaktadır. Direk rüzgârın geldiği yöne doğru yatırıldığında tahta rüzgârın gittiği yöne doğru dönerken tersi direk, rüzgârın gittiği yöne doğru yatırıldığında tahta rüzgârın geldiği yöne doğru yönlendirilmektedir. Bu şekilde tahta rüzgâr yardımıyla her yöne gidebilmektedir. Rüzgâr sörfü yelkenleri rüzgâr şartlarına göre farklı ebatlarda kullanılırken tahtalar da deniz durumuna göre farklı hacimlerde dir. Rüzgâr sörfüne yeni başlayanlar küçük ebatlı yelken, büyük hacimli tahta kullanırken seviye ilerledikçe daha hızlanmak amacıyla yelken ebadı büyümekte tahtanın hacmi düşürülmektedir.

2.2.Dalga Sörfü (Wavesurf)

Dalgaların kıyıya yakın yerlerde kırılmasıyla mümkün olan dalga sörfü, uygun bir dalga yakalayan sörfçünün bir tahta ile dalga üzerinde kayıp gitmesiyle yapılmaktadır.

2.3.Skimboarding

Skim kayar gibi gitmek anlamındadır. Board ise düz tahtalara verilen genel bir isimdir. Kıyıda tahta üzerine atlayarak tahtanın su üzerinde kayması sağlanır ve uygun bir dalga ile dalga sörfü şeklinde kullanılır (skimonline.com, 2014).

2.4.Uçurtma Sörfü (Kitesurf)

Özel dizayn edilmiş bir uçurtmanın ipler yardımıyla kontrol edilmesine dayanan, su üzerinde bir tahta üstünde kayıp gitmek, dalgalar üzerinden zıplamak gibi işlevleri olan bir spordur. Uçurtma sayesinde sporcular daha uzun süre uçuş deneyimine sahip olmaktadır.

2.5.Uçurtma Kanat (Kitewing)

Delta şeklindeki bir kanadın bumba yardımıyla kontrol edilmesine dayanan bir spordur. Uçurtma sörfü ile rüzgâr sörfünün bir kombinasyonu şeklindedir. Rüzgâr yardımıyla tahta üzerinde su üstünde kayıp gidilmektedir (www.kitewing.com, 2014).

2.6.Sup

İngilizce açılımı “Stand Up Paddle” olup ayakta kürek çekmek anlamındadır. Sakin denizlerde bir tahta üzerinde ayakta durularak ve kürek çekilerek ilerlemektedir. Dalgalı denizlerde kürek yardımıyla yönlendirilerek dalga sörfü gibi de kullanılmaktadır.

2.7.Yelken

Dümen yardımıyla yönlendirilen bir teknenin yelken kullanılarak rüzgar yardımıyla seyir etmesine dayanan bir aktivitedir. Tek gövdeli tekneler dingi olarak isimlendirilmektedir. Çocukların yelken öğrenmesinde ve yarışmasında kullanılan optimist, daha ileri seviyelerde kullanılan lazer tipi tekneler en bilinenleridir. Bunların dışında salmaları hareketli olan veya yatlar gibi altında ağırlık bulunan sabit salmalı bir çok çeşitte tekne modelleri de bulunmaktadır. Tek gövdeli tekneler dışında iki gövdeye sahip katamaranlar ve üç gövdeye sahip trimaranlar çok gövdeli yelkenli tipleridir. Çok gövdeli teknelerde yelken teorisi aynı olmakla birlikte teknenin reaksiyonları farklı olduğu için yelken tekniği bazı noktalarda farklılık gösterebilmektedir.

2.8.Parasailing

Bir sürat teknesine halat ile bağlı paraşüt ile gerçekleştirilen aktivitedir. Teknenin hareketi ile havalanan paraşüt ile havada asılı kalınarak, uçma deneyimi yaşanmaktadır.

2.9.Su Kayağı ve Mono Su Kayağı

Dalgasız bir su yüzeyi, bir veya iki kayak, sürat teknesi, halat ve can yeleği gereklidir. Su kayağı bir sürat teknesinin, arkasına halat bağlanarak, ayaklarında kayaklar olan sporcu su üzerinde çektiği bir spordur. İki ayak da bir tek kayak üzerinde bulunuyorsa mono kayak adını alır.

2.10.Wakeboard

Wakeboard su kayağı, snowboard ve sörf tekniklerinin birleşmesi ile gelişmiştir. Wake bir deniz taşıtının hareket halindeyken arkasında yarattığı dalgalı ve köpüklü su izi demektir. Board ise sporcunun üzerinde durduğu ve su üzerinde kayan tahta anlamındadır. Wakeboard bir sürat teknesinin, arkasına halat bağlanarak, ayaklarında board olan sporcu su üzerinde çektiği bir spordur.

2.11.Wakeskate

Wakeboard gibi aynı özelliklere sahiptir. Farklı olarak wakeboard'da snowboard gibi bağlamalar kullanılırken wakeskate yaparken kay kay gibi doğrudan tahtaya bağlanmayıp üzerinde hareket edilebilmektedir.

2.12.Kneeboard

Knee diz çökmek, board daha önce değinildiği gibi su üstünde kayan tahta anlamındadır. Su kayağı ve wakeboard gibi bir sürat teknesi tarafından halat yardımıyla çekilerek yapılır. Diğerlerinden farkı tahta üzerine diz çökerek oturulur.

2.13.Hidrofil Su Kayağı

Su kayağı gövdesinin sudan bir miktar ayrılması için geliştirilmiş kanat teknolojisinin su kayağına uygulanması ile geliştirilen ve su üzerinde bir sürat teknesi ile çekilen araçtır (www.nextfoils.com, 2014).

2.14. Skurfing

Küçük bir dalga sörfü tahtasının bir sürat teknesinin arkasında çekilmesi ile yapılan spordur.

2.15.Wakesurfing

Sürat teknesinin yarattığı dalga üzerinde, dalga sörfü yapılan spor türüdür (brigadewakesurfing.com, 2014).

2.16. Kablolu Su Kayağı ve Wakeboard

Bir sürat teknesi yerine elektrikli telesiyej sistemin çektiği sistemdir. Daha uygun maliyetlerle daha fazla sporcu aynı anda aktivitede bulunabilmektedir. Genelde göl ve göletlerde sistem kurulsa da Samsun'da deniz üzerinde kablolu sistem faaliyet göstermektedir (www.samsunsukay.com, 2014).

2.17.Tekne Kiralama

Sürat teknelerinin belli bir süre ile kiralanması ile yapılan aktivitelerdir

2.18. Amfibi Arabalar

Karada bir araba gibi denizde ise sürat teknesi gibi kullanılabilen araçlardır (www.watercar.com, 2014).

2.19. Jet-ski Kiralama

Su jeti itiş sistemi ile çalışan jet-skilerin belli sürelerde kiralanmasıdır. Günümüzde su sporları aktiviteleri arasında en popüler olanlardan biridir.

2.20. Hovercraft

Teknenin altında bulunan hava yastıkları sayesinde hem denizde hem de karada yol alabilen araçlardır (www.hovercraft.com, 2014).

2.21. Amfibi Atv

Karada dört tekerliği ile bir atv gibi kullanılan denizde ise tekerlikler kaldırılarak su jeti itiş sistemi ile çalışan bir jet-ski gibi kullanılan araçlardır (www.gibbsports.com, 2014).

2.22. Seabreacher

Köpekbalığı, yunus ve katil balina gibi balıkların vücut yapılarından esinlenerek inşa edilen araçlar su jeti ile hareket etmektedirler. Su üzerinde olduğu gibi belli sürelerde su altında da hareket kabiliyetleri vardır (seabreacher.com, 2014).

2.23. Flyboard

Jetski türbinine bağlanan bir hortum ile aktarılan jet etkisi ile havalanabilmekte, su altında ve üstünde ilerlenebilmektedir. Ayakların altında bulunan su jeti ilerlemeyi ve havalanmayı sağlarken; kollarda bulunan su jetleri ile yönlendirilmektedir (www.zapata-racing.com, 2014).

2.24. Kano

Şişirebilen malzemelerden yapılan veya polyester ve plastik gibi materyallerden üretilen; kürekle yürütülen en yaygın su üzeri araçlarından biridir. Su sporlarında da sıklıkla kullanılmaktadır.

2.25. Deniz Bisikleti

Pedalların çevrilmesiyle ilerleyebilen ve dümen yardımıyla yönlendirilebilen en yaygın su sporları araçlarından biridir. Polyester veya plastik materyallerden yapıp iki veya dört kişilik kapasiteye sahiptirler.

2.26. Shuttle Bike

Standart bir bisikleti yüzdürecek şekilde iki parçadan oluşan yüzdürücü tüplerin alüminyum profiller ile birleştirilmesi ile oluşturulan araçtır. Bisikletin pedalları çevrildikçe aracın pervanesi hareket etmekte ve bisikletin direksiyonu ile araç yönlendirilmektedir (www.shuttlebike.it, 2014).

2.27. Su Kuşu (Waterbird)

Zıplama hareketi ile suyun itirme gücünü kullanarak ilerlemeyi sağlamaktadır. (www.aquaskipperuk.com, 2014).

2.28. Şişme Aktiviteler

Şişirebilir materyallerden yapılan ve bağlı bir halat ile sürat teknesi tarafından çekilen eğlenceye yönelik aktivitelerdir. En çok bilineni banana olmak üzere hamburger, mable, flyer ve flying fish gibi çok çeşitli formlarda olan türleri mevcuttur.

2.29. Şişirebilir Su Kaydıracağı ve Havuzlar

Yatlar için dizayn edilmiş şişirebilir materyallerden yapılan su kaydırakları ve deniz üstünde yer alan havuzlardır. Bunların dışında wakeboard için zıplama amaçlı rampalar da mevcuttur (freestylecruiser.com, 2014).

2.30. The Waterblob

Şişirilebilir bir yastık üzerine atlayarak yastığın diğer tarafındaki kişiyi havaya zıplatarak, onun suya dalmasına dayanan bir aktivitedir (www.thewaterblob.com, 2014).

2.31. Donanımlı Dalış (Scuba)

Sıkıştırılmış hava ve gaz karışımlarını bir tüp içerisinde muhafaza ederek, su altında da nefes alınabilmesini sağlayan düzeneklerin kullanıldığı dalış türüdür. Bu sayede suyun altında daha

uzun süreler kalabilirken hareket serbestliği olması en büyük avantajdır. Güvenlik kurallarına sıkı bir şekilde uyulduğu takdirde su altını güvenle keşfetme olanağını insanlara sunmaktadır. Su sporlarında yaygın olarak kullanılmaktadır.

2.32.SUB (Scenic Underwater Bubbles)

İnsan başını bir fanus içine alan moped benzeri taşıta dalış tüplerinin bağlanmasıyla su altında nefes alma imkânı sağlayan araçtır. Herhangi bir eğitim ve tecrübe gerektirmemektedir (<http://www.stuartcove.com>, 2014).

2.33.Deepflight Super Falcon

Rekreasyonel amaçlarla için kullanılan, iki kişilik denizaltıdır (www.deepflight.com, 2014).

2.34.Seabob

Su altında ve su üstünde ilerlemeyi sağlayan jet itiş sistemi ile çalışan araçtır (www.seabob.com, 2014).

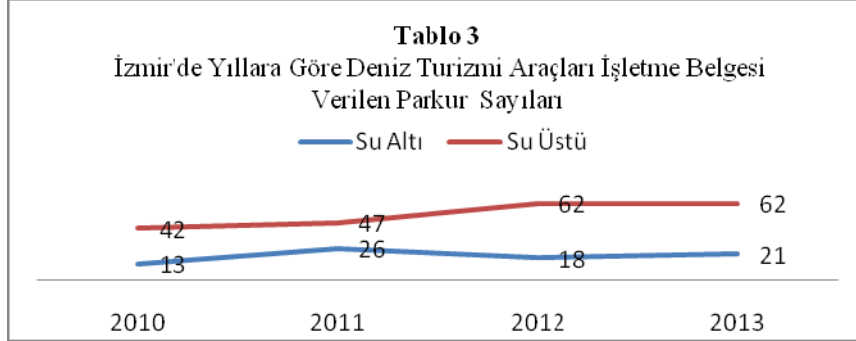
2.35.Snuba

Hava tüplerinin su üstünde yüzer bir platform üzerinde bırakarak hortum yardımıyla su altında nefes almayı sağlayan araçtır (<http://www.snuba.com>, 2014).

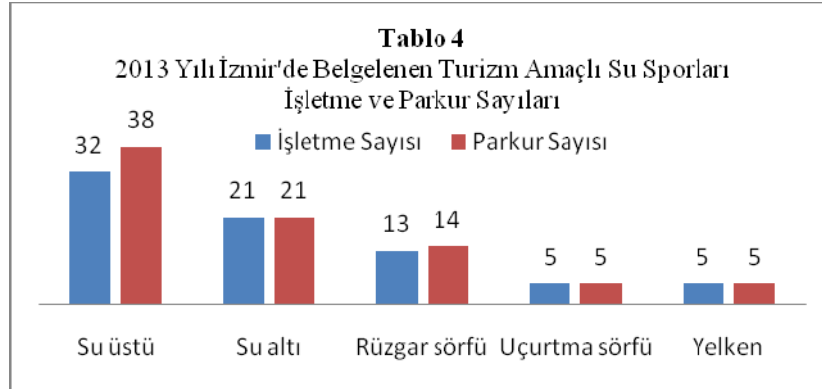
3.İZMİR'DE SU SPORLARI FAALİYETLERİ

2013 yılında İzmir il sınırları içerisinde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi verilmiş toplam 63 firma su sporları işletmesi olarak faaliyet göstermiştir. Bazı işletmeler birden fazla parkurda faaliyette iken bazı işletmeler birden fazla su sporları türünde iş yapmaktadır.

İzmir'de 2010 yılında 13 dalış parkuru 42 su üstü parkuru varken, 2011 yılında dalış parkuru sayısı 26'ya su üstü parkuru 47'ye yükselmiş, 2012 yılında dalış parkuru sayısı 18'e düşerken su üstü parkuru sayısı 62'ye ulaşmış, 2013 yılında dalış parkuru 21 olurken su üstü parkuru yine 62 olmuştur. (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013)

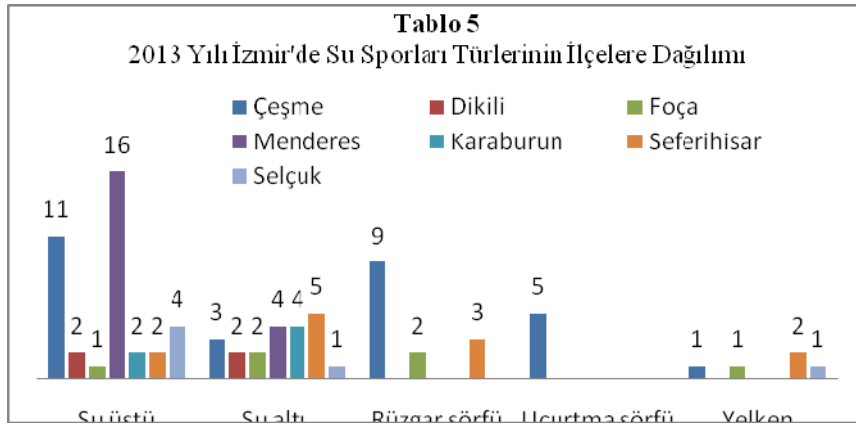


Su sporları eğlence amaçlı su üstü faaliyetleri, su altı dalış faaliyetleri, rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü ve yelken aktiviteleri olarak beş ayrı grupta kategorize edilmektedir. İzmir'de eğlence amaçlı su üstü faaliyetinde 32 işletme 38 ayrı parkurda, su altı dalış alanında 21 işletme 21 ayrı parkurda, rüzgâr sörfü alanında 13 işletme 14 ayrı parkurda, uçurtma sörfü alanında 5 işletme 5 ayrı parkurda, yelken alanında 5 işletme 5 ayrı parkurda faaliyet göstermiştir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013).

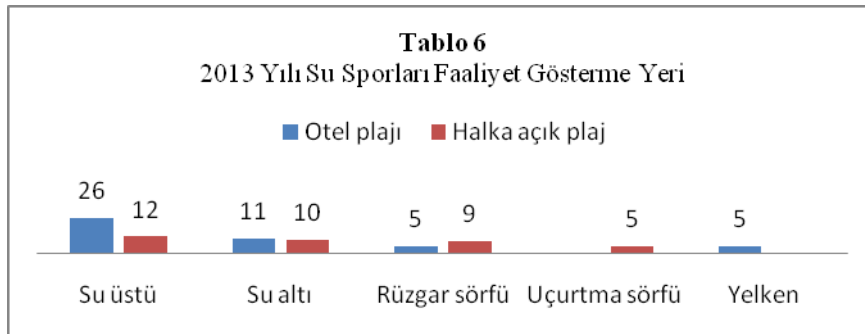


2013 yılında su üstü sporları en fazla 16 ayrı parkur ile Menderes'te yapılmıştır. Bunun nedeni otellerin Menderes kıyı şeridinde toplanmasıdır. Menderes'i 11 parkur ile Çeşme, 4 parkur ile Selçuk, 2'şer parkur ile Seferihisar, Dikili ve Karaburun ve 1 parkur ile Foça ilçeleri takip etmektedir. Su altı dalış faaliyeti, 5 parkur ile en fazla Seferihisar'da, 4'er parkur ile Menderes ve Karaburun'da, 3 parkur ile Çeşme'de, 2'şer parkur ile Dikili ve Foça'da ve 1 parkur ile Selçuk'ta yapılmaktadır. Rüzgâr sörfü faaliyeti 9 parkur ile Çeşme'de, 3 parkur ile Seferihisar'da, 2 parkur ile Foça'dadır. Çeşme'deki rüzgâr sörfü faaliyetinin hepsi Alaçatı'da yapılmaktadır. Uçurtma sörfü faaliyetinin hepsi de 5 ayrı parkur ile Alaçatı'dadır. Yelken faaliyeti 2

parkur ile Seferihisar'da, 1'er parkur ile Çeşme, Foça ve Selçuk'ta görülmektedir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013). Aliğa, Menemen, Karşıyaka, Bayraklı, Konak, Balçova, Narlıdere, Güzelbahçe ve Urla ilçelerinin denize kıyısı olmasına rağmen 2013 yılında turizm amaçlı sportif faaliyetinde bulunulmamıştır.



2013 yılı İzmir deniz turizmi verileri incelendiğinde 26 su üstü sporları işletmesi otellerden kiralanmış yerlerde, 12 işletme halka açık plajlarda, su altı faaliyetinde ise 11 işletme otel içinde iken 10 işletme plajlarda, 5 rüzgar sörfü işletmesi otelde iken 9 rüzgar sörfü işletmesi ve 5 uçurtma sörfü işletmesi Alaçatı'da herkese açık alanda faaliyet göstermektedir. Yelken eğitimi veren işletmeler ise sadece otel içinde faaliyet görmektedirler (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013).



4.SORUNLAR

Su sporlarının gelecekte de yapılabilmesinin en önemli ön koşulu çevre temizliğidir. Hiç kimse pis bir su da spor yapmak istemeyecektir. İzmir kenti aşırı nüfus artışı, altyapı yetersizliği ve hızlı sanayileşmeden kaynaklanan hava, su ve toprak kirliliği ile körfezde deniz kirliliği sorunlarıyla karşı karşıya bulunmaktadır. Düzenlenemeyen bir şehirleşme, kanun ve yönetmeliklerin uygulanmasında karşılaşılan güçlükler ve çevre bilincinin eksiliği nedeniyle çevre kirliliği gittikçe artmaktadır (<http://web.deu.edu.tr/atiksu/ana58/sorun2.html>, 2013). Günümüzde İzmir Körfezi içindeki denizlerde turizm amaçlı su sporları faaliyetlerinin olamamasının en büyük nedenlerinden biri çevre kirliliğidir. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin yürüttüğü "yüzülebilir körfez projesi" tamamlanınca gelecekte körfez içinde de su sporları imkânı olacak diye umut edilmektedir (www.izmir.bel.tr, 2014).

Su sporlarının geliştirilmesine ilişkin olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1997 yılında uygulamaya konulan "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği" günün şartlarında yeterli değildir bundan dolayı daha etkin ve vizyonu olan bir yönetmelik hazırlanmalıdır (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013: s.245).

Deniz Turizmi Araçları İşletmesi Belgesi alan işletme kendine gösterilen alanda çalışmaya başladığı an işyeri olarak Maliye Bakanlığının vergi dairesince adres olarak belgelenir ancak yine aynı bakanlığın mal müdürlüğüne göre işgalcidir ve cezalandırılır. Bunun yanında ilgili belediyeden işyeri açma ve çalışma ruhsatı alınmasında mevzuattaki boşluklar nedeniyle zorluklar çıkmaktadır. Su sporları araçları kendilerine ayrılan kulvarlardan çıkış yapmak zorunda olup, kamunun yararlanmasına açık işletmelerdir. Bundan dolayı buldukları noktalarda yasallaşmaları gereklidir (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013: s.260).

2006 yılında yapılmış "Rüzgâr Sörfünün Yayılması Açısından, Sörf Tüketicisinin Profiline Belirlenmesi ve Sörf Okullarının Önemi" isimli çalışmada Alaçatı'daki rüzgâr sörfü okullarında çalışan eğitmenlerin çoğunluğunun herhangi bir sertifikasının olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca denetimlerin yetersiz olduğu ve bu durumun düzeltilmez ise ülkemiz turizmi ve rüzgâr sörfü sektörü açısından olumsuz sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir (Sönmez, 2006: s.77). 2011 yılına kadar VDWS eğitmen belgeleri ile

veya eğitmen belgesiz rüzgar sörfü eğitimleri verilirken 2011 yılından itibaren TUYEP bünyesinde eğitmen belgeleri verilmeye başlamıştır. TUYEP, Türkiye Yelken Federasyonu'nun Uluslararası Yelken Federasyonları Birliği (ISAF) ile işbirliği yapılarak oluşturulan ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından onaylı Türkiye Ulusal Yelken Eğitim Programı'dır. Bu program yelken alanında öğretici - antrenör farkını getirmektedir. Öğretici turizm amaçlı yelken faaliyetlerinde eğitmen olarak çalışırken antrenör yarış amaçlı spor kulüplerinde eğitmen olarak bulunmaktadır fakat her antrenör aynı zamanda öğretici olarak da eğitimler verebilecektir. Tuyep bünyesinde açılan kurslarla rüzgar sörfü, uçurtma sörfü ve dingi alanlarında eğitmen belgeleri verilmektedir (www.tyf.org.tr/Content/370/tuyep-ilanlari, 2014).

Alaçatı Koyu'nun içindeki yapılaşmalar rüzgârın ve dalganın özelliklerini olumsuz yönde değiştirmekte ve alan olarak sörfçülerin alanını daraltmaktadır. Koy içinde daha geniş alanlara yayılması gereken sörf tesis ve alanları gereken desteği bulamadığından dolayı genişleyememektedir. Alan zaman zaman, yer bakımından yetersiz kalmaktadır. Alaçatı Koyu'nda sörf yapan kişi sayısının hızlı bir şekilde artması sonucu, sörf yapılan alanda tehlikeli olaylar ve durumlar meydana gelmektedir (Dere, 2010, s.44).

Dalış alanlarının belirlenmesine ilişkin olarak, turistik bölgelerdeki popüler dalış alanları süratle belirlenerek koruma altına alınmalı, bu bölgelerde su ürünleri avcılığı yasaklanmalıdır. Ayrıca deniz haritalarına da işlenerek güvenlik sağlanmalıdır (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013: s.260). İzmir'de ise dalış alanları kısıtlıdır. Çeşitli nedenlerle İzmir çevresindeki denizler dalışa yasak alan olarak ilan edilmiştir (dalisayasak.wordpress.com/duyuru/dalisa-yasaklar-sehri-izmir, 2013).

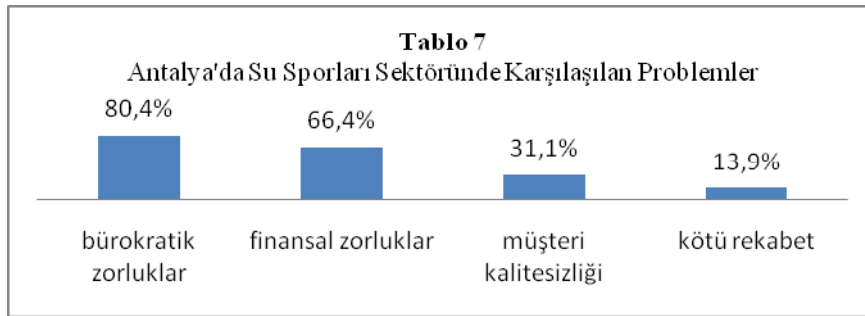


Şekil 1: İzmir'de Dalışa Yasak Alanlar

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından İzmir'de dalış alanlarının genişletilmesi amacıyla Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne yazı yazılmıştır ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından belgelendirilen dalış okullarının, İzmir il sınırları içerisinde dalışa yasak alanlar dışında her yerde dalış yapabilmesi imkanı sağlanmıştır.

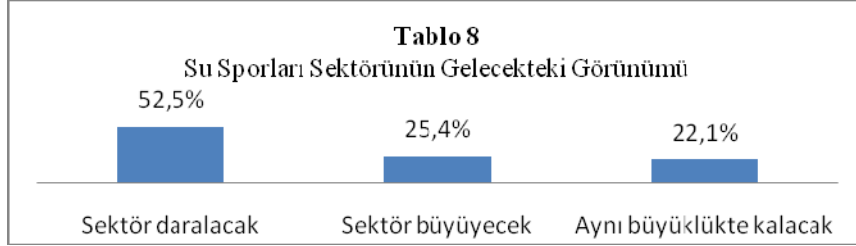
Dünya'da CMAS, PADI ve SSI gibi dalış eğitim sistemleri bulunmaktadır. Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu sadece CMAS sistemini kabul ederken diğer sistemleri göz ardı etmektedir. PADI ve SSI dalışçılarının yabancı uyruklu olanlarının ülkemizde dalmasına müsaade edilmekte fakat Türk olanlarına izin verilmemektedir. PADI ve SSI belgelerine sahip Türklerin dalış yapabilmeleri için federasyondan “Dalıcı İzin Belgesi” adı altında bir belge almak zorunluluğu getirilmiştir. Her yıl 400 e yakın ticari dalış merkezinin her biri yetki belgesi, eğitimlik harcı, rehberlik harcı gibi milyarlarca lira harcın haricinde ayrıca verdiği her sertifika için de federasyona yüklü miktarda ödeme yapmakta, bütün bunlara ilave olarak bir başka sistemin eğitimini verirse de ayrıca dalıcı izin belgesi satın almak zorunda bırakılmaktadır (www.tdmb.biz/kurulusbildirgesi.htm, 2014).

Antalya ilinde su sporları alanında faaliyet gösteren 122 işletmenin karşılaştıkları problemleri ortaya koyan bir çalışmada, işletmelerin %87,7'si kuruluş ve işletme faaliyetleri esnasında çeşitli zorluklar ile karşılaştıklarını belirtirken işletmelerin %80,4'ü bürokratik, %66,4'si finansal, %31,1'i müşteri kalitesizliği, %13,9'u ise kötü rekabetin varlığı gibi zorluklar ve olumsuzluklar yaşadıklarını belirtmişlerdir (Turgut ve Ardahan, 2013: s.10).



Aynı çalışmada katılımcıların %52,5'i gelecekte su sporları sektörünün daralacağını tahmin ederlerken, sektörün büyüyeceğini %25,4'ü, sektörün aynı büyüklükte kalacağını ise %22,1'i

beklemektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının su sporları sektörünün gelecekte daralacağı beklentisine sahip oldukları görülmektedir. Bu durum işletmelerde geleceğe yönelik kaygıların bulunduğunu göstermektedir. (Turgut ve Ardahan, 2013: s.10)



6.TARTIŞMA VE SONUÇ

Su sporları sektörünün varlığı, sırf eğlence amaçlı olarak görülmemeli, insanlara deniz sevgisini ve denizcilik bilgisini veren ve deniz kültürünü yaratan bir faaliyet olarak değerlendirilmelidir. Denizci bir millet olmayan Türkiye'nin denizci bir millet olma yolunda adım atacağı alanlardan biri de su üstü ve su altı sportif faaliyetlerdir.

Çevre ve deniz kirliliğinin önlenmesi sadece su sporları açısından değil insanlık için önemsenmesi gereken bir konudur. Deniz kirliliğinin asıl nedeninin, denizden gelen kirleticilerden çok karasal kaynaklı olduğu bilinmektedir. Su sporlarının bir geleceği olabilmesi için çevreyi temiz tutmak amacıyla topyekûn önlemlerin alınması ve var olan çevre planlarının uygulanmasına sadık kalınması gerekmektedir.

Bürokratik zorluklar su sporları işletmelerinin önemli bir problemidir. Bir su sporları işletmesi olarak faaliyet gösterebilmek için Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'ndan, Maliye Bakanlığı'ndan, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'ndan, bağlı bulunan belediyelerden, ilgili federasyonlardan ve faaliyette bulunulan tesisten izin ve evraklar toplanmalıdır. Belgelendirildikten sonra da yukarıda sayılan kurumlar yanında kolluk kuvvetleri olarak denizde Sahil Güvenlik veya Deniz Polisi'nin; karada Polis veya Jandarma'nın denetimine tabi olunmaktadır. Bu farklı kurumların bazen birbirleriyle çatışan farklı mevzuatları olduğu gibi çoğu durumda yürürlükteki mevzuat su sporlarını düzenlemek için yetersiz kalmaktadır. Bu açıdan su sporlarının düzenleyen mevzuat yeniden ele alınmalı, günümüzde

gelişen teknoloji ile ortaya çıkan yeni ve farklı su sporlarını da kapsayacak şekilde geliştirilmelidir.

Denetim yapılmaması su sporları için bahsedilen bir diğer konudur. Sezon başında su sporları işletmeleri tarafından tüm kurallara uyulurken sezon ortasında kurallar esnetilmektedir. Sezon ortasında da sahil güvenlik haricinde denetim olmamaktadır. İlgili kurumların denetim yapamamasındaki en önemli nedeni, kurumca denetim yapacak memurlara hizmet aracı tahsil edilmemesidir. Tüm İzmir sahillerine dağılmış olan su sporları işletmelerinin hizmet kalitelerini en üst seviyede tutabilmek için kalite standartları oluşturulmalı ve güvenlik standartlarının sezon boyunca aynı seviyede olması için denetimlerin artırılması gerekmektedir.

Finansal zorluklar su sporları işletmeleri için öne sürülen bir başka konudur. Bir otel plajında su sporları faaliyetinde bulunmak için otel işletmecisine yüklü miktarda kira ödenmelidir. Aynı şey kamu arazileri için de geçerlidir. Su sporlarında kullanılan malzemelerinin çoğu da yurtdışında geliştirilmekte üretilmekte ve Türkiye'ye ithal edilmektedir. Bu malzemelerin bakım, tutum ve tamir masrafları da yüksek meblağları tutmaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı su sporları ürünlerinin fiyatları da yüksek olmaktadır. Su sporları faaliyetlerinin pahalı olması su sporları faaliyetlerinin geniş kitlelere ulaşmasında bir engeldir. Bundan dolayı su sporları da turizmi teşvik kapsamına alınmalı ve su sporlarında kullanılacak malzemelerin Türkiye'de üretimi teşvik edilmelidir.

Sezonun kısa olması su sporları işletmeleri için yukarıda sayılan yüksek yatırım maliyetlerine karşın sağlanacak satışın dolayısıyla gelirin kısıtlı olmasına neden olmaktadır. Tatil beldelerinde yerli turist sezonu üç ay iken yabancı turist sezonu altı ay sürmektedir. Son birkaç sezonda ramazan aylarının sezon içine denk gelmesi yerli turist talebini düşürürken, yurt dışında görülen ekonomik kriz yabancı turist talebini negatif etkilemektedir. Turizm sezonunu tüm seneye yaymak için gerekli önlemler alındığı takdirde su sporları işletmeleri de bundan yarar görecektir.

Her şey dâhil sistemi, Türk turizm pazarlamasında ana eksen olarak yer almaktadır. Türkiye'de otel sayısının hızla artmasıyla artan rekabet ve yabancı tur operatörlerinin otellerden çok uygun fiyatlarda oda satın almaları neticesinde yurt dışında Türk otelleri ekonomik fiyatlara satılmaktadır. Her şey dâhil sistemi ile tatillerini oldukça düşük fiyatlara satın alan yabancı müşteriler, su sporları gibi ekstra ödemeli ürünlerin fiyatlarını yüksek bularak bunları satın

almamaktadır. Bu durum otel ve tatil köylerinde faaliyet gösteren su sporlarına olan talebi olumsuz etkilemektedir. Bu açıdan her şey dâhil sisteminin gözden geçirilmesi ve yurtdışında farklı pazarlama araçları denenmelidir.

Kalifiye eleman sıkıntısı su sporları için önem arz etmektedir. Bu sektörde çalışabilmek için en az gemici belgesi, gümüş cankurtaran belgesi, su üstü sporları için rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü veya dingi eğitmen belgeleri, su altı için iki yıldız eğitmen belgesi ve rehber balık adam sertifikası gibi yüksek maliyetli sertifikalar gereklidir. Kalifiye eleman sıkıntısı vardır çünkü su sporları işletmeleri sahipleri diğer masraflardan kısımadıkları için insan kaynakları maliyetini düşürmeye çalışmaktadırlar. Bundan dolayı işletme sahipleri, düşük maaşlarla eğitimsiz elemanları çalıştırmak istemekteler ve her çalışanın SGK kayıtları yapılmamaktadır. Çalışanların genel maaş seviyeleri zaten düşük iken maaşları biraz fazla olanların resmi belgelerde asgari ücret üzerinden gösterildikleri geri kalan bakiyenin açıktan veya prim şeklinde ödendiği sektör çalışanları tarafından bilinmektedir. İşin sezonluk olması, zor şartlar altında çalışılması ve sezon boyunca barınma şartlarının kaliteli olmaması nedeniyle kalifiye elemanlar uzun süreler bu sektörde çalışmak istememekteler dolayısıyla eleman devir oranları artmakta ve hizmet kalitesi düşmektedir. Hizmet kalitesini arttırmak için uzun sürelerde kalifiye eleman çalıştırmaya yönelik önlemler alınmalıdır.

Alaçatı Körfezi çevresindeki yapılaşma hızla sürmektedir. Alaçatı'yı Alaçatı yapan rüzgâr, körfez çevresindeki marina, yazlık konut ve otel binalarından etkilenmektedir. Marina giriş çıkışlarında da tekneler kılavuz işaretlerine ve hız sınırlarına uymamakta, yol hakkı olan rüzgâr sörflerine yol verilmemektedir. Bu ihlaller çatışma tehlikesi yaratmaktadır.

Yurt dışından gelen turistler daha çok PADI dalış sistemini kullanırken Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu is sadece CMAS sistemini temel almaktadır. Bu ikili durumu ortadan kaldırmak için turizm amaçlı ticari dalış merkezleri ile sportif dalış kulüpleri ayrı ayrı değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

Paker, S. (2013) "Denizde Sportif Faaliyetler", Denizcilik İşletmeleri Yönetimi (Ed. Cerit, G., Deveci, A. ve Esmer, S.) Beta Yayınları, İzmir

Turgut, T. ve Ardahan, F. (2013) "Suya Dayalı Rekreasyon İşletmelerinin Profilleri: Antalya Örneği" Pamukkale Journal of Sport Sciences Vol.4, No.1, ISSN: 1309-0356 s:01-15

Demirkan M., Tekin A., Zorba E., Ceylan Ö. ve Müftüler M. (2006) "Spor Turizmi: Gökova Körfezi'nde Su Sporlarına Uygun Yeni Alanların Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma", 9. Spor Bilimleri Kongresi, 3-5 Kasım 2006, Muğla Üniversitesi, Muğla

Amatör Sualtı Avcıları Derneği, <http://dalisayasak.wordpress.com/duyuru/dalisa-yasaklar-sehri-izmir/> Erişim Tarihi:09.01.2014

AquaSkipper UK, <http://www.aquaskipperuk.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014

Brigade Wakesurfing Co, <http://brigadewakesurfing.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014

Cayago AG, <http://www.seabob.com>, Erişim Tarihi: 03.01.2014
DEU Mühendislik Fakültesi Çevre Mühendisliği Bölümü İzmir'in Genel Çevre Sorunları
<http://web.deu.edu.tr/atiksu/ana58/sorun2.html>
Erişim Tarihi:09.01.2014

FreeStyle Slides Inc., <http://freestylecruiser.com>, Erişim Tarihi: 01.01.2014

Gibbs Sports Amphibians Inc., <http://www.gibbssports.com>, Erişim Tarihi:01.01.2014

Hawkes Ocean Technologies, <http://www.deepflight.com>, Erişim Tarihi: 03.01.2014

İMEAK Deniz Ticaret Odası, (2012) Deniz Sektörü Raporu, http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/sek_torraporu/IMEAK_DENIZCILIK_SEKTOR_RAPORU_TR.pdf
Erişim Tarihi: 07.12.2013

Innespace Productions Inc., <http://seabreacher.com>, Erişim Tarihi: 01.01.2014

İzmir Büyükşehir Belediyesi, www.izmir.bel.tr, Erişim Tarihi: 09.01.2014

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77204/ekim-2013.html> Erişim Tarihi: 08.01.2014

Next Foils Manufacturing, <http://www.nextfoils.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014

Oy Kitewing Sports Ab, <http://www.kitewing.com>, Erişim Tarihi: 09.01.2014

- Samsun Su Kayağı Merkezi, <http://www.samsunsukay.com>, Erişim Tarihi:01.01. 2014
- Shuttle Bike Kit, <http://www.shuttlebike.it>, Erişim Tarihi: 01.01.2014
- Skim Online, <http://skimonline.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014
- Snuba International Inc, <http://www.snuba.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014
- Stuart Cove, <http://www.stuartcove.com>, Erişim Tarihi: 09.01.2014
- The Water Blob Inc., <http://www.thewaterblob.com> Erişim Tarihi: 01.01.2014
- Ticari Dalış Merkezleri Derneği,
<http://www.tdmb.biz/kurulusbildirgesi.htm>, Erişim Tarihi: 06.01.2014
- Türkiye Yelken Federasyonu, "TuyepNedir?"
<http://www.tyf.org.tr/Content/370/tuyep-ilanlari>, Erişim Tarihi: 06.01.2014
- Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 11. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Şurası, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013,
<http://www.ulastirmasurasi.gov.tr/assets/up/pdf/yeni/Denizcili k.pdf>, Erişim Tarihi: 07.12.2013
- Universal Hovercraft of America, Inc., <http://www.hovercraft.com>
Erişim Tarihi: 09.01.2014
- WaterCar Inc., <http://www.watercar.com>, Erişim Tarihi:01.01. 2014
- Zapata Racing, <http://www.zapata-racing.com>, Erişim Tarihi:01.01.2014
- Dere, K. G., (2010) "İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma", Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü
- Sönmez, U., (2006) "Rüzgâr Sörfünün Yayılması Açısından, Sörf Tüketicisinin Profilinin Belirlenmesi ve Sörf Okullarının Önemi", Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü

DÜNYANIN BİR SINIFTA EN KALABALIK KATILIMCI SAYISINA SAHİP YELKEN YARIŞI

Gürbüz ARIKAN¹
Aysun ATAY ARIKAN²

ÖZET

Bu çalışma 28 – 31 Mart 2013 tarihleri arasında İtalya’da gerçekleştirilen, 8-15 yaşları arasında 1126 çocuk yelkencinin katıldığı “31. Lake Garda” yarışlarını anlatmaktadır. 1928 yılında kurulan “Fraglia Vella Riva” yelken kulübünün ev sahipliğini yaptığı yarışlara, Türkiye’den toplam elli sporcu ile katılım sağlanmış ve çeşitli dereceler alınmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yelken, su, turizm.

1. GİRİŞ

Büyük bir tecrübeden bahsedeceğiz. Örnek alınması gereken ve farklı açılardan değerlendirilebilecek çok yönlü bir denizcilik hareketinden. Bu yazdıklarımızın, gelecekte denizci bir ülke olmayı hayal eden bizlere ve bu yolda çaba sarf edenlere de ışık tutacağı kanısındayız. 0-7 derece gündüz hava sıcaklığında, denizden 136 m. yukarıda, mart ayında 8-15 yaşları arasında 1126 çocuk yelkencinin 4 derece bir suda mücadelesidir bu. Yoksa 31’incisi gerçekleştirilen ve bu kadar sporcu ile Guinness Rekorlar Kitabına girebilecek kadar büyük bir denizcilik ya da deniz turizmi hareketi midir? Deniz deyince sadece mavi midir su turizmi? Göller ve akarsular berrak olmazsa olmaz mı? Yeşil ya da bulanık sular hep pis midir? Yukarıdaki soruların tümünün cevaplarını bulacağınız bir metindir bu. Bir bakışla 9 yaşındaki başarılı yelkenci bir Türk kızının sayısız video, dergi ve gazete de yer alacağı bir ülke tanıtım şansıdır. Tüm yaşanmışlığıyla bizlere örnek bir su turizm hareketidir. (Bkz.<http://www.youtube.com/watch?feature=playerembedded&v=nr9BwNjB2yU>)(Bkz.http://issuu.com/fragliavelariva/docs/photobookmeeting_2013_low?e=2816475/2087059)(Bkz.http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=d2eJp9grTNw)

¹ Urla ARM Yelken Kulübü Yöneticisi, İzmir. gurbuzarikan@hotmail.com

² Urla ARM Yelken Kulübü Yöneticisi, İzmir.

2. İTALYA

İtalya denince aklımıza ne gelir? Genellikle çizme şeklinde Akdeniz'e uzanan ve Akdeniz kültürünün yemekleriyle ünlü mutfağı ve tabii ki denizci bir ülke oluşu... Aslında tüm bunlar doğrudur. Tarihi dokusu ile ve bu özellikleriyle tipik bir Akdeniz ülkesi olan İtalya bizim katıldığımız bu organizasyon ile benim gözümde çok farklı bir yer aldı. İtalya'da ki denizcilik hareketi sadece çizmenin kenarlarında, Akdeniz sahillerinde yapılmadığını ve Türkiye gibi yarımada ülkesi olan bu ülkenin dağlık kesimlerini bile nasıl etkilediğini gördük. Yarımadanın içindeki tüm göllerde denizcilik ile ilgili tüm olabilecek faaliyetler sürdürülmektedir. 50 km'lik uzunluğu olan gölün iki uzun kenarında göl ile dans edercesine giden yolların kenarlarında birçok turistik tesis ve sportif faaliyetler için kulüpler bulunmaktadır. Bizim gittiğimiz "Fraglia Vella Riva" Kulübü de bunların en büyük ve eskilerinden olan bir spor kulübüdür. İtalya'nın Garda kadar büyük olmayan diğer göllerinde de çok çeşitli sportif faaliyetlerin gerçekleştirildiğini öğrendik ve Garda Gölü özelinde buna şahit olduk.

2.1. Fraglia Vella Riva (Yelken Kulübü)

Bu kulüp İtalya'nın en köklü yelken kulüplerinden birisidir. Garda gölünün kuzeyinde ve Alp dağlarının güneyinde yer alan bu şirin kasaba, turizm ile beslenen ve yazın sıcağın bunalanların nefes almaya kaçtığı bir yer. Zeytin ve narenciye bahçeleri ile çevrili bu kasabada yelken kulübü 1928 yılında kurulmuş. 85 yıllık bu spor kulübü her yıl sayısız ulusal ve uluslararası organizasyona ev sahipliği yapıyor (www.fragliavelariva.it, 2013). Bu kulüpte 31 yıldır yapılan ve artık geleneksel hale gelmiş ve dünyanın bir sınıfında en çok teknenin katılım gösterdiği 'Garda Optimist Meeting' adındaki yarış için bu kulübe misafir olduk.

2.2. Yolculuk

25 Mart ta İzmir'den 15 kişi yola çıktık. 9 sporcumuzun yanı sıra iki antrenör ve 4 velimiz vardı. Almanya aktarmalı Milano'ya uçtuk buradan da kiraladığımız iki araç ile Garda'ya yola çıktık. Mevsim gereği havanın soğuk olduğunu ve telefonla iletişim kurduğumuz arkadaşlarımızdan da bu sene yarışın çok soğuk olacağını bilerek hazırlıklı gitmiştik. Ancak gece yarısından sonra hava sıcaklığı eksi derecelere düşmüş ve Garda Gölü'nün yanında tünellerin birinden çıkıp diğerine giren yoldan ilerlerken kar yağıyordu. Bu şartlarda sporcularımızın nasıl başarılı olacağı ya da nasıl bir tecrübe kazanacakları

konusunda şüphelerim bir hayli artmıştı. Karanlıkta o gece fark edemediğimiz ancak Riva kasabasına vardığımızda çok etkileneceğimiz gölün iki yanında bulunan duvar gibi dik dağlar gerçekten burayı çok ayrı bir yer haline getiriyordu. Yol boyunca gölün kenarında yapılmış sayısız pansiyon ve otel vardı. Bunca tesisin çoğunlukla yazlık evlerle çevrildiği birçok mahalle ve kasabadan geçtik.

2.3 Riva Del Garda

Bu kasaba, yani Riva Del Garda, zeytinliklerin ve meyve bahçelerinin en modern hallerini, harika turistik yapıları ve iki dik yamaç arasından uzanan muhteşem göl manzarasını hatırlatıyor bize. Sabah 04:00 da vardığımız apart otelin sahibi karşılıyor bizi. Harika geçirdiğimiz altı gün ve gece için yeni evimize yerleşiyoruz. Gerçekten de İtalyan ailelerinin de oturduğu bir normal site burası. İki ev tutmuştuk. Sabah erken saatte ben hem kahvaltılık alışverişi hem de gündüz ki halini merak ettiğim gölün durumunu görmek için 4 saatlik uykuyu yeterli görerek kalktım. Saat 8:30 da buz gibi bir havada 1 derecede gölün yanına gittim. Gördüklerim karşısında şaşkına dönmüştüm. Gölün kıyısında yaklaşık 150-200 kadar optimist teknesi vardı ve başlarındaki sporcular bunların hazırlıkları ile uğraşıyorlardı. Sonradan buranın başka bir kulübün göle çıkış noktası olduğunu öğrenecektim. Bizim gibi yarışlara erken gelmiş birçok sporcu hazırlık yapıyordu. Gerçekten çok şaşırmıştım... Sabahın bu erken saatinde Türkiye’de çok daha sıcak yerlerde bile bu saatte kimse suya çıkmak için hazırlanmaz. Oysa bu kadar insan çok ciddi bir şekilde çalışıyordu. Ama daha büyük şaşkınlığım gölün üzerine baktığımda gerçekleşti. Suda 300-400 kadar optimist teknesi, antrenörler ve değişik sınıflarda bir çok yelkenli vardı. Yarışa erken gelip hazırlık yapan bu ekipleri gördüğümde bu işin bir turizm hareketi olduğu fikrine kapıldım. Kesinlikle bu bir spor olayının çok önünde turizm hareketiydi. Suda çalışan sporcuların aileleri gölün kenarında karavanlarıyla, arabalarıyla çeşitli noktalarda bir arada ve kafeteryalarda her yerde dolaşp vakit geçiriyorlardı. Sonraları bu insanların kasabanın her yerinde alışveriş yaptığını ve dolaştığını görünce bu işin bir deniz turizminin dağa çıkmış su hareketine dönüştüğü fikrim sabitlendi.

3. YARIŞ

İlk gün kahvaltılık alışverişini yaptıktan sonra kaldığımız apartman dairesine döndüm. Sporcularımız yavaş yavaş kalkmaya ve dağlardaki beyaz karlı yamaçları izlemeye başlamışlardı bile... Ancak gerçekten benim için unutulmaz bir sürpriz olan az önceki görüntüler sanırım çok daha ilginçti. Ben heyecanla gördüklerimi anlattım. Sayısız

teknenin suda ya da kıyıda suya çıkmak için hazırlık yaptığından bahsettim. Tabii ki bu durum onlar için çok inandırıcı değildi. Camdan dışarıya bakıldığında karlı dağlar var saat daha 10:00 ve koçları antrenman yapan sporculardan ve antrenörlerden bahsediyordu. Uykulu yorgun ancak heyecanlı gözler kuşkulu bir şekilde sorular sormaya başladı. Kahvaltımızı yaptık teknelerimizi almak ve anlattıklarımızı doğrulamak için kendimizi sokağa attık. Çok değil 5 dakika içinde kulübün önündeydik. Burada çok daha fazla sporcu ve yarış için gelmiş antrenörler, veliler, idareciler çok fazla insan vardı. Akşamın karanlığından sonra sabah bir anda kendimizi bir turizm kentinin kalabalık sokaklarında ve yelken kulübünün içinde bulduk. Yarış için yazışmalarımızı yaptığımız sevgili dostum Massimo Georgianni'yi bulduk ve kiraladığımız tekneleri ve ekipmanları ondan almak için çalışmaya koyulduk. Tüm malzemelerimizi teslim aldıktan sonra kayıt işlemleri için gerekli evrakları doldurduk. Sigorta ve kayıt ücretlerini ödedik. Kayıt formları ve diğer evrakları doldurup teslim ettik. Bize kayıt sonrası bazı sponsorların ve kulübün hediyelerini, yarış için gerekli kurdeleleri verdiler. Böyle büyük bir yarış öncesi bu organizasyonun tüm unsurları sabahın erken saatlerinden itibaren hazırlardı. Sponsor firmalar stantlarını kurmuştu, malzeme satıcıları, yelken markalarının satış ofisleri, yarışın haberini günü gününe takip eden gazete, dergi, televizyon ve medya mensupları. her ilginç görüntü ve kare bu haberciler tarafından değerlendiriliyordu. Kocaman bir çadır vardı kulübün yanındaki parkın içinde konuşlandırılmış. Bir çok sponsor firma etkinliklerle yiyecek, içecek dağıtım ve reklamını yapıyordu bu çadırda. Sonradan gördük ki bu çadır aynı zaman da açılış ve kapanış seremonilerinin de yapılacağı yerd.

3.1. YARIŞ TURİZMİ

Deniz turizminin kış ayında ve 3-4 derecelik sıcaklıkta denizde kilometrelerce uzakta bir göle taşınması sadece masallar da olabilir gibi geliyor insana ancak biz bu masalın içinde yer almaya başlamıştık bile. Turizm dediğimizde tatil ilk akla gelen kelime aslında. Fakat paskalya tatilinde özellikle Avrupalıların kar yerine ailece Avrupa'nın ortası, kuzey İtalya'da ki bu gölü seçmesi ve bu şehirde 1126 sporcunun katıldığı bu organizasyonu yaratması gerçekten de çok enteresandı. Katılımcılara ilave olarak aileleri ve çevresindekilerle birlikte bu sayı yaklaşık 4000 kişiyi buluyor. Yıl boyunca birçok organizasyon (www.fragliavelariva.it, 2013) için aynı kalabalıkların buraya geldiğini düşünürsek hiçte yabana atılmaz bir turizm hareketidir bu. Hem de bizlerin adını iyi bildiğimiz deniz turizminin bir kolu: yelken yarış turizmi. Ayrıca göle giren birçok dalgıç ve dalgıçlık kurslarının olduğu tabelalar ve dalgıçlar gördük. Bir hafta boyunca bu sayıdaki turist

kasabada dolaşıp yaşaması, alışverişi ve yemek yemesi gerçekten de muhteşem.

3.2. Yarış Başlıyor

Yarıştan önce iki gün çalışma yapmak için suya çıktık ve sadece 45 dakika suda kalabildik. İnanılmaz soğuk bir hava ve bir o kadar soğuk bir suyla mücadelemizde sanırım biz kaybettik. Oysa birçok İskandinav ve kuzey Avrupa ülkelerinden gelen çocuk saatlerce suda kalabiliyorlardı. Anlaşılan bizim ‘buz gibi soğuk’ dediğimiz sularda onlar ‘buzlar erimiş’ diye oyunlar oynayıp antrenman yapıyorlardı.



Şekil 1: Yarış Öncesi Antrenman.

Ülkemizin ve özellikle 12 ay suda kalabildiğimiz İzmir şehrimizin kıymetini bir kez daha anlıyorduk. Bizim beğenmediğimiz buz gibi sularda binlerce insan yarışmak eğlenmek ve antrenman yapmak için buraya akın ediyordu. Gerçekten de ülkemiz birçok konuda inanılmaz şanslı bir noktada. Bunda mevsimsel avantajlarının da çok büyük rol oynadığını bir kez daha anlıyoruz.



Şekil 2: Yarış Öncesi Antrenman.

1126 sporcu iki kategoriye ayrılıyor. “Junior” ve “Cadetti” diye bu iki grup yaşlarına göre 9-11 yaş arası “Cadetti”, 12-15 yaş arası ise

“Junior” diye adlandırılıyor. 2012 yılından bir yıl sonra bu yılda “Guinnes” Rekorlar Kitabına girmeyi hak eden yarış yeni bir rekora imza atıyor.



Şekil 3: Yarış Başlangıcı.

Denizin üzeri inanılmaz güzellikte bir manzara ile kaplanıyor. Sporcular kendilerine her gün listelere de ilan edilen renkteki kurdeleleri takarak yarışmak için suya çıkıyorlar. Yarışlar bitiminde karaya dönen sporcular organizasyona destek olan sponsorların sıcak çorbaları ve çeşitli yiyeceklerle karşılanıyorlar.



Şekil 4: Yarış Tekneleri.

Herkes çok mutlu. Yarış sadece bir araç, böyle büyük bir organizasyonun, rekorun parçası olmak hepsine inanılmaz bir mutluluk veriyor. Bunu paylaşmanın mutluluğu içinde yelken yapıyorlar.



Şekil 5: Yarış Çadırı.

3.3. Yarış Sonu

Bu yarışlar da kulübümüz dışından gelen sporcularla birlikte Türkiye’den toplam 50 sporcumuz yarışa gelmişti. Bizim yarışlarımızın son gününde sporcumuz Okyanus Arıkan çok iyi yarışlar çıkararak 272 Cadetti sporcusu arasında genel klasmanda 10. olarak ve kızlar arasında 1. Olarak büyük bir başarı elde etti. Bu sonuçlarla birlikte özel bir ödül olarak konan ve sadece Cadetti birincisi bayan sporcuya verilen “Trofe” ödülünü de kazandı.



Şekil 6: Yarış Ödül Töreni.

Ayrıca yarışın görüntülerinden oluşan bir videonun kapak fotoğrafına da Okyanus’un görüntüsünün konulması gerçekten de çok enteresandı.(Bkz.<http://www.youtube.com/watch?v=nr9BwNjB2yU&feature=c4-overview&list=PLwU52fwSzfEm0ruWWOTpvn48pwqYUKNI>). 1126 çocuk arasında Okyanus’un görüntüsü seçilmişti. Bu aynı zamanda büyük bir reklamdı. Hem kulübümüz hem de ülkemiz adına

harika bir anydı. Sayısız gazete, dergi ve internet sitesinde bu görüntü yer aldı.

4. SONUÇ

Bir haftalık 15 kişinin katıldığı bir turizm hareketi bitti. Bu hareketin başlangıç kaynağı yelken yarışı olmasına rağmen yapıldığı yer ve ortam deniz turizmi diye adlandırılmayacak bir noktadaydı. Nasıl? Yani bir büyülü ortam yaratmak bir tiyatro ya da sinema filmi gibi, karanlık bir salonda sahneye istediğiniz oyun mekânını yerleştirmek gibi bir şeydi. Bu Türkiye’de yapılabilir mi? diyerek kendimize sormadan edemedik. Evet yapılabilir. Sportif açıdan ülkemizde bu organizasyonu yapmak için yeterli yer ve donanım olduğu düşüncesindeyim. Bu konuda bizde eksik olarak hissettiğim sadece deniz kültürünün kıyı şehirlerimiz de bile yerleşmemiş olmasıdır. Bunu yerleştirmek için denizcilik faaliyetlerini hayatımızın bir parçası olarak yaşamaya başlamamız ve bizim gibi spor kulüplerinin artarak insanları deniz faaliyetlerine çekmesi gerekmektedir. Ancak deniz kültürünün her açıdan gelişmesi ile yarımada olan ülkemizin zamanla kıyıları ve sonrada tamamı suya daha manalı bakar ve onu kullanabilir.

KAYNAKLAR

Fraglia Vela Riva. (2013). “Sailing School”. <http://www.fragliavelariva.it/en/club>. Erişim Tarihi: 02.01.2014.

Fraglia Vela Riva. (2013). “Riva Del Garda”. <http://www.fragliavelariva.it/en/attractions>. Erişim Tarihi: 02.01.2014.

URLA ULUSLARARASI BAĞBOZUMU OPTİMİST YARIŞLARI

Gürbüz ARIKAN¹,

ÖZET

Urla rüzgârı ve denizi ile yelken sporuna çok uygun bir merkez olma özelliğini taşımaktadır. Buna rağmen yakın geçmişe kadar yelken sporu çok fazla ilgi görmemiştir. Yat sınıfında Tanju Okan Kupası ve optimist sınıfında Bağbozumu Şenlikleri Yarışları, ilçeye deniz turizmi alanında öncü organizasyonlar olmuşlardır. Bu çalışmada Urla Uluslararası Bağbozumu Optimist Yarışlarını ve Yarışların ilçe turizmine etkisi anlatılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Bağbozumu, Urla, Yelken

1. URLA'DA 2000 YILLIK GELENEK BAĞBOZUMU VE YELKEN BİR ARADA.

Urla eski bir İyon kenti olarak binlerce yıllık bir tarihe ev sahipliği yapmış, kendisine özgü gelenekleri olan 4000 yıllık bir kenttir. Şimdi ise İzmir kentinin her geçen gün büyümekte olan bir ilçesidir.

Urla'da 10 yıldır yelken kulübünün başkanlığını yapmaktayım. Sayısız yelkenci yetiştirirken hep düşündüğüm bir şey vardı: Neden benden daha önce kimse burada yelken kulübü kurmayı gerçekleştirememişti? Kendimi bu konuda şanslı hissediyorum. Çünkü çok düşünenin olduğunu ancak bir türlü eyleme geçiremediğini; ben de zamanla etraftakilerle konuşarak anladım. Burası 4000 yıldır yelken yapılmaya müsait bir doğa... Biz yeni hiçbir şey yapmadık aslında, bir şey keşfetmedik sadece burada bizden önce çok çeşitli amaçlarla yelken yapmış denizcileri takip ettik sadece. Şu an spor amaçlı yelken yapıyoruz, yapmak isteyenlere bunun için imkan sağlıyoruz.

“Yaptığımız işin bir başka ayağı da acaba turizm olabilir mi?”

Bu sorunun cevabı EVET. Doğamızı, tarihimizi ve kültürümüzü buraya gelen insanlara gösterip sevdirebiliriz. Binlerce yıllık tecrübe ile oluşturulmuş, süzölmüş kültürümüzü sergileyebiliriz. Yurtdışında bizim gibi spor kulüpleri yarışlar organize ederek hem kendilerini geliştiriyorlar hem de yaşadıkları kentlere gelen misafirler

¹ Urla ARM Yelken Kulübü Yöneticisi, İzmir. gurbuzarikan@hotmail.com

sayesinde katkıda bulunuyorlar. Bu yöntem hiç de yabana atılacak bir fırsat değildi. Bizde bunun için URLA IGOR'u önce hayal ederek gerçekleştirdik. Kim bilir belki de yaşça kendisinden çok büyük başka organizasyonların seviyesine daha kısa sürede çıkabilir. Bu bizim attığımız temellere ve destek aldıklarımıza göre zamanla belli olacak bir durum.

“Bu konuda kendimize ve Urla'ya çok güveniyoruz”.

Bu ve benzeri organizasyonlar sadece yazın 3 ay değil 12 ay boyunca farklı zamanlarda ve farklı organizasyonlarla sürebilecektir. Bu da deniz turizminin sadece yaz aylarında kalmamasını sağlayacak harika bir açılmıdır. Kültür turizmi ile deniz turizminin tam kendisidir aslında bu yelken yarışları. Geleceğin geçmişten gelen geleneklerle buluşmasıdır. Binlerce yıl yük ve yolcu gemilerinin yanaşıp kalktığı bu sahillerin, bereketlerini bu topraklardan kazanan insanların misafirlerini bu kez burada konuk etmesidir. Zeytinyağı, şarap, kuru üzüm ve diğerlerini gemilerle yollamak değil, burada yerinde tattırmaktır insanlara. Çocukları denizde yarışıp arkadaşlık kurarken tarihi göstermektir tüm dünya insanlarına...

Bu sebeple bu organizasyonların ülke denizciliğine ve turizmine farklı bir açılım getireceği kesindir. Desteklenmelidir. Tüm yelken kulüpleri ve denizciler bu açılımı yapmaları için gönüllendirilmelidir.

Biz Urla'da buna gönüllüyük. Faydalarını zaman daha net açığa çıkartacaktır.

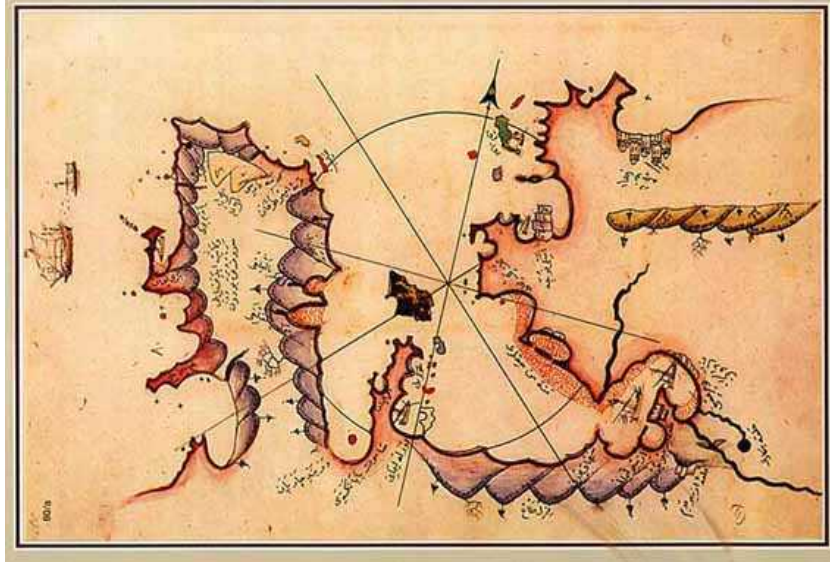
1.1. Urla

Urla, İzmir il merkezine 35 km uzaklıkta **Urla**, İzmir il merkezine 35 km uzaklıkta bir ilçe. Doğusunda Güzelbahçe ve Seferihisar; batısında Çeşme; kuzeybatısında Karaburun; kuzeyinde ve güneyinde Ege Denizi ile sınırlanmıştır. Yüzölçümü 704 km²'dir. 16 köyü bulunmaktadır. 2000 Yılı Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre, toplam nüfusu 49.269'dur. Bu nüfusun 36.759'u ilçe merkezinde, 12.690'ı köylerde yaşamaktadır.

İlçede 30 İlköğretim Okulu, 5 Orta Öğretim kurumu bulunmakta; bu okullardan birisi de Türkiye'de fen lisesi ile eşit derecede eğitim veren Sosyal bilimler lisesidir.(İzmir Cengiz Aytmatov Sosyal Bilimler Lisesi). 6764 öğrencinin eğitim gördüğü bu okullarda 441 öğretmen görev yapmaktadır. Yüksek öğretim kurumları açısından zengin olan ilçede; İzmir Yüksek Teknoloji

Enstitüsü'nün yerleşkesi, Ege Üniversitesi'ne bağlı Su Ürünleri Fakültesi, 9 Eylül Üniversitesi Deniz İşletmeciliği ve Yönetimi Yüksek okulu bulunmaktadır.

Doğa ve tarihin kucaklaştığı Urla'da yapılan arkeolojik araştırmalarda İskele Mahallesi'ndeki Limantepe Höyüğü'nün MÖ 4000'lere kadar tarihlenebilen bir merkez olduğu ortaya çıkarılmıştır. Buluntuların en önemlilerinden birisi kent limanı olup, Ege Denizi'nin bilinen en eski limanlarından biri olduğu kabul edilmektedir. Antik Klazomenai kenti de liman bölgesinde yer alır. Kent, Antikçağ'da özellikle zeytinyağı üretimiyle önemli bir ticaret merkezi olmuştur.

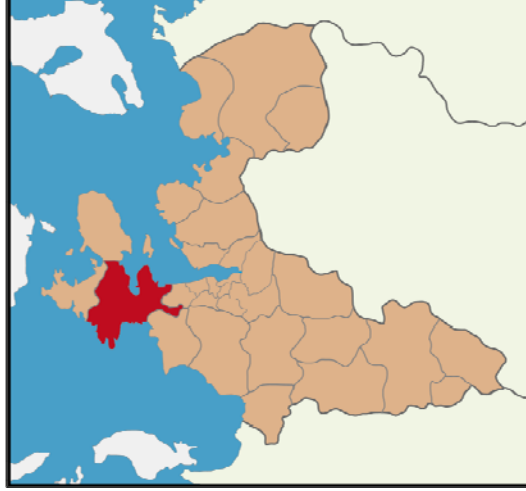


Şekil1: Antik Urla krokisi

Urla, Aydınoğulları Beyliği ile 1330'lu yıllarda ilk kez Türk egemenliği ile tanışmış, XIV. yüzyıl sonlarında Osmanlı topraklarına katılmıştır. Urla 16. yüzyılda Ayşe Hafsa Sultan'ın Manisa'da inşa ettirdiği külliye'nin gelirlerini karşılayan vakıf yapısı içinde yer almıştır. Denizli Mahallesi Camii, Kamanlı Camii, Sungurlular Camii, Hacı Turan Kapan Camii ve Fatih İbrahim Bey Camii ve Hacı Turan Şadırvanı XV. ve XVI. yüzyıllarda yapılmış Türk eserleridir.

Urla kıyıları ve önündeki 12 ada ile İzmir Körfezi, en güzel şekilde Urla'nın Güvendik sırtlarından seyredilmektedir. Urla köyleri denildiğinde; tiyatrosu ve sera çiçekçiliği ile ünlü Bademler Köyü, iç kısımda kalmasına karşın önemli ölçüde turist çekmeyi başaran

Barbaros Köyü, kıyıdaki Özbek ve Balıklıova, Gülbahçe köyleri ilk akla gelenlerdir.



Şekil 2: Urla İlçe Haritası

1.2. Ali Rıza Mete Urla Yelken Gençlik Ve Spor Kulübü

Bu kulüp 2003 yılında kurulmuş ve 10 yıldır ülkedeki yelkencilığe yeni sporcular yetiştirirken yelken sporunun yayılmasını sağlayan bir sporcu fabrikasıdır. Sayısız ulusal ve uluslar arası başarı sağlayan sporcular yetiştirmesi ile haklı bir saygınlık kazanmıştır.

1.3. Urla Ve Bağbozumu

Urla doğasının verdiği nimetler sayesinde özellikler zeytin ve üzüm konusunda çok şanslı bir yerleşimdir. Binlerce yıldır bu konuda gelişmiş olan Urla geleneklerde oluşturmuştur. Her yıl ağustos ortasında Bağbozumu şenlikleri dediğimiz ve sloganı 'zeytine yağın, üzümüne ve incire balın düştüğü zaman' olarak adlandırılan bu tarihlerde eğlence kutlama ve yarışmalar yapılır. Üreticiler en güzel ürünlerini, ev kadınları en güzel yemeklerini sunar izleyenlere ve yarışır. Sosyal bir gelenektir bu yarışmalar. Akşamları sanatçılar şarkı ve tiyatro eserlerini sergilerler Urla Meydanı'nda. Gündüzleri sergiler açılır. Kısacası Urla'nın bütün güzelliklerinin yılın geliştirdiği tüm özelliklerin ortalığa saçıldığı harika bir haftadır bağbozumu haftası. Kaymakamlık ve Belediye ortak çalışarak bu güzelliklere katkıda bulunurlar.

1.4. Urla Ve Yelken

Limantepe kazıları bize aslında Urla'da yelken ve denizcilik faaliyetlerinin 6000 yıllık bir miras olduğu kanıtlamaktadır. Bu süreçte denizciliğin gelişimi malumunuzdur. Ancak denizler hala daha ticaretin en büyük yolları olarak önemini korumaktadır. Artık bu önemin yanı sıra denizcilik faaliyetlerinde turizm ve sportif amaçlı denizi kullanmak ve yelken yapmakta önemli bir yer almaktadır. Bu sebeple 2003 yılında kurulmuş yelken kulübünün bu hızla gelişmesinde bir neden de doğru yer de yapılıyor olması mıdır? Urla için yelken kaçınılmaz bir gereksinimdir. Antik çağda bile burada ticaret yelkenli gemilerle yapıldıysa, aslında biz yeni bir şey keşfetmiyoruz. Zaten yapılması gerekeni yapıyoruz demektir.

1.5. Bağbozumu Yelken Yarışları

İlk kez 2010 yılında ağustos ayında kulübümüz sporcuları ile bir faaliyet olarak yapıldı ve sonraki yıl İzmir kulüplerinin davet edilerek yarış haline getirilmesi ile biraz daha büyüdü. 2012 yılında ise katılımcı sayısı 100 ü bularak ülkenin her yerinden spor kulüplerinin gelmek istediği bir yarışa dönüştü. 2013 yılında ise bir yıl önceki başarıdan güç alınarak uluslar arası optimist sınıf birliği(İODA) ve uluslar arası yelken federasyonları birliği(İSAF) takvimine girmiş bir yarış olarak 188 sporcunun katıldığı bir yarışa dönüştü.



Şekil 3: Optimist yarışı

Burada amaç Urla'nın geleneklerden gelen yüzünü ve doğasının nimetlerini sunan Bağbozumu Şenliklerine Yelken Kulübü olarak katkı koymaktır. Bu sürecin kartopu gibi büyüyerek ilerlemesi

bizim doğru bir çalışma içerisinde olduğumuzun en büyük kanıtıdır diye düşünüyorum.

2. DENİZ TURİZMİ VE URLA

Urla iki yakası farklı denizlere bakan ve bu özelliği ile aslında deniz turizminin en gelişmiş olduğu yerlerden biri olması gerekirken ne yazık ki sadece günübirlik değerlendirilen koyları ve kumsalları ile bu konuda biraz geri kalmıştır. Yazları bu günlük turizm faaliyetinde başka bir faaliyetin olmadığı Urla'da sayıları her yıl artan deniz sporlarının yapıldığı kulüpler sayesinde bu kısa süreç bütün bir yıla dağılma eğilimindedir. Aslında yelken sporu İzmir özelinde yıl boyu yapılabilen bir faaliyettir. Bu tabii ki büyük bir şanstır. Yurt dışında birçok ülkenin kendisini tanıtmak amacı ile düzenlediği organizasyonlar rahatlıkla bizde de yapılabilir düşüncesini taşımaktayız. Bu konuda en büyük sıkıntı ise konaklamadır. Ne yazık ki Urla'da 300-350 kişiyi konaklayabileceğimiz bir otel imkanımız yoktur. İlçemiz içinde mevcut farklı kurumların dinlenme tesisleri bu ihtiyacımızı zaman zaman karşılarsa da yeterli nitelikte değildir. Özellikle de konaklama tarihlerini ve organizasyonları tüm yıla yaydığımız zaman kış aylarında çok ciddi sıkıntılar yaşamaktayız. Oysaki bizim faaliyetlerimiz bu tip tesislerin kışın yani düşük sezon diye adlandırılacak sezonları geçirmeleri açısından harika bir şanstır. Bunu henüz gerçekleştiremediğimiz bir hedef ve ödev olarak kendimizde olarak görmekteyiz.

3. YELKEN YARIŞLARI (URLA İGOR 2013)

Yurtdışında bir çok yarışlara kulübümüzle bizler ve diğer kulüplerde arkadaşlarımız katılmaktayız. Yıllardır her gittiğimiz yarışta hep aynı soruları kendimize sorduk. Neden bizim ülkemizde bu yarışlar yapılsın? Neden bu kadar insan bize misafir gelmesin? Neden biz yapamayız? Kendimize verdiğimiz cevaplar aslında hep aynıydı. Yaparız. Sadece planlamak küçük destekler bulmak ve girişimci olmak yeterli diye düşündük. Bu düşüncemiz gerçek oldu. Artık bu tip organizasyonların altından kalkabildiğimizi ispatladığımız bir organizasyonumuz var: URLA İGOR 2013. Bu bebek geçen sene doğdu ve her yıl büyümek için artık kucağımızda. Gerçekten ihtiyacımız olduğunu anladığımız ve etrafımızdakilere de yavaş yavaş anlattığımız bu yarış için çalışmalarımız devam ediyor. 2013 yılında 188 sporcuya ulaşan yarış önümüzde ki yıllarda Yunanistan dışında daha fazla ülkenin sporcularını ağırlayacak bir organizasyon olma yolunda.



Şekil 4: Optimist yarışları pupa seyri

Yurtdışındaki yarışlarda yaşadığımız yarış tecrübelerimizi aktardığımız bu organizasyonumuz, inanıyoruz ki 2014 yılından itibaren çok daha fazla ülke tarafından ilgi görecektir ve gelişecektir. Bu konuda bize gelen bilgiler doğru bir iş yaptığımızı ortaya koymaktadır.



Şekil 5: Yarış kayıt masası



Şekil 6: Bayrak direği

4. BUNDAN SONRASI

Geldiğimiz noktanın aslında daha başlangıç olduğuna inanıyoruz. Her gün fikrimizi geliştirmeye ihtiyacımız var. Bu deniz turizmi içinde ele aldığımız yarış aslında birçok kapının da anahtarı çocuklarımızı dünya çocukları ile aynı şansa ve şartlara getirdiğimizin bir göstergesi. Dünyayı kavramak ve anlamak için bir fırsat çocuklarımıza... Bu sebeple aslında daha çok işimiz var. Öncelikle kalıcı olmayı başarmalıyız. Organizasyonumuzun bilinirliğini arttırmalı kalitesini her yıl yükseltmeliyiz. Konaklama konusunda yerel ve ulusal bir takım çalışmalar, raporlamalar, girişimler ve tanıtımlar yapmalıyız. Urla da pasif duran ancak harekete geçirilmeyi bekleyen potansiyel imkanları bir araya getirerek çok daha kuvvetli bir oluşum yaratabilmeliyiz. Bizler bu konuda üniversiteleri, spor uzmanlarını, devleti, aynı masaya toplamayı başaran sivil toplum örgütleri olmalıyız. Aslında şimdiye kadar aldığımız desteklerle bunu çok kereler yaptık. Türkiye Yelken Federasyonu, Urla Kaymakamlığı, Urla Belediyesi, Ali Rıza Mete, Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü bunlardan yalnızca bir kaçı. Hep aynı düşünceyle bu destekleri sağladık. Daha iyi hizmet, çocuklarımız için en iyisini yapmak ve gençleri hayata hazırlamak...

Bundan sonrada Urla özelinde aslında Türkiye'ye örnek olacak ve denizciliğimizde gençlerimize yol gösterecek bu yarışların sayısını ve niteliğini arttırmak için çalışacağız. Bir yandan yeni

nesilleri hayata hazırlarken diğer yandan da ülkemizin kalkınmasında deniz turizmini öne çıkartarak yeni bir yapılanmanın, iş kollarının gelişmesine de öncülük edeceğiz. Kim bilir? Belki de Türkiye'nin ihtiyacı olan Olimpik Yelken Merkezi'nin temelleri Urla'da atılır. 6000 yıl önce burada yelken faaliyetlerinin başladığı gibi...





Şekil 7: Festivalden görüntüler.

KAYNAKÇA

Ali Rıza Mete Urla Yelken Gençlik ve Spor Kulübü. (2013).
www.urla.yelken.com. Erişim Tarihi: 02.01.2013.

HIZLA GELİŞEN DÜNYA TURİZMİNDE YENİ TREND: KRUVAZİYER TURİZM¹

Reha KILIÇHAN²
İbrahim İLHAN³

ÖZET

Geçmişten günümüze teknoloji, iletişim, ekonomi ve enformasyon alanındaki hızlı gelişmeler turizm sektörünü dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline getirmiştir. Dünya Turizm Örgütü'nün 2020 Turizm Vizyonu'nda yer alan verilere göre 2020 yılında uluslararası turizm faaliyetlerine katılacak kişi sayısının 1,6 milyara ve turizm gelirlerinin de 2 trilyon dolara ulaşması beklenmektedir. Geçmişte deniz-kum-güneş temalı turizm politikaları popülerken, günümüzde alternatif turizm çeşitleri geliştirilmeye çalışılmaktadır. Son yıllarda dünya çapında çok büyük gelişme yaşayan kruvaziyer turizm de bu çalışmaların bir ürünüdür. Uluslararası Kruvaziyer Gemiler Birliği (CLIA) verilerine göre 1980 yılında 1.4 milyon, 1990 yılında 4 milyon, 2000 yılında 8 milyon, 2010 yılında 14.8 milyon ve 2013 yılında 20.9 milyon kişinin kruvaziyer gemiler ile seyahat ettiği ve 2014 yılında da artarak devam edeceği tahmin edilmektedir. Bu çalışmada; dünyada hızla gelişme gösteren turizm sektörünün yeni trendi olan kruvaziyer turizmin tarihsel gelişimi, dünyaca ünlü kruvaziyer turizm destinasyonları, kruvaziyer dernekleri-birlikleri, kruvaziyer gemilerin sınıflandırılması ve büyük kruvaziyer şirketleri hakkında önemli ve güncel bilgilere yer verilmektedir. Bu bağlamda bu çalışma dünyada kruvaziyer turizmin geldiği noktanın ortaya konması bakımından önemli bir çalışmadır. Ayrıca birbirinden güzel destinasyonlara sahip ve üç tarafı denizlerle çevrili olan ülkemizde, kruvaziyer turizm politikaları geliştirilmesinde yararlanılabilecek bir kaynak olması bakımından önem arz etmektedir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise dünyada kruvaziyer turizm sektörü hakkındaki önemli noktalar vurgulanmış ve ülkemizde kruvaziyer turizm sektörünün geleceği için atılması gereken adımlar hakkında önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kruvaziyer, Kruvaziyer turizm, Deniz turizmi.

¹Bu bildiri, "Kılıçhan R. (2012), Kruvaziyer Gemilerin Yiyecek İçecek Departmanlarında Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkileri: Ketchikan, Juneau ve Skagway Limanlarında Bir Araştırma, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir." adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

²Arş.Gör., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kayseri
rehakilichan@erciyes.edu.tr

³Yrd.Doç.Dr.,Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi,
Nevşehir ibrahim@nevsehir.edu.tr

GİRİŞ

Kruvaziyer kavramı uluslararası literatürde “*cruise*” olarak adlandırılmaktadır. “*Cruise*” kelimesi basitçe “*boş vakitleri değerlendirmek, dinlenmek ve eğlenmek amacı ile limanlar arası yapılan deniz seyahati*” olarak tanımlanmaktadır (Collins English Dictionary; Dowling, 2006: 3). Kruvaziyer turizmde liman ziyaretleri, limana yakın yerleri ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler bulunmaktadır. Kruvaziyer gemilerin uğradığı limanlar ve bu limanlarda kruvaziyer turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin ağırlıklı yatırım yaptıkları alanları oluşturmaktadır. Ancak kruvaziyer turizmin temelinde gemi ve deniz seyahati yatmaktadır. Gemi seyahati, gemide sunulan her türlü hizmet ve liman ziyaretlerinden oluşan bir turistik ürün olarak kruvaziyer turizm, ayrıca diğer ulaştırma ve konaklama hizmetlerinden de yararlanmaktadır.

Kruvaziyer gemi seyahati belirli limanlardan başlar. Belirli sayıda limanlar arasında ve belirli sürede sürecek olan seyahatin öncesinde ve sonrasında, katılımcıların ulaşımı ve konaklaması, turistik ürünün diğer bileşenleridir. Bu açıklamalardan sonra kruvaziyer turizmi tanımını yapmak gerekirse; “*konukların, temel amacı yolcu taşımacılığı olan bir gemiye, para ödemek suretiyle bindikleri, denize dayalı bir seyahat*” olarak tanımlanabilir (Wild ve Dearing, 2000: 319).

Kruvaziyer turizm seyahatlerinde kullanılan gemilerin tanımları da yapılabilir. Bu konuda uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA)’nin tanımı şöyledir: “*Seyahati programlanmış, derin sularda iki gün ya da daha fazla kalan, en az 100 yolcu kapasiteli gemidir.*” Bu tanıma göre yük taşıyan gemilerle kısa mesafeli tur yapan operatörler, feribotlar ve teknelerin kapsam dışı tutulduğu görülmektedir. Mesela Yunan adaları arasında veya Yunan adalarıyla Türkiye limanları arasında günlük yolcu taşıyan ya da kısa tur yapan teknelerin ya da feribotların, kruvaziyer turizme dahil olması mümkün değildir (www.cruising.org).

Son olarak, kruvaziyer tanımını yaparak konunun içeriğinin anlaşılması daha da kolaylaşabilir: “*kruvaziyer; konukların, belli bir rotada değişik destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için, bir ücret ödeyerek yaptıkları seyahattir*” (Wild ve Dearing, 2000: 319). Buna göre, amacı taşıma veya ulaştırma değil, konukları olan turistleri ağırlamak olan ve bu amaçla her türlü hizmet donanımına sahip bulunan büyük gemilerle

yapılan deniz seyahatleri, kruvaziyer turizmin ana eksenini oluşturmaktadır.

Kruvaziyer seyahatlerde insanlar hem seyahat ettikleri geminin imkânlarından faydalanabildiği gibi hem de görmek istedikleri destinasyonları aynı tur programı içinde ziyaret edebilmektedir. Seyahat aracı olarak kullanılan gemilerin konaklama, yeme-içme, eğlence gibi hizmetlerin sunulduğu bir tatil köyü niteliği taşımasının yanında aynı zamanda konukların farklı destinasyonlara daha güvenli ve daha rahat bir şekilde ulaşımını da sağlayan bir taşıma aracı olması kruvaziyer turizminin farklı bir turizm çeşidi olarak nitelendirilmesini sağlamıştır.

Dünya Turizm Örgütü'ne göre kruvaziyer turizm için üç temel gerçek söz konusudur (UNWTO, 2003: 24).

- Karada gerçekleşen tatiller ile doğrudan rekabet halinde bulunan, boş zaman seyahatleri içinde yer alan farklı bir kategoridir.
- Büyüyen bir üründür ve arz kaynakları arttıkça ilgili talep de eşit bir şekilde oluşur.
- Kruvaziyer seyahatlere ilişkin dünya çapındaki tanıtım süreci ABD pazarındaki başarıya dayanmaktadır ve çoğu pazarda kruvaziyerler arza ve talebe yönelik modern şekilde tasarlanmaktadır.
-

Dünya Turizm Örgütü'nün 2020 Turizm Vizyonu raporuna göre, kruvaziyer bir gemi ile ülkeye giriş yapan kruvaziyer yolcular, gemi birkaç gece aynı limanda kalsa bile konaklama için her gece gemiye geri dönmeleri nedeni ile gününbirlik ziyaretçi tanımı içinde yer almaktadır. Ayrıca turistik seyahat yapan kruvaziyerler sadece denizde yapılan turistik yolculukları ifade etmekte olup kıyı seyahatlerini, nehir seyahatlerini ve feribot seferlerini kapsamamaktadır (www.unwto.org).

KRUVAZİYER TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Gemilerin bir denizyolu ulaşım aracı olarak kullanımı, M.Ö. 6000-5000 yıllarına uzanmaktadır. Günümüzde ticari olarak kullanılan gemiler eski zamanlarda sadece taşıma, bir yerden bir yere ulaşım amacıyla kullanılırken, savaş zamanlarında bu gemilerin bir savaş aracı olarak da kullanıldığı bilinmektedir.

Gemilerin modern anlamda bir seyahat aracı olarak kullanılmaya başlanması 1800'lü yıllara tekabül etmektedir. 1800'lü

yılların başında gemilerin taşıma kapasiteleri sınırlı sayıda ve yakın mesafelerde seyir edebilecek koşullara sahipti. Sanayi devriminden sonra buharlı gemilerin geliştirilmesi ile yolculuklar daha hızlı olmaya başlamış ve zaman içinde daha programlı ve daha uzun mesafeleri kat edebilen, daha fazla insanı ağırlayabilen gemiler inşa edilmiştir.

Kruvaziyer turizm tarihi hakkında 1800'lü yıllarda kruvaziyer gelişmeler kronolojik olarak Tablo 1.'de gösterilmektedir.

Tablo 1. 1800'lü Yıllarda Kruvaziyer Gelişmeler

Tarih	Kruvaziyer Gelişmeleri
1801	Krank donanımlı ilk yandan çarklı gemi, "Charlotte Dundas", İskoçya Forth- Clyde Kanalı üzerinde hizmete girdi.
1807	İlk buharlı yolcu gemisi Robert Foulton tarafından tasarlanan "Cleremont", ilk seferini Hudson Irmağı boyunca New York-Albany arasında yaptı.
1808	Amerikan buharlı vapuru "Phoenix" New York'dan Philadelphia'ya ilk açık deniz yolculuğu yaptı.
1811	Mississippi Nehri üzerinde işleyen ilk gemi "New Orleans" faaliyete geçti.
1819	İlk defa ABD yapımı "Savannah" buharlı gemisi Atlas Okyanusu'nu geçti.
1835	İlk kruvaziyer reklamı P&O Cruises tarafından bir gazeteye verilen Shetland and Orkneys adaları çevresinde gerçekleşen bir kruvaziyer reklamı oldu.
1837	Peninsular Steam Navigation Company kuruldu. İngiltere ile İber yarımadası arasında gerçekleşen ilk taşımacılık hattı oldu.
1838	İngiliz gemisi "Sirius", Atlas Okyanusunu tam anlamıyla buhar gücüne dayanarak geçen ilk gemi oldu. Aynı tarihte Great Western, Bristol-New York arası 15 günde aştı ve düzenli okyanus aşırı sefer yapan ilk buharlı gemi oldu.
1840	Samuel Conard ilk düzenli transatlantik vapur hattını kurdu.
1843	Isambard Kingdom Bruner tarafından tasarlanan demirden yapılan ve pervaneyle işleyen ilk büyük yolcu gemisi "Great Britain" suya indirildi.
1844	P&O şirketi "SS Iberia" gemisi ile kutsal topraklara kruvaziyer tur düzenledi. Bu tur Londra'dan hareket ederek Vigo, Lisbon, Malta, İstanbul, and Alexandria şehirlerini içine alan bir rotada gerçekleşti.
1858	Müşteriler P&O şirketine ait olan "Ceylon" gemisi ile seyahat edebilmek için ücret ödediler.
1874	Cunard şirketinin düzenlediği popüler olarak kabul edilen 13 haftalık Akdeniz- Karadeniz güzergahlı bir ring kruvaziyer turu düzenlendi.
1881	Cunard şirketine ait elektrik ile aydınlatılan ilk okyanus gemisi "Servia" denize indirildi.
1893	Cunard şirketine ait ilk yelkensiz gemiler "Campania" and "Lucania" denize indirildi.

Kaynak: Boniface ve Cooper, 2009; Cartwright ve Baird, 1999; Boileau, 2006; Gibson, 2006; Stopford, 2009; Klein, 2002; Dickinson ve Vladimir, 2008; www.oasisoftheseas.com, www.cunard.com, www.pocruises.com, www.cruiseserver.net.

1900'lü yıllara kadar talep gören kruvaziyer seyahatler II. Dünya Savaşı ile bir duraklama dönemine girmiştir. Daha sonraki yıllarda da havayollarındaki gelişim, insanların kruvaziyer turlara olan talebini düşürmüştür. Kruvaziyer sektörü *fly-cruise* isimli yeni bir ürün geliştirerek, hava yolları ile ortak çalışmaya başlamış ve kruvaziyer sektörü tekrar bir canlanma yaşamıştır. Hatta günümüzde havayolları ve kruvaziyer turların paket tur halinde satıldığı online seyahat acenteleri bulunmakta, gün geçtikçe kruvaziyer seyahatlere olan ilgi ve katılım artmaktadır.

Tablo 2. 1900'lü Yıllarda Kruvaziyer Gelişmeler

Tarih	Kruvaziyer Gelişmeleri
1901	"Celtic", White Star şirketi tarafından denize indirildi.
1906	Cunard şirketine ait "Lusitania" and "Maurefania" denize indirildi ve Atlantik'de tur yapan döneminin en büyük ve en hızlı gemileri oldular.
1910	White Star şirketi tarafından döneminin en geniş ve en lüks üç yolcu gemisinden biri olan "Olympic" tanıtıldı.
1912	Titanik kazası gerçekleşti.
1912	Cunard şirketi "Laconia" ve "Franconia" yolcu gemilerini tanıttı.
1914	I Dünya Savaşı başladı.
1920	Cunard ve diğer şirketler Amerika'da içki yasağı olduğu süreçte Küba, Bermuda ve Bahamalar gibi içki ve kumara izin veren limanlara üç günlük Booze Cruise düzenledi.
1934	Cunard- White Star Line şirketlerinin oluşturduğu yeni bir şirket "RMS Queen Mary" yolcu gemisini denize indirdi.
1939	II. Dünya Savaşı başladı ve kruvaziyer sektörünün gelişmesi yavaşladı.
1940	Cunard- White Star Line şirketlerinin ikinci büyük lüks gemisi "Queen Elizabeth" ilk seferini gerçekleştirdi. "Queen Elizabeth" 1938 yılında inşa edilmiş olmasına rağmen 1940 yılında "Queen Mary" ile birlikte II Dünya savaşı ile askeri amaçlı kullanılmıştır.
1951	American Export Line, "Independence" ve "Constitution" isimli iki gemi inşa etti.
1958	İlk transatlantik ticari jet uçağının deniz aşırı yolculuk yapması nedeniyle çok sayıda kruvaziyer şirketin işlerinde düşüş oldu.
1960	Kruvaziyer sektörü havayolu ulaşımının gelişimi ile bir çöküş yaşandı.
1960	Royal Mail Line şirketinin "Andes" gemisi İngiltere'nin ilk kruvaziyer gemisi oldu.
1965	Kruvaziyer endüstrisi iyileşme göstermeye başladı.
1970	Yeni kruvaziyer şirketleri kuruldu. Ayrıca bu dönemde havayolları ile anlaşmalar yapılarak yeni bir kruvaziyer modeli (<i>fly-cruise</i>) oluşturuldu.
1970	"The Love Boat" televizyon programı insanların kruvaziyerlere olan ilgisini arttırdı.
1990	Konsolidasyon ve küreselleşme ile beraber şirketler arası birleşmeler ve devralmalar yaşandı.

Kaynak: Boniface ve Cooper, 2009; Cartwright ve Baird, 1999; Boileau, 2006; Gibson, 2006; Stopfort, 2009; Klein, 2002; Dickinson ve Vladimir, 2008; www.oasisoftheseas.com, www.cunard.com, www.pocruises.com, www.cruiseserver.net.

Kruvaziyer sektörünün gelişimi son yıllarda hızlanarak devam etmektedir. Kruvaziyer gemiler daha büyük kapasiteli inşa edilmeye başlanmış, uzun süreli ve uzun mesafeli turlara çıkabilecek konuma gelmişlerdir. Tüm dünyada özellikle kruvaziyer turizm sektörünün ekonomik getirisinin yüksek olduğunun fark edilmesi ile kaliteli ve lüks limanlar inşa edilmeye ve yeni destinasyonlar keşfedilmeye başlanmıştır. Örnek olarak Türkiye'nin kruvaziyer turizm sektöründeki değeri dünya çapındaki büyük şirketlerin dikkatini çekmiş ve İzmir, Antalya, İstanbul, Marmaris'e yeni rotalar ile gemiler tur düzenlemeye başlamıştır. Ayrıca Karadeniz'den yine Karadeniz'e kıyısı olan ülkelere İstanbul üzerinden tur güzergâhları oluşturulmaktadır.

Tablo 3. 2000'li Yıllarda Kruvaziyer Gelişmeler

Tarih	Kruvaziyer Gelişmeleri
2000	Kruvaziyer sektöründe pazar bölümlenmeye gidilmeye, kruvaziyer ürünü farklı özelliklerine göre çeşitlilik göstermeye başladı.
2009	Royal Caribbean şirketi tarafından "Oasis of The Seas" kruvaziyer gemisi 2009 Aralık ayında denize indirildi.
2010	Oasis of The Seas kruvaziyer gemisinin ikiz kardeşi "Allure of the Seas" gemisi Royal Caribbean şirketi tarafından denize indirildi.
2011	MSC şirketine ait "Meraviglia" gemisi, Carnival şirketine ait "Carnival Magic" gemisi, Disney şirketine ait "Disney Dream" gemisi, Oceania şirketine ait "Oceania-Class" gemisi, Costa şirketine ait "Costa Favolosa" gemisi denize indirildi.
2012	MSC şirketine ait "Musica" ve "Favolosa" gemileri, Disney şirketine ait "Disney Fantasy" gemisi, Costa şirketine ait "Costa Fascinosa" gemisi, Carnival şirketine ait "Carnival Breeze" gemileri denize indirildi. Bu gemilerle birlikte dünyada toplam 13 yeni gemi denize indirilmiştir.
2012	Costa şirketine ait "Costa Concordia" isimli kruvaziyer gemisi, 4234 kişiyle Roma'nın batısındaki Civitavecchia kentinden, kuzeybatıdaki Savona kentine doğru yol almak için hareket halinde iken Giglio adası açıklarındaki kayalıklara çarpıp yan yattı. Kazada pek çok kişi hayatını kaybetti.
2013	8 farklı kruvaziyer şirkete ait yatak kapasiteleri toplam 12125 olan 11 yeni gemi denize indirilmiştir. 2.3 Milyar Amerikan doları yatırım yapılmıştır.
2014	9 farklı kruvaziyer şirkete ait 16702 yatak kapasiteli toplam 13 yeni gemi inşa edilmektedir. 3.3 Milyar Amerikan Doları yatırım yapılmaktadır. 2014 yılı içerisinde denize indirilmesi beklenmektedir.
2015	Holland Amercia Line, Norwegian Cruise Line ve Royal Caribbean International Şirketlerine ait 10960 yatak kapasiteli toplam 3 yeni gemi inşa edilmektedir. 2.4 Milyar Amerikan Doları yatırım yapılmaktadır. 2015 yılı içerisinde denize indirilmesi beklenmektedir.
2016	Royal Caribbean Şirketi toplam 9400 yatak kapasiteli 2 adet kruvaziyer gemi siparişi vermiştir. Toplam yatırım 2 Milyar Amerikan Dolarıdır. 2016 yılı içerisinde denize indirilmesi beklenmektedir.

Kaynak: Boniface ve Cooper, 2009; Cartwright ve Baird, 1999; Boileau, 2006; Gibson, 2006; Stopfort, 2009; Klein, 2002; Dickinson ve Vladimir, 2008; www.oasisoftheseas.com, www.cunard.com, www.pocruises.com, www.cruiseserver.net, <http://www.cruising.org>.

Kruvaziyer şirketleri her geçen gün gelişirken, kruvaziyer turlara olan talep de gün geçtikçe artış göstermektedir. Kruvaziyer şirketleri birbirinden ihtişamlı büyük yolcu kapasiteli yeni gemi siparişleri ile sektörün 2012-2016 yılları arasında daha da büyümesi için yatırımlarını sürdürmektedir.

POPÜLER KRUVAZİYER TURİZM DESTİNASYONLARI

Kruvaziyer turlar, uğranacak olan destinasyonların coğrafi özelliklerine göre değişiklik göstermektedir. Destinasyonların iklim koşulları, havanın nemli veya rüzgârlı oluşu, güneşli veya bulutlu olması ve hatta fırtına hortum riskinin olup olmaması gibi faktörler seyahatlerin rotasını değiştirebilmektedir. Kruvaziyer gemiler sıcak ve sakın denizlerde odaklanma eğilimindedirler (Gibson, 2006: 44). Ancak son yıllarda kruvaziyer turlar macera severler için sıcak iklimden ziyade farklı özelliklere önem vermektedir. Örneğin kruvaziyer turların güzergâhlarının sahip olduğu bitki örtüsü, vahşi doğa, ender görülen canlı türleri, buzullar gibi özellikler önemli çekici faktörler olmaktadır.

Karayıpler, Akdeniz ve Güney Pasifik iklimlerinin sıcak olmasından dolayı geçmişten günümüze popüler kruvaziyer rotaları haline gelmişlerdir. Son yıllarda özellikle kruvaziyer gemilerin daha modern ve teknolojik yapılmaya başlanmasından sonra Alaska, Güney Okyanusu ve Kutuplar gibi soğuk ve uzak destinasyonlara da kruvaziyer turlar düzenlenebilmektedir (Sharpley, 2006: 45).

Kruvaziyer turizmde en fazla yatak kapasitesi Karayıpler bölgesinde bulunmaktadır. Karayıpler'i ikinci sırada takip eden bölge ise ılıman iklimi, coğrafi özellikleri ve doğal tarihi çekici özellikleri ile dikkati çeken Akdeniz Bölgesi'dir. Üçüncü sırada ise Kuzey Amerika Bölgesi yer almaktadır (CLIA, 2011).

Karayıpler

Dünyanın en popüler kruvaziyer turizm destinasyonu Karayıpler'dir. Karayip bölgesi İngiltere, Fransa, Hollanda ve İspanya'nın sömürgesi olduğu için Afrika ve Avrupa'ya özgü kutlama şekilleri, müzikleri, yemekleri, dinleri ve dilleri ile çok zengin bir kültüre sahiptir. Bölge kruvaziyer turlar için elverişli iklime ve doğal güzelliklere sahip olup coğrafi konum bakımından da ilgi çekmektedir (Lew vd., 2008: 326).

Karayip bölgesi irili ufaklı adalardan meydana gelmektedir. Karayip bölgesinde yer alan adalar; Anguilla, Antigua & Barbuda,

Aruba, Bahamalar, Barbados, Belize, Bermuda, Bonaire, İngiliz Virgin Adaları, Cayman Adaları, Cuba, Curacao, Dominica, Grenada, Guyana, Dominik Cumhuriyeti, Guadeloupe, Jamaica, Martinique, Montserrat, Puerto Rico, St. Barts, St. Eustatius, St. Kitts, Nevis, St. Lucia, St. Maarten, St. Vincent ve Grenadines, Suriname, Trinidad ve Tobago, Turks ve Caicos, Amerikan Virgin Adaları ve Venezuela'dır. Şekil 1.'de bu adaların gösterildiği Karayipler haritası yer almaktadır.



Şekil 1. Karayipler

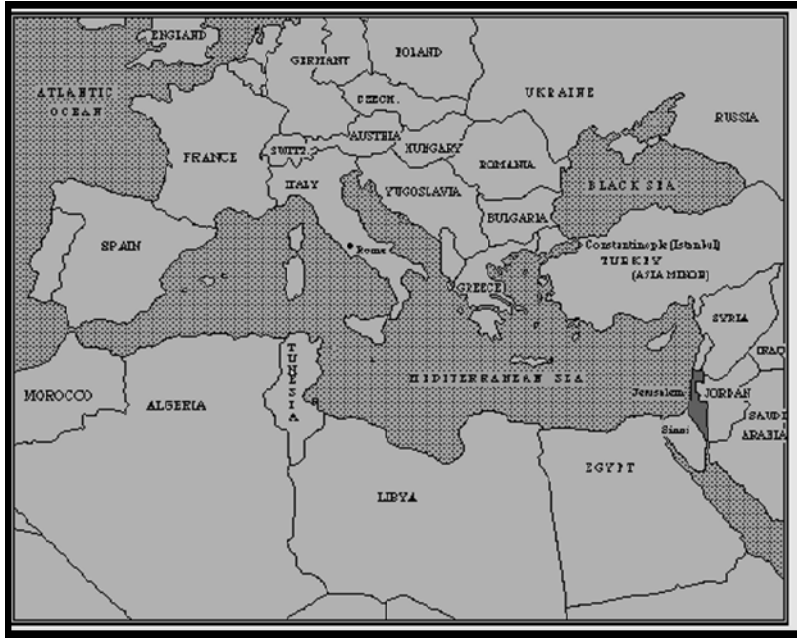
Kaynak: Karayipler – Karayip Adaları, www.karayip-adalari.com.

Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu sınıflandırmaya göre Bahamalar ülkesinin Nassau bölgesi, Porto Rico ülkesinin San Juan şehri, Amerikan Virgin Adaları ülkesinin St. Thomas şehri, St. Maarten şehri, Antigua ülkesinin Antigua şehri; Doğu Karayipler olarak sınıflandırılmakta, Birleşik Devletler ülkesinin Key West şehri, Cayman Adaları ülkesinin Cayman Adaları şehri, Jamaica ülkesinin Kingston şehri; Batı Karayipler olarak sınıflandırılmakta, Barbados ülkesinin United States şehri, Çuraçao ülkesinin Dutch Antilles/Holland şehri; Güney Karayipler olarak sınıflandırılmaktadır (Gibson, 2006: 45-50). Karayip Turizm Örgütü'nün verilerine göre Karayip Bölgesi'nde en fazla ziyaret edilen adalar Bahamalar, Cayman Adaları, Cosumel Adası, Porto Rico, St. Maarten ve Virgin Adaları olduğu belirtilmektedir (www.onecaribbean.org).

Akdeniz ve Avrupa Ülkeleri

Akdeniz Bölgesi, kruvaziyer turizm destinasyonları arasında en çok ziyaret edilen ikinci bölge konumundadır. Birbirinden önemli limanların ve büyük kruvaziyer şirketlerinin Akdeniz Bölgesinde bulunması, ılıman iklime sahip olması, tarihi, dini ve doğal çekiciliklerinin çokluğu ve coğrafi özelliklerinin elverişli olmasının avantajlarını kullanmaktadır.

11 Eylül olaylarından sonra, kruvaziyer şirketler rotalarında değişikliklere gittiler ve Avrupa ülkelerine, Akdeniz'e ve Kutsal Topraklara yönelik turlarını geçici olarak durdurdular. Bu bölgelere olan talebi, Karayipler, Alaska, Kanada ve Yeni İngiltere bölgelerine turlar düzenleyerek yönlendirmişlerdir. Zamanın ilerlemesi ile daha sonraki yıllarda iptal edilen turlar yeniden canlanmaya başlamıştır (Miller ve Grazer, 2006: 75). Şekil 2.'de Avrupa ve Akdeniz Ülkelerinin gösterildiği harita yer almaktadır.



Şekil 2. Akdeniz ve Avrupa Ülkeleri

Kaynak: Europe and Mediterranean Map, www.goodnewspirit.com.

Akdeniz bölgesi ve Avrupa ülkelerindeki pek çok liman büyük kruvaziyer gemileri ağırlayabilecek kapasitededir. Ayrıca yeni limanlar inşa edilmeye devam etmektedir. Destinasyon sayısındaki artış bu bölgelere olan tur sayısını arttırmakta ve talep de buna paralel

olarak artmaktadır. Akdeniz ve Avrupa ülkelerindeki önemli kruvaziyer destinasyonlar Tablo 4.'te yer almaktadır. Bu destinasyonlardan özellikle Dubrovnik, İstanbul, Marmaris ve Malta son yıllarda en popüler kruvaziyer destinasyonlardır. Avrupa Kruvaziyer Konseyi'nin 2011 yılında yayımladığı Kruvaziyer Turizm Raporuna göre 2010 yılı sonunda 5.28 milyon yolcu Avrupa limanlarından kruvaziyer turlara katılmıştır. Bu yolcuların yaklaşık %75'i Avrupalı yolculardan oluşmuş ve bu yolculuklar genellikle Akdeniz, Baltık ve diğer Avrupa bölgelerine yönelik gerçekleşmiştir (<http://www.europeancruisecouncil.com>).

Tablo 4. Akdeniz ve Avrupa Ülkelerindeki Önemli Kruvaziyer Destinasyonlar

Ülke	Destinasyon
Birleşik Krallık	Southampton, Dover
Portekiz	Lizbon
Finlandiya	Helsinki
Danimarka	Kopenhag
Rusya	St. Petersburg
Estonya	Tallin
İsveç	Stockholm
İspanya	Barselona, Malaga, Valencia
Mayorka	Palma
Polonya	Gdynia
Norveç	Oslo, Bergen
İtalya	Venice, Napoli, Civitavecchia, Savona, Livorno
Hırvatistan	Dubrovnik
Yunanistan	Pire, Santorini, Rodos, Mykonos
Hollanda	Amsterdam
Almanya	Kiel, Bremerhaven
Türkiye	İstanbul, Kuşadası, İzmir, Alanya, Sinop, Trabzon, Mersin
Malta	Vallette
Fransa	St.Tropez, Marsilya
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	Limasol
Tunus	Bizerte, Sousse, La Goulette

Kaynak: Boniface, C. (2000). "Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism", 43-44; Philip G. (2006). "Cruise Operation Management", 2006, 50-56; Association of Mediterranean Cruise Ports, (<http://www.medcruise.com>); CLIA, (www.cruising.org), ECC, (www.europeancruisecouncil.com).

Kuzey Amerika Bölgesi

Kuzey Amerika kruvaziyer turizmi, Karayipler ve doğu sahillerindeki limanlara doğru en önemli büyümeyi 2000'li yılların başlarında gösterdi. Meksika'dan Güney Kaliforniya bölgesine düzenlenen kruvaziyer turlar, gemi veya yolcu sayısı bakımından Karayiplere rakip olmasa da kruvaziyer turizm endüstrisinin istikrarlı bir pazarı haline gelmiştir. Alaska ise iklim ve coğrafi koşulları bakımından kruvaziyer sektörde sadece Mayıs-Eylül dönemlerinde aktif halde bulunmaktadır. Büyük yolcu gemileri ile küçük kruvaziyer gemileri kruvaziyer sektörünün tüm mevsimlere yayılmasını, sürekli ve sağlıklı bir büyüme olmasını sağlamıştır. Ayrıca bugün dünyanın da en büyük kruvaziyer birlik ve dernekleri aynı coğrafyada kurulmuş, dolayısıyla bölgenin kruvaziyer sektöründeki gelişimi de devam etmiştir. Şekil 3'te görüldüğü gibi Kuzey Amerika Bölgesi, Kanada, Amerika Birleşik Devletleri ve Meksika'yı içine almaktadır.



Şekil 3. Kuzey Amerika

Kaynak: North America Map, www.worldatlas.com.

Tablo 5'te Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA)'nin yayımladığı pazar araştırma sonuçları bulunmaktadır. Buna göre 2013 yılında dünya çapında 20.9 milyon kişi kruvaziyer turlara katılmış, kruvaziyer yolcuların 12.69 milyon kişisi Kuzey Amerika Bölgesi'ne, 5.66 milyon kişisi Avrupa ülkelerine ve 2.62 milyon kişisi de diğer

ülkelere seyahat ettiği ve Kuzey Amerika Bölgesi'nin kruvaziyer turizm pazarının en önemli paydaşı olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Global Kruvaziyer Turizm Pazarları

Bölge	2005	2010	2013
Kuzey Amerika	9.960	11.110	12.690
Avrupa	3.150	5.540	5.663
Dünyanın Geri Kalan Kısmı	1.210	2.250	2.622
Toplam (X 1000)	14.320	18.800	20.976

Kaynak: CLIA, Cruise Market Profile, 2011 ve <http://www.cruisemarketwatch.com/growth/> sitesinden 01.01.2014 tarihinde derlenerek oluşturulmuştur.

KRUVAZİYER DERNEKLER VE BİRLİKLER

Tablo 6.'da dünyada yer alan kruvaziyer derneklerinin ve birliklerin isimleri ve kuruluş yerlerine yönelik bilgiler yer almaktadır.

Tablo 6. Kruvaziyer Dernekleri ve Birlikleri

Kruvaziyer Dernekler ve Birlikler	Kısaltmalar	Kuruluş Yeri
Kruvaziyer Hatları Birliği (Cruise Lines International Association)	CLIA	New York
Avrupa Kruvaziyer Konseyi (European Cruise Council)	ECC	Belçika
Uluslararası Kruvaziyer Hatları Konseyi (International Council of Cruise Lines)	ICCL	Washington, DC
Florida-Karayibler Kruvaziyer Birliği (Florida-Caribbean Cruise Association)	FCCA	Miami
Alaska Kruvaziyer Derneği (Alaska Cruise Association)	ACA	Alaska
Kuzey Batı ve Kanada Kruvaziyer Derneği (North West & Canada Cruise Association)	NWCCA	Kanada
Yolcu Taşımacılığı Birliği (Passenger Shipping Association)	PSA	London
Akdeniz Kruvaziyer Limanları Derneği	MEDCRUISE	Roma
Croisimer	CROISIMER	Paris
Verband der Faehrschiffahrt un Faetouristik	VFF	Hamburg
Uluslararası Cruise Konseyi Avustralasya (International Cruise Council Australasia)	ICCA	Sydney
Japonya Açık Deniz Yolcu Gemisi Birliği (Japan Oceangoing Passenger Ship Association)	JOPSA	Tokyo

Kaynak: Dowling, Ross Kingston (2006). "The Cruising Industry", Cruise Ship Tourism, s. 16.

Kruvaziyer sektörünün gelişmesiyle, kruvaziyer hatları birleşerek kruvaziyer birliklerini oluşturmuşlardır. Farklı coğrafyalarda kurulmuş bu birlikler hem o coğrafyadaki hem de dünyadaki kruvaziyer sektörünün büyümesini, güvenliğini amaçlamakta ve çeşitli alanlarda çalışarak kruvaziyer turizm sektörünün gelişmesini desteklemektedirler.

KRUVAZİYER GEMİLERİN SINIFLANDIRILMASI

Kruvaziyer turların en temel unsuru olan kruvaziyer gemiler, zaman içinde talebe göre şekillenerek farklı özellikler kazanmıştır. Bu özellikler gemilerin hem fiziksel özellikleri hem de sundukları mal ve hizmetlere ilişkin olarak değişmektedir. Kruvaziyer gemiler Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği tarafından Lüks, Yüksek Kalite, Modern, Özel ya da Niş ve Geleneksel olarak beş ayrı kategoride sınıflandırılmıştır (CLIA, 2009):

- *Lüks Gemiler*; Bu gemiler genellikle az sayıda insana hizmet veren küçük gemilerdir. Yüksek kalitede mal ve hizmet sunan bu gemilerde her turiste en az bir kişi hizmet eder. Bu özelliklerinden ötürü beş yıldızlı statüsünde değerlendirilmektedir.
- *Yüksek Kalite Gemiler*; Lüks gemilerin bir alt sınıfı olarak değerlendirilirler. Bu gemiler çocuklar, genç yetişkinler ve daha büyük yetişkinlere yönelik aktiviteler sunabilmektedir.
- *Modern Gemiler*; Lüks gemilere göre daha fazla turiste hizmet sunabilecek olanaklara sahip gemilerdir. Gemiler golf, tırmanma duvarı, yüzme havuzları, buz pateni gibi farklı aktiviteleri gerçekleştirebilme olanakları sunar. Fiyatları lüks ve yüksek kaliteli gemilere göre daha uygundur.
- *Özel ya da Niş Gemiler*; Temalı gemiler olarak da ifade edebileceğimiz bu gemiler müşteri talebine göre farklı konseptte sahip gemilerdir. Macera gemisi olabileceği gibi kültürel konseptte bir gemi de olabilmektedir. Bu gemiler güzergâhlarını da özelliklerine uygun olarak belirlemektedir.
- *Geleneksel Gemiler*: "*Budget*" olarak da ifade edilen bu gemiler daha uygun fiyatta mal ve hizmet sunan, genellikle klasik olarak dizayn edilmiş gemilerdir. Diğer gemilere oranla biraz daha eski ve daha az aktivite olanağı sunmaktadırlar.

KRUVAZİYER GEMİ ŞİRKETLERİ

Bu başlık altında dünyanın en büyük kruvaziyer şirketleri ve onların sahip oldukları hatlar, gemiler ve bu gemilerin kapasitelerine yer verilmektedir.

Carnival Kruvaziyer Şirketi

Carnival Şirketi 1972 yılında kurulmasına rağmen 1994 yılına kadar varlığını gösterememiş, ancak zaman içinde kruvaziyer sektörünün içinde yer alan güçlü şirketleri de bünyesine katarak dünyanın en önemli kruvaziyer şirketi olmuştur.

Carnival şirketi en büyük 10 kruvaziyer hattına ve 103 kruvaziyer gemiye sahiptir. Ayrıca Carnival Şirketi pek çok büyük kruvaziyer markasına da sahiptir. Bu şirketler Holland America Line, Cunard, P&O, P&O Australia, Costa Cruises, Princess Cruises, İbero Cruises, SeaBourn ve AIDA şirketleridir (www.carnival.com). Tablo 7’de Carnival Kruvaziyer Şirketinin sahip olduğu markalar ve bu markaların kapasiteleri verilmektedir.

Tablo 7. Carnival Şirketi Kruvaziyer Markaları ve Kapasiteleri

Kruvaziyer Markaları	Kruvaziyer Gemi Sayıları	Yolcu Kapasiteleri
Carnival Cruise Lines	24	62370
Princess Cruises	17	37470
Costa Cruises	14	31640
Holland America Line	15	23110
AIDA Cruises	10	18970
P&O Cruises	7	14970
P&O Cruises Australia	4	6910
Cunard Line	3	6690
Ibero Cruises	3	4610
The Yachts of Seabourn	6	1970
TOPLAM	103	208710

Kaynak: <http://www.cruisemarketwatch.com/capacity/> sitesinden 01.01.2014 tarihinde derlenerek oluşturulmuştur.

Royal Caribbean International Kruvaziyer Şirketi

Royal Caribbean Kruvaziyer Şirketi dünyanın ikinci büyük kruvaziyer şirkettir. Şirket, Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Pullmantur, Azamara Kulüp Cruises ve CDF Croisières de France markalarına ve TUI Cruises markasının da %50'sine sahiptir. Şirketin toplam 97610 yolcu kapasitesi ve 40 gemisi mevcuttur (www.rclinvestor.com).

Tablo 8'de Royal Caribbean International markasının gemileri ve kapasitelerine yer verilmektedir. Ayrıca Royal Caribbean International Şirketi *Allure of the Seas* ve *Oasis of the Seas* olmak üzere dünyanın en yüksek kapasiteli 2 gemisine sahiptir.

Tablo 8. Royal Caribbean Şirketi Kruvaziyer Markaları ve Kapasiteleri

Kruvaziyer Markaları	Yolcu Kapasiteleri	Kruvaziyer Gemi Sayıları
Royal Caribbean International	22	62220
Celebrity Cruises	11	4320
Pullmantur Cruises	4	7820
CDF Cruises	1	1830
Azamara Cruises	2	1420
TOPLAM	40	97610

Kaynak: <http://www.cruisemarketwatch.com/capacity/> sitesinden 01.01.2014 tarihinde derlenerek oluşturulmuştur.

Diğer Kruvaziyer Şirketleri

Carnival ve Royal Caribbean kruvaziyer şirketleri dışında yer alan toplam 31 kruvaziyer şirketinin yolcu kapasiteleri ve gemi sayıları Tablo 9'da gösterilmektedir. Tablo 9 incelendiğinde MSC Cruises ve Norwegian şirketlerinin yolcu kapasiteleri ve gemi sayıları bakımından diğer şirketlerden büyük oldukları anlaşılmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA)'nin yayınladığı pazar araştırma sonuçlarına göre 2013 yılında dünya çapında 20.9 milyon kişi kruvaziyer turlara katılmış, kruvaziyer yolcuların 12.69 milyon kişisi Kuzey Amerika Bölgesi'ne, 5.66 milyon kişisi Avrupa ülkelerine ve 2.62 milyon kişisi de diğer ülkelere

seyahat ettiği ve Kuzey Amerika Bölgesi'nin kruvaziyer turizm pazarının en önemli paydaşı olduğu görülmektedir. Kuzey Amerika Bölgesini, Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu Avrupa ülkeleri takip etmektedir.

Tablo 9. Diğer Kruvaziyer Şirketleri

Kruvaziyer Markaları	Yolcu Kapasiteleri	Kruvaziyer Gemi Sayıları
MSC Cruises	31250	13
Norwegian	30170	12
Disney	8510	4
Thomson Cruises	7150	5
Star Cruises	7100	4
Hurtigruten	5740	14
Louis Cruises	4730	5
Oceania Cruises	4550	5
Fred Olsen	3970	4
TUI Cruises	3780	2
Phoenix Reisen	2600	3
Crystal	2060	6
Silversea	2060	2
Classic International Cruises	2000	5
Regent (Radisson)	1890	3
Saga Cruises & Sprit of Adventure	1880	3
All Leisure Holidays	1550	3
Cruise & Maritime Voyages	1450	2
Discovery World Cruises	1260	2
Hapag-Lloyd	1180	4
Ponant Yacht Cruises	1170	1
Ocean Star Cruises	1140	6
Celebration Cruise Line	890	1
Lindblad Expeditions	700	10
Windstar	600	3
Star Clippers Cruises	560	3
American Cruise Lines	360	4
Swan Hellenic	360	1
Voyages to Antiquity	340	1
Paul Gauguin (PGC)	320	1
Orion Expedition Cruises	270	2
SeaDream Yacht Club	220	2
Pearl Seas Cruises	210	1
Blount Small Ship Adventures	190	2
Hebridean Island Cruises	50	1
TOPLAM	132260	140

Kaynak: <http://www.cruisemarketwatch.com/capacity/> sitesinden 01.01.2014 tarihinde derlenerek oluşturulmuştur.

Kruvaziyer gemi yolcularının Avrupa'da seyahat etmeyi tercih ettikleri destinasyonlar arasında Doğu Akdeniz ve Türkiye yer almaktadır. Dünya turizm hareketleri içinde hep yükselen bir ivme

gösteren kruvaziyer turizm talebinin bir bölümü Türkiye'ye yönelmektedir. Bununla birlikte kruvaziyer turizm trendinin Türkiye'de iç talebi de harekete geçirdiği anlaşılmaktadır. İç talepteki anlamlı artış, İstanbul, İzmir ve Kuşadası limanları çıkışlı Karadeniz, Yunan adaları, Dalmaçya kıyıları ve İtalya'ya kruvaziyer turların başlamasına yol açmıştır. Türkiye'nin dış aktif kruvaziyer turizm talebi çoğunlukla limanlar ve çevresindeki hizmet arzına odaklanmıştır. Dünyada aldığı turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından ilk on ülke arasına girmeyi başaran Türkiye'nin turizmi çeşitlendirme ve bütün bir yıla yayma politikaları içerisinde kruvaziyer turizm artık ağırlıklı konu başlıklarından biri haline gelmiştir (Yaşar, 2012: 413).

Diğer seyahat türlerine göre daha güvenli olduğunun düşünülmesi, seyahat maliyetlerinin azalması ile fiyatlarının da düşmesi, özellikle Türkiye gibi fiyat unsurunun önemli olduğu gelişmekte olan ülkelerde de Kruvaziyer seyahate yönelik talebi artırmaktadır. Üç tarafının denizlerle çevrili olması, Avrupa kıtasına ve böylece önemli turizm merkezlerine olan yakınlığı gibi coğrafi konumu ve iklimsel özellikleri başta olmak üzere sosyo-kültürel ve tarihi yapısı, çok sayıda turistik aktivitelerin gerçekleştirilmesi gibi özellikleri, Türkiye'nin kruvaziyer turizm açısından güçlü yönleridir. Bunun yanında Türkiye'nin yeni/keşfedilmemiş bir bölge olması da turistlerin ilgisini çekmektedir. Ülkemizde pek çok liman kentinin bulunması ve bu kentlerin çevresel, kültürel ve tarihi bir çekicilik unsuru taşıması dünyadaki kruvaziyer turizm talebinin çekilebilmesi için önemli unsurlardır.

Ülkemiz kruvaziyer turizm potansiyelinin bu güçlü yönlerinin yanında zayıf yönlerinden de bahsetmek gereklidir. Talebi karşılayacak kapasitede limanların olmayışı, diğer ülkeler ile kıyaslandığında liman hizmet ücretlerinin yüksek olması, ülkemizde kruvaziyer turizme özendirme politikalarının yetersizliği, kruvaziyer turizm pazarına yerel katılım yetersizliği ve tutundurma çalışmalarının yetersiz olması zayıf noktalarımızdır. Kruvaziyer turizminin geliştirilebilmesi için sunulabilecek önerilerin merkezini ise bu sorunların çözümü oluşturabilir: Üç tarafı denizlerle çevrili ülkemizin limanlarının kapasitelerinin artırılması, yeni limanların inşa edilmesi, liman hizmetlerinden faydalanma karşılığında alınan ücretlerin dünya standartları seviyesine indirilmesi, vatandaşlarımızı kruvaziyer turizme özendirme çalışmalarının yürütülmesi, kruvaziyer turizm pazarında hizmet vermek adına yerel yatırımcıların katılımının sağlanması ve gerekli tutundurma çalışmalarının yapılması, dünya kruvaziyer turizm pazarında Türkiye'nin de yer almasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Association of Mediterranean Cruise Ports (2012). "Member Ports", <http://www.medcruise.com/page.asp?n=memberports>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Boileau, J. (2006). *Samuel Cunard: Nova Scotia's Master of the North Atlantic*, Halifax, Canada.
- Boniface, B. and Chris, C. (2009). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, 5.th edition, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Carnival Cruise Line. (2012). <http://www.carnival.com/>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Cartwright, R. and Carolyn B. (1999) *The Development and Growth of The Cruise Industry*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- CLIA (2009) "Cruise Market Overview", http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/2009_Market_Overview.pdf, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- CLIA (2011) "Cruise Market Overview", <http://cruising.org/sites/default/files/misc/2011FINALOV.pdf>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- CLIA (2012). "Cruise Market Overview", <http://cruising.org/sites/default/files/misc/2011FINALOV.pdf>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- CLIA (2012). "Cruise Market Profile", <http://cruising.org/regulatory/cliastatistical-reports>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Collins English Dictionary (2009). 1. Baskı, Collins Yayınları, İstanbul.
- Cruise Market Watch (2013). <http://www.cruisemarketwatch.com/capacity>, Erişim Tarihi: 01.01.2014.
- Cruise Server (2012). <http://www.cruiseserver.net/travelpage/cruiselines/index.asp>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Cunard Cruise Line (2012). <http://www.cunard.com/>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Dickinson, B. and Andy V. (2008). *Selling The Sea: An Inside Look at the Cruise Industry*, 2nd. Edition, John Wiley & Sons, New Jersey
- Dowling, R. K. (2006). *Cruise Ship Tourism*, CABI Publishing, Australia.
- Europe and Mediterranean Map (2012). www.goodnewspirit.com, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- European Cruise Council (ECC) (2012). "Cruise Tourism Report 2011",

- <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ecc.pdf>,
Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Gibson, P. (2006). *Cruise Operation Management*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Karayipler – Karayip Adaları – Karayip Ülkeleri (2012). <http://www.karayip-adalari.com/>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Klein, R. A. (2002). *Cruise Ship Blues: The Underside of The Cruise Ship Industry*, New Society Publishers, Canada.
- Lew, A. A.; C. Michael H. and Dallen J. T. (2008). *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Marketing Profs (2012). “*What are the differences between products and services?*”, http://www.marketingprofs.com/ea/qst_question.asp?qstID=897, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Miller, A. R. and William, F. G. (2006). “*Cruising and The North American market*”, *Cruise Ship Tourism*, Ed. by Ross Kingston Dowling, s: 74-85.
- Oasis of The Seas (2012). <http://www.oasisoftheseas.com>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- P&O Cruises (2012). <http://www.pocruises.com/>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Royal Caribbean Investor Relations (2012). <http://www.rclinvestor.com>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Sharples, R. (2006). *Travel and Tourism*, SAGE Publication, London.
- Stopford, M. (2009). *Maritime Economics*, 3. Baskı, Routledge, Oxon.
- The North America Map (2012). <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/namerica/namerica.htm>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Wild, P.; Dearing, J. (2000). “*Development of and prospects for cruising in Europe*”, *Maritime Policy And Management*, Vol 27, No.4, pp: 315–337.
- WTO (2003). *Worldwide Cruise Ship Activity*, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Spain.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2012). <http://unwto.org/en>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2012.
- Yaşar, O. (2012). “*The Popular Resort Port Of Cruise Tourism In The Eastern Mediterranean Basin: Turkey*” Vol:9 Issue:1 pp:412-440.

KRUVAZİYER YOLCULARIN LİMAN ALANINDA SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Görkem DİKEÇ¹
Yavuz BAYAR²
A. Güldem CERİT³

ÖZET

Bu çalışma, kruvaziyer limanlarına gelen yolcuların liman alanındaki mağazalardaki satın alma davranışlarının hangi değişkenlerin etkisinde olduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Keşifsel ve kısmen de tanımlayıcı olarak planlanan araştırma iki soruya ışık tutmayı hedeflemektedir. Birinci soru "Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma davranışları demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?" ikincisi ise "Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma ya da almama sebepleri nelerdir?" şeklindedir. Bu sorulardan hareketle literatür taraması gerçekleştirilmiş ve pilot bölge seçilerek anket uygulaması yapılmıştır. Pilot bölge olarak seçilen Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı'nda 10,15 ve 21 Kasım 2013 tarihlerinde kolayda örnekleme yöntemiyle kruvaziyer yolcularına anket uygulanmasının sonucunda 312 adet geçerli anket sayısına ulaşılmıştır. Araştırmaların sonucunda örneklem kapsamındaki kruvaziyer yolcuların satın alma davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Kruvaziyer yolcuların satın alma nedenleri incelendiğinde, katılımcıların alınan ürünleri en çok oranda beğendikleri için satın aldıkları, daha sonra sırasıyla hediye amaçlı, fiyatların iyi olması ve acıkma/susama nedenleriyle satın alma işlemi gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. Satın alma işlemi gerçekleştirilmeyen katılımcılar ise bu durumun nedenlerini "bir ürüne ihtiyaç duyulmaması, vaktisizlik, ödeme sorunu ve sadece hatıra eşyası satın alınması" şeklinde belirtmişlerdir. Yolcuların liman alanındaki mağazalardaki satın almalarına ilişkin memnuniyet düzeyine göre yapılan analizler sonucunda ise demografik değişkenlerden cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve medeni halin etkili olmadığı saptanmış olup, katılımcı sayıları uygun olan örneklem grupları için yaşanan ülke ve milliyet değişkenlerinin memnuniyet düzeyine etkide bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kruvaziyer, Liman, Satın Alma

¹ Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir; gorkem_dikec@hotmail.com;

² Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir; yavuzbayar35@hotmail.com;

³ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; gcerit@deu.edu.tr

1. GİRİŞ: KRUVAZİYER TURİZMİ VE EKONOMİK ETKİLERİ

Kruvaziyer gemisi turistik amaçlı olarak kullanılan bir yolcu gemisidir. Yolculuk ve gemi bir bütün olarak düşünüldüğünde; ulaştırma, konaklama, yeme-içme, gemi üstü eğlence aktiviteleri, yerel ve uluslararası liman şehir uğrakları ve kıyı gezintilerini kapsamaktadır (Teye ve Leclerc,1998).

Kruvaziyer gemilerle yapılan seyahatler sunulan ürün çeşitliliği, kalış süresi ve amacına göre beş ana kategoride toplanabilir (Diakomihalis, 2007):

1) Geleneksel Kruvaziyer Seyahatleri: Genellikle 14-21 gün süren, kalkış ve varış noktası aynı olan, seyahat süresince 4-6 arası farklı uğrak noktası olan seyahatlerdir.

2) Uçuş – Kruvaziyer Seyahatleri: Uçak ve kruvaziyer seyahatinin kombinasyonundan oluşur.

3) Mini Kruvaziyer Seyahatleri: 3-5 gün süren ve genellikle Ege Denizi gibi bölgelerde yapılan yolculuklardır.

4) Kruvaziyer ve Konaklama: Hem kruvaziyer yolculuğunu hem de belirlenmiş bölgelerdeki konaklamaları içeren yolculuklardır.

5) Kruvaziyer ve Eğitim Seyahatleri: Öğrencilerin eğitimleri ile birlikte yaptıkları, seyahat süresince derslerin, çeşitli önemli alanların ziyaret edilmesi gibi aktiviteleri kapsayan yolculuklardır.

Kruvaziyer turizmde yolcu sayılarının yıllar temelinde özetlendiği Tablo 1’de görüldüğü gibi 1990’lı yıllardan günümüze kruvaziyer turizmde katılan yolcu sayısı yaklaşık beş kat büyümüştür. Dünyada son on yılda gerçekleşen büyüme incelendiğinde 2012 yılı yolcu sayısı, 2002 yolcu sayısının yaklaşık olarak iki katıdır ve bu değer bir önceki on yıllık değişim oranındaki büyüklüğün devam ettiğini göstermektedir. Bu veriler çerçevesinde kruvaziyer turizmde ilgi ve katılımın hızla arttığı gözlenmektedir.

Dünya genelinde Türkiye’nin kruvaziyer turizmdeki konumu incelendiğinde ise 2012 yılında toplam 1587 gemi ve 2,095,673 yolcu ile %12.6’lık bir paya sahip olduğu görülmektedir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014; BREA, 2013). 2012 yılı verilerine göre önde gelen kruvaziyer limanları sırasıyla İstanbul (596.027 yolcu), Kuşadası (564,317 yolcu) ve İzmir (552,764 yolcu)’dir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014).

Tablo 1: Dünyada Kruvaziyer Yolcu Sayılarının Yıllara Göre Değişimi

Yıl	Yolcu Sayısı (x1000)	Değişim* (%)	Yıl	Yolcu Sayısı (x1000)	Değişim* (%)
1990	3,774	-	2002	8,648	15
1991	4,168	10	2003	9,526	10
1992	4,385	5	2004	10,460	10
1993	4,728	8	2005	11,180	7
1994	4,800	2	2006	12,006	7
1995	4,721	-2	2007	12,563	5
1996	4,970	5	2008	13,005	4
1997	5,380	8	2009	13,442	3
1998	5,868	9	2010	14,819	10
1999	6,337	8	2011	16,320	10
2000	7,214	14	2012	16,950	4
2001	7,499	4			

* Değişim: Bir Önceki Yıla Göre Değişim (%)

Kaynak: CLIA, 2011; BREA, 2013

Yukarıda bahsedilen yolcu sayılarındaki artışın sebebi gemilerin yolcu kapasitelerinin artması, yeni destinasyon seçeneklerinin çoğalması, şirketler tarafından yapılan promosyonlar ve gemilerde gerçekleştirilen etkinlik çeşitlerinin artması olarak gösterilebilir (Eser, 2006). Yolcu talebi bu tip hizmetlere ivme kazandırmaktadır ve turizm sektöründe talepte meydana gelen artışlar hem turizm hem de bağlantılı olduğu sektörlerde üretimi artırıcı bir etkiye sahiptir (Dilber, 2007).

Kalkınmakta olan ülkeler için uluslararası ticaretin önemi yadsınamaz. Ekonomik küreselleşmenin çok önemli bir düzeye ulaştığı günümüzde ülkeler küreselleşmenin fırsatlarından yararlanmaya çalışarak, bu gelişmeleri en iyi biçimde kullanıp kalkınmalarını hızlandırmak durumundadırlar (Seyidoğlu, 2003). Uluslararası ticaretin bir parçası olan turistik faaliyetler, içinde barındırdıkları konaklama, planlama, gezi organizasyonları ve satışlarının yanı sıra ulaşım ve inşaa gibi sektörler ile de ilişkilidirler. Turizm sektörünün bu dinamik yapısı diğer sektörlerin de gelişiminde rol oynamaktadır (Dilber, 2007).

Kruvaziyer turizmüne artan katılım ve ilginin yerel ve bölgesel ekonomiye etkisi ise iki ana başlıkta sınıflandırılmaktadır: doğrudan (birincil) ve dolaylı (ikincil) etkiler. Doğrudan etkiler, liman sistemindeki yük ve yolcu hareketleri ile ilgili liman sektörü hizmetleri, yeni liman yapımı, liman genişletilmesi veya liman iyileştirilmesi ile ilgili sermaye harcamaları gibi liman aktiviteleri sonucunda ortaya çıkan istihdam ve harcamaların ilk aşamasıyla oluşmaktadır (Atlay, 2003). Dolaylı etkiler ise doğrudan etkilere ekonomik açıdan bağımlı olan bölgedeki tüm aktiviteler şeklinde özetlenebilir (Davis, 1983).

Bahsi geçen doğrudan ve dolaylı etkilerin yanı sıra ekonomik etkilerden bahsedildiğinde konuşulması gereken bir diğer önemli nokta Kahn (1931) tarafından ortaya konan “çarpan etkisi” olacaktır. Çarpan etkisi toplam harcamalardaki artışların gelir ve istihdamı ne şekilde ve ne ölçüde etkilediğini açıklamaktadır (Karakayalı, 1995).

Çarpan etkisi yaklaşımı kruvaziyer turizmüne uyarlanacak olursa, kruvaziyer turizmi yolcularının yapmış oldukları harcamalar ile elde edilen gelirin tüketilmesi sonucunda ekonomide çarpan etkisi yaratılacaktır. Kruvaziyer turizmi sonucunda elde edilen gelirin tüketilme oranı ne derece büyükse çarpan etkisi de o derece büyük olacak, gelir ve istihdamı bu yönde etkileyecektir. Stefanidaki ve Lekakou (2012) çalışmalarında kruvaziyer turizmin yarattığı doğrudan ve dolaylı etkilerle çarpan etkisinin pek çok sektörü ilgilendirdiğini açıklamaktadırlar.

7 Pasifik adasında kruvaziyer yolcularının harcamaları üzerine yapılmış olan araştırmada yılda 32’ye kadar çıkan kruvaziyer gemisi ziyareti sayesinde bu adaların ekonomisinin kısmen kruvaziyer endüstrisinden oluştuğu ortaya çıkmıştır (Douglas ve Douglas, 2004).

1998 yılında Forsyth ve Dwyer tarafından yapılmış olan kruvaziyer endüstrisi ile bağlantılı harcamalar tablosu 2004 yılında Douglas ve Douglas tarafından geliştirilerek 3 ana başlıkta toplanmıştır: yolcuların harcamaları, operatörlerin harcamaları ve gemi personeli harcamaları. Tablo 2’de söz konusu harcamaların ayrıntıları yer almaktadır.

Tablo 2’de belirtilen ekonomik katkılarla ilgili olarak bir diğer çalışmada Kuşadası limanına gelen kruvaziyer gemilerinin ilçeye en büyük katkısının gemi yolcuları ve personelinden sağlandığı açıklanmaktadır (Kuşadası Ticaret Odası, 2013).

Tablo 2: Kruvaziyer Endüstrisi Bağlantılı Harcamalar

Yolcu Harcamaları	Operatör Harcamaları	Gemi Personeli Harcamaları
Uçuş harcamaları (Buldukları ülkeye doğru veya ülkeden)	Liman harcamaları (Devlet tarifeleri, liman tarifeleri)	Yerli personel
İç seyahatler	Hizmet bedelleri (Atık bertarafı, su)	Yabancı personel tarafından yapılan liman harcamaları
Ek harcamalar (Konaklama, ilave yemekler, alışveriş, geziler)	Gemi onarımları	Başlangıç ülkesinde yapılan pazarlama faaliyetleri
Liman harcamaları (Yemekler, gezi ve seyahat alışverişi)		Vergiler (Gelir vergisi, gümrük vergisi, yurtdışı çıkış vergisi)

Kaynak: Douglas ve Douglas, 2004

Belirtilen giderlere gemi inşa sektörü harcamaları da eklenebilir. Avrupa'nın kruvaziyer gemi inşaatından elde ettiği gelirin 18 milyar avro ve kruvaziyer gemi bakım ve onarım işlemlerinden elde ettiği gelirin ise 3,8 milyar avro olduğu belirtilmektedir (Güneş, 2013). Artan yolcu sayısı beraberinde yeni beklenti ve talepleri de getirmektedir. Yolcuları memnun etmek için kruvaziyer turizmi ilgilileri gemilerin inşasında yeni temalar, yeni tasarım ve konseptler hedeflemektedirler (Eser, 2006).

Avrupa kruvaziyer turizminin ülkelere göre ekonomik katkısı Tablo 3'te verilmektedir. Tablo 3'e bakıldığında kruvaziyer turizminin Avrupa ekonomisine sadece yolcuların yaptıkları harcamalarla katkı sağlamakla kalmayıp istihdam yaratmada da etkili olduğu görülmektedir. Avrupa'daki kruvaziyer turizmde en yüksek harcamanın İtalya'da gerçekleştiği görülürken buna paralel olarak yaratılan istihdamda da İtalya lider konumdadır. Sıralamadaki diğer ülkelerdeki harcamalara, istihdam ve ücretlere bakıldığında ise 2010 ve 2011 yılları arasında artış dikkat çekmektedir. Tablodaki yıllara göre artışlar, kruvaziyer turizminin giderek büyüdüğünü ve aynı oranda ekonomik katkılarının da arttığını ortaya koymaktadır.

Tablo 3: Kruvaziyer Sektörünün Avrupa Ülkelerine Göre Ekonomik Katkısı

Ülke	Doğrudan Harcamalar (milyon€)		Toplam İstihdam		Toplam Ücret (milyon€)	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
İtalya	4,538	4,450	99,057	100,089	2,952	3,043
İngiltere	2,569	2,830	58,604	63,834	2,120	2,332
Almanya	2,306	2,524	36,084	39,238	1,313	1,433
İspanya	1,186	1,298	25,219	27,437	766	834
Fransa	972	1,224	13,012	16,009	577	726
Yunanistan	580	605	11,612	12,078	277	234
Finlandiya	528	232	7,909	3,408	297	125
Norveç	496	500	11,914	12,364	377	388
Hollanda	309	347	5,130	5,733	148	165
Danimarka	205	198	2,608	2,630	96	93
Ara Toplam	13,689	14,957	271,149	282,820	8,873	9,373
Diğer Avrupa	787	160	36,377	32,680	405	429
Toplam	14,476	14,957	307,526	315,500	9,278	9,802

Kaynak: European Cruise Council, 2013

2011 yılı verilerine göre dünya üzerinde 297 kruvaziyer gemi olduğu ve bunların yaklaşık %90 doluluk oranına sahip olduğu ve ortalama satış gelirlerinin 27 milyar ABD Dolarına ulaştığı belirtilmektedir (Güneş, 2013). Avrupa ve Akdeniz incelendiğinde ise bu bölgede %90 doluluk oranı ile ortalama 8 milyar ABD Dolar'ı satış geliri elde edildiği açıklanmaktadır (Güneş, 2013). Avrupa ve Türkiye'nin genel olarak gelen yolcu sayıları ve harcama miktarları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Yolcu sayıları ve harcama miktarları

Açıklama	Avrupa	Türkiye
Avrupa Limanları'ndan Biniş	5.6 milyon yolcu	50 bin yolcu
Transit Liman Yolcu Ziyaretçileri	28.1 milyon yolcu	2 milyon yolcu
Toplam Kruvaziyer Turisti Ziyareti	33.7 milyon yolcu	2 milyon yolcu
Toplam Yolcu ve Gemi Personeli Harcamaları	3.4 milyar Avro	600 milyon Avro
Her Limanda Ortalama Yolcu Harcama Miktarı	102 Avro	300 Avro

Kaynak: Güneş, 2013

Douglas ve Douglas (2004) tarafından 769 kişi ile yapılan çalışmada, kruvaziyer yolcularının yaptıkları harcamaların 8 ayrı grupta toplandığı saptanmıştır:

1. Yiyecek ve içecek harcamaları
2. Satın alınan turlar
3. Limanda yapılan doğrudan harcamalar
4. Diğer ulaşım harcamaları (taksi, otobüs vb.)
5. Hediyelik eşyalar
6. Gümrüksüz mağazalardaki elektronik eşya harcamaları
7. Gümrüksüz mağazalardaki alkol harcamaları
8. Gümrüksüz mağazalardaki kozmetik ve parfüm harcamaları

2. TÜKETİM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: TURİZM VE KRUVAZİYER TURİZM

Tüketici bir işletmenin ürün veya hizmetlerini kullanan kişi veya gruplardır. İşletmeler tüketicilerin ihtiyaçlarına göre ürün ve hizmet stratejisi geliştirmek zorundadırlar (Parlak, 2008).

Müşterileri tanımlamada en açık ve popüler yöntem onların genel karakteristikleridir. Bunlar temel olarak aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Parlak, 2008:50-52):

- Demografik (yaş, cinsiyet, coğrafi konum, aile hayat döngüsündeki yeri)
- Sosyoekonomik (gelir, eğitim, sosyal statü, meslek)
- Kişilik
- Alışverişe yatkınlık

Tüketici davranışlarını açıklamada iktisat, psikoloji ve sosyoloji bilimleri farklı açıklamalar getirirken, pazarlama bakış açısıyla da, çeşitli bilim dallarının bilgi ve bulgularından yararlanma yoluyla, bu çok karmaşık ve sayısız faktörün rol oynadığı konu açıklanmaya çalışılır (Mucuk, 2010: 75).

Amerikan Pazarlama Derneği tüketici davranışlarını, insanların hayatlarının değişim yönünü tayin ederken dikkate aldıkları çevre, davranış, algı ve etkilerin dinamik etkileşimi olarak tanımlamaktadır (Mattilla, 2004: 449). Artan rekabet ortamında, üretilen mal ve hizmetlerin yanı sıra, bunların arz edildiği tüketicilerin de kim oldukları, nasıl ve hangi gereksinimlerle hareket ettiklerinin de bilinmesi gerekmektedir. Mal ve hizmetler belli ihtiyaçları karşılamaya yönelikken, bu ihtiyaçlar insani özelliklere göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bu nedenle; birçok akademik disiplinin inceleme konusu olan tüketici davranışları, günümüz pazar koşullarında işletmelerin üretim pazarlama fonksiyonlarına yön

verirken, pazardaki başarının da en büyük etkenlerinden birisi olarak dikkat çekmektedir (Tayfun ve Yıldırım, 2010 :44).

Tüketicilerin karar verme süreci 3 aşamalı modele göre açıklanabilir. Bunlar aşağıdaki gibidir (Avraham ve Ketter, 2008):

- Pazar uyarıcıları; belli ürünler tüketicinin dikkati çeker.
- Tüketicinin karar verme süreci; tüketici, sahip olduğu ve araştırıp edindiği bilgiler ışığında seçenekleri kendi kişisel süzgecinden geçirir.
- Tüketicinin kararı; tüketici kararını verir.

Yine Avraham ve Ketter (2008)'e göre tüketiciler ürünler hakkında bilgileri 4 farklı şekilde elde ederler:

- Arkadaşlar, komşular ve akrabalar gibi kişisel kaynaklar,
- Kampanyalar, satış temsilcileri, profesyonel danışmanlar gibi ticari kaynaklar,
- Televizyon, radyo, dergi, gazete gibi medya kaynakları,
- Farklı yerlerde gezmek gibi deneyimsel kaynaklar.

2.1. Turizmde Uluslararası Tüketici Davranışları

Reisinger (2009)'a göre turizm sektöründe tüketici satın alma davranışları çevresel faktörler ve alıcı faktörlerinden etkilenmektedir. Çevresel faktörler çevresel uyarıcılar ve pazar uyarıcılarından meydana gelmektedir. Alıcı faktörleri olarak ise alıcıların kişisel ve psikolojik özellikleri yer almakta ve karar verme süreci sonunda alıcının sürece yanıtları oluşmaktadır. Pazarlama çabaları alıcıların yanıtlarına etki etmektedir.

Yolcuların ve turistlerin karar alma süreçlerinde dikkate aldıkları değişkenler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Woodside ve Dubelaar, 2002: 120):

1. Kişisel değişkenler (demografik, psikolojik ve sosyal).
2. Varış yeri ile ilgili tanıtıcı faaliyetler ve ilgili hizmetlerin tanıtımının etkileri (Web, broşür vb. araçlarla, gidilecek bölgedeki araç kiralama firmaları, lokantalar ve konaklama yerleri ile ilgili ücretsiz bilgilere erişebilme).
3. Gezi öncesi davranışlar, bilgi araştırılması, gezi planının yapılması.
4. Gidilecek yerler, hangi ulaşım araçlarının kullanılacağı, rotanın saptanması, konaklama vb. ile ilgili tercih ve davranışlar.
5. Mikro ve makro açıdan değerlendirme ve tatmin düzeyi.

6. Aynı yeri gelecekte tekrar ziyaret etme isteği.

Öznel bir yapıya sahip tüketici davranışları, özellikle yabancı kaynaklı turistik alanlardaki turizm işletmeleri için daha fazla önemlidir. Farklı milliyetlerden turistlerin gereksinimleri de farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar turistlerin demografik özellikleri, psikolojik faktörler, bireysel etkenler, aile, arkadaş gibi yakın çevrenin telkin ve önerileri, ait olunan milliyetin kültürel boyutu gibi değişkenlere bağlıdır. Ayrıca turistik aktivitenin gerçekleştiği yörenin beşeri özellikleri gibi sosyo-kültürel faktörlerin etkisi; işletmelerin ürünlerini pazarlama sürecinde kullandıkları enstrümanların yapısı gibi farklılıklar da değişik bir pazar yapısının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Tayfun ve Yıldırım, 2010).

Timothy ve Butler (1995), Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada arasındaki sınır ötesi alışverişi turizm bağlamında değerlendirdikleri çalışmalarında; alışverişi, diğer aktiviteler arasında en tatmin edici turistik aktivite olarak belirtmiş ve yolcuların satın alma davranışlarının, yolcu terminallerindeki hizmetlerden, ürün çeşitliliğinden ve terminal çevresinden etkilendiğinden bahsetmişlerdir.

Backström (2013) satın almayı, insanların boş zamanlarında yerine getirilen aktivitelerden biri olarak açıklarken; bunun yalnızca ürün alışverişi olmadığını, aynı zamanda insanlar için güzel bir deneyim ve sosyal çevreleri ile olan iletişim konusunda önemli bir aktivite olduğunu da vurgulamıştır.

Clarke (2008), kişilerin hediye verirken dikkate aldıkları etkenleri tüketici davranışı açısından ele almıştır ve bu kapsamda hediye verme davranışı üzerine; problemin saptanması, karar verme, planlama ve satın alma, takdim, satın alma sonrası değerlendirme aşamalarını kapsayan bir model geliştirmiştir.

Alışveriş, tatil deneyimlerinin en önemli parçasıdır. Heung ve Cheng (2000)'e göre birçok ziyaretçi seyahat bütçelerinin %50 den fazlasını alışveriş için ayırırlar. Yazarların geliştirdiği ölçekte ürünlerin kalitesi, personelin hizmet kalitesi, ürün fiyatı ve ürünün güvenilirliği değişkenleri yer almış ve analiz sonuçlarına göre turistlerin en çok tatmin oldukları noktaların; işletmelerin fiziksel donanımları, ürünlerin sergilenme şekli ve işletmelerin açılış saatleri olduğu saptanmıştır (Heung ve Cheng, 2000: 396).

Mattila (2004)'nın, ağırlama ve turizm sektöründeki tüketici davranışlarındaki ana eğilimleri belirlemeye çalıştığı araştırmasında

ise bu alanda makalelerin yayımlandığı 12 adet dergi incelenmiş ve genel olarak araştırmacıların söz konusu sektörlerde internetin kullanımı, fiyatlandırma ve satın alma davranışları üzerine yoğunlaştıkları saptanmıştır. Ayrıca günümüzün değişken çevresel koşullarında güvenlik unsurunun da ön plana çıktığı vurgulanmıştır.

Tuncer ve Atlay Işık (2013) Türkiye'deki bir uluslararası havalimanında giden yolcuların satın alma davranışlarını incelemiştir. 10-20 Temmuz 2012 tarihleri arasında Antalya ICF Uluslararası Havalimanı'nda kota örnekleme yöntemiyle toplam 1118 dış hat giden yolcusu ile gerçekleştirilen veri toplama süreci sonunda 977 adet geçerli anket sayısına ulaşılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır;

1. Kadın yolcularda satın alma davranışı ortalamasının (%71,35) erkek yolculardan (%64,37) daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
2. En fazla satın alınan ürünlerin soğuk içecekler ve alkollü içecekler olduğu, en az satın alınan ürünlerin ise hediyeelik eşya, dondurma ve kek-kurabiye çeşitleri olduğu saptanmıştır.
3. Rusların en fazla satın alma yapan millet olduğu ve ağırlık olarak "diğer alkol" satın aldıkları gözlenmiştir. Rusları Almanlar takip etmiştir.
4. Eski usul klasik iştah kaçırıcı görüntüye sahip standart yiyecekler yerine göze ve damak tadına hitap eden yiyecekler sunan kafeterya ve restoranlara daha fazla ilgi gösterilmiştir.
5. Yolcuların satın alma sebepleri arasında ilk üç sırada; yolcunun kendisini aç ve susuz hissetmesi, hediye etme ve fiyatın uygun olması şeklinde iken; satın almama sebepleri arasında ilk üç sırada; ürünün pahalı olması, ihtiyacın olmaması ve önceden satın alınması gelmiştir.

2.2. Kruvaziyer Turistlerin Satın Alma Davranışları

Kruvaziyer turizmde harcamalar yolcu harcamaları ve operatör harcamaları şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Yolcuların kalkış ve varış limanlarında yaptıkları harcamalar genel olarak; kalkıştan önce gelinmesi halinde yapılan konaklama, yeme-içme, alışveriş, gezinti şeklinde bölümlendirilmiştir (Dwyer ve Forsyth; 1998:399).

Kruvaziyer gemilerinin butikleri yolcuların alabileceklerini düşündükleri ürünler ile donatılır. Bu nedenle buralardaki mağazalar birçok çeşit gümrüksüz ürünler ile parfüm ve kozmetik ürünlerini bulundurmaktadır. İsteyen gemide gümrüksüz olarak alkollü ürünler de satın alabilmektedir. Ek olarak geminin ziyaret edeceği liman

şehirlerinin kartpostallarını satın almak ve aynı şekilde yerel damga ile postalamak mümkündür. Karaya çıkmayı tercih etmeyen yolcular gittikleri yerler hakkında arkadaşları ile birşeyler paylaşabilmek adına bunu kullanmaktadırlar (Douglas ve Douglas, 2004 : 251-261).

Henthorne vd. (2013), Jamaika'daki kruvaziyer turizmde, algılanan risk ve güvenlik unsurlarının yolcuların satın alma davranışları üzerine etkisini incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, başkalarıyla seyahat eden yolcuların en çok alışveriş için zaman ve para harcadıkları, bölgeyi ilk kez ziyaret eden yolcuların kendilerini rahatsız hissettikleri ve bu durumun satın alma davranışlarını etkilediği belirlenmiştir. Yolcuların algıladıkları risk ve güvenlik unsurlarının da satın alma davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Larsen vd. (2013), Kuzey Norveç bölgesini ziyaret eden normal turistler ve kruvaziyer yolcularını kapsayacak şekilde 3 ayrı dönemde veri toplamışlardır. Bu verilerin analiz sonuçlarına göre; kruvaziyer yolcularının, alınan vergiler ve karada sunulan kısa süreli gezinti süreleri nedeniyle normal turistlere oranla hemen hemen bütün kategorilerde daha az harcama yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kruvaziyer yolcu gemisi işletmecilerinin daha fazla kar elde edebilmek için uğrak liman sürelerini mümkün olduğunca kısa tutup, yolcuların gemi içerisinde sunulan ürün ve hizmetlere harcama yapmasına yönelik bir tutum sergiledikleri savunulmuştur. Ayrıca, gemide seyahat eden yolcuların %20-40'ının gemiyi limanda bulunduğu sürede terk etmemesi de bu sonucun nedenleri arasında gösterilmiştir.

Brida vd. (2012), kruvaziyer gemi yolcularının ana limandaki deneyimleri üzerine bir çalışma yapmışlar ve araştırmalarında Karayipler'deki Cartagena de Indias limanını temel almışlardır. Yapılan harcamaların genel olarak ulaşım, yeme/içme ve kalkıştan önce gelinmesi halinde konaklama şeklinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Çalışmada yaşlı yolcuların en fazla harcama yapan grup olduğu sonucuna varılmıştır. En fazla harcamanın, kalkıştan önceki gün(ler)de gelinmesi halinde yapılan konaklamaya harcadığı tespit edilmiştir.

Eser çalışmasında (2006), katılımcıların kruvaziyer limanındaki hizmetlerin kalitesine ilişkin algılarını keşfetmek amacıyla İzmir (19 yolcu) ve Kuşadası'nda (46 yolcu) toplam 65 kruvaziyer yolcusuna anket uygulamıştır. Katılımcılar Kuşadası'nda yiyecek ve içecek yerlerini %48.80 ile "çok iyi", alışveriş yerlerini %43.50 oranıyla "çok iyi" olarak değerlendirmişlerdir. İzmir'de ise

yiyecek ve içecek yerleri %42.10 ile “çok iyi”, alışveriş yerleri ise %63.20 ile “mükemmel” olarak değerlendirilmiştir.

Günlü vd. (2007), yaptıkları çalışmada İzmir limanını ziyaret eden kruvaziyer yolcuların deneyimlerini inceleyerek; İzmir'in kruvaziyer sektöründeki yerinin saptanması amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında İzmir ve yolcu limanı hakkında katılımcıların algılarını keşfetmek hedeflemiştir. Değerlendirmeler arasında yiyecek ve içecek yerleri en yüksek %21.2 ile “çok iyi”, alışveriş yerleri % 19.6 oranıyla “çok iyi” grubunda yer almaktadır.

Parlak (2008)'in çalışmasında ise, İzmir Kızlarağası ve İstanbul Kapalıçarşı'daki perakende satıcılarının kruvaziyer yolcuları üzerine algısı karşılaştırmalı olarak ölçülmüştür. Çalışma kapsamında Kızlarağası (39) ve Kapalıçarşı'da (96) toplam 136 adet anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Perakendeciler açısından turistlerin gelir durumu en önemli noktalardan biridir. Perakendecilerin değerlendirmelerine göre kruvaziyer yolcuları için halı ve aksesuar “çok önemli”, baharat ve deri “önemli”, tekstil ise “ortalama” öneme sahip olarak görülmüştür.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı Türkiye'deki bir kruvaziyer limanına gelen yolcuların liman içerisindeki işletmelerde yaptıkları satın alma davranışlarını etkileyen değişkenleri keşifsel ve kısmen de tanımlayıcı bir araştırma ile belirlemektir. Türkiye'nin önde gelen kruvaziyer limanlarından olan Ege Ports Kuşadası Limanı'na uğrayan kruvaziyer gemilerdeki yolcuların satın alma davranışlarını etkileyen değişkenler araştırılmıştır. Çalışma aşağıdaki sorulara cevap bulmayı amaçlamaktadır:

1. Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma davranışları demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?
2. Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma ya da almama sebepleri nelerdir?

3.1.Kruvaziyer Yolcularının Satın Alma Davranışları İle İlgili Hipotezlerin Geliştirilmesi

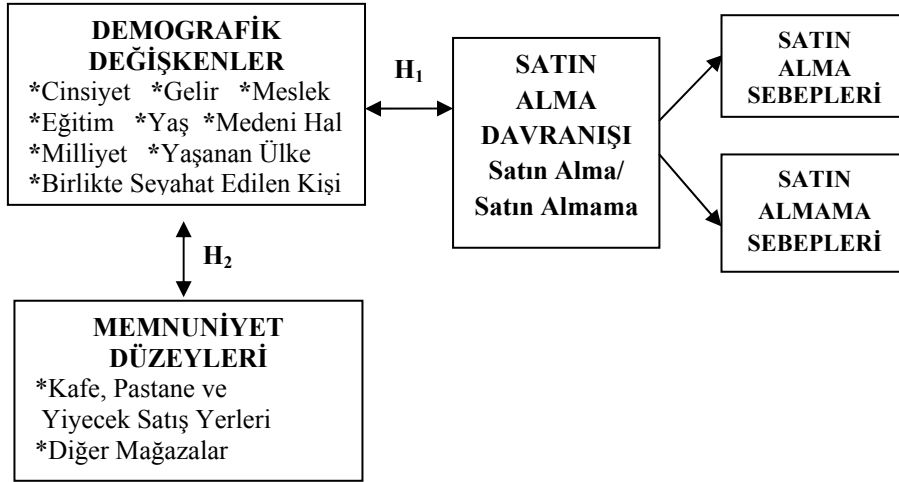
Araştırmada Tuncer ve Atlay Işık (2013)'ın havaalanı yolcuları kapsamındaki araştırmalarındaki ölçekler göz önünde bulundurularak satın alma, memnuniyet ve demografik özellikleri kapsayan aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Kruvaziyer yolcuların satın alma davranışları demografik değişkenlere göre farklılık gösterir.

H2: Yolcuların kruvaziyer liman alanında satın almalarında memnuniyet düzeyleri demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

3.2. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Belirtilen amaçlar doğrultusunda araştırmanın kavramsal modeli Tuncer ve Atlay Işık (2013)'in araştırmalarından yararlanılarak oluşturulmuş ve Şekil 1' de belirtilmiştir. Araştırma ile çeşitli demografik özellikler ve memnuniyet düzeyleri gibi değişkenler kapsamında yolcuların liman alanındaki işletmelerden satın alma davranışlarının karşılaştırmalı olarak analizi amaçlanmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın kavramsal modeli

3.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplama yöntemi olarak nicel araştırma yöntemlerinden saha araştırması yöntemi ve veri toplama aracı olarak anket formu seçilmiş ve anket formu, Tuncer ve Atlay Işık (2013)'in çalışmalarındaki ölçekler esas alınarak İngilizce olarak oluşturulmuştur. Anket formunun ilk bölümü katılımcının demografik özelliklerini saptamaya yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise sorular katılımcının kafe, pastane ve yiyecek satış yerleri

ile diğer mağazalardan duydukları memnuniyet düzeyini göstermeye yönelik oluşturulan “Çok İyi” ile “Çok Kötü” arasında değişen 5’li Likert ölçeğine göre sıralanmıştır. Üçüncü bölüm katılımcıların satın alma yaptıysa ürünün cinsi, kaç adet aldığı ve ne kadar ödediğini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Dördüncü bölümde katılımcıların ürünleri satın alma nedenlerine ilişkin kapalı uçlu ifadeler yer almaktadır. Beşinci bölümde ise katılımcıların ürün satın almama nedenlerini ölçmeye yönelik açık uçlu bir soru yer almaktadır.

3.4. Örneklem

Dünya’nın önde gelen kruvaziyer kuruluşu Cruise Lines Association (CLIA) tarafından 2011’de yapılan araştırmaya göre, lüks kruvaziyer müşterilerinin %14’ünün tercih ettikleri destinasyonlar arasında Türkiye yer almaktadır. Dünyanın lider iki kruvaziyer firması Carnival Corporation ve Royal Caribbean Cruises Ltd.’in Avrupa çıkışlı turları da günden güne artmaktadır (Global Liman İşletmeciliği, 2014).

Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı’na 2012 yılında toplam 564,317 yolcu gelirken, 2013(Ocak-Ekim) yılı verilerine göre limanı toplam 405 kruvaziyer gemi ve 540.606 kişi ziyaret etmiştir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014).

Temmuz 2003’te özelleştirilen Kuşadası Limanı, Ege Liman İşletmeleri A.Ş. (Ege Ports) tarafından işletilmeye başlanmıştır. Kuşadası Limanı, uluslararası standartlarda modern yolcu terminali olmasının ardından, 2005’te liman alanında bir alışveriş merkezi kurulmuştur. Hem Kuşadası halkını limanla bütünleştirmek, eğlence ve alışverişi ihtiyacını karşılamak, hem de gemi yolcularının ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla Scala Nuova Alışveriş ve Eğlence Merkezi inşa edilmiştir (Global Liman İşletmeciliği, 2014).

Çalışmanın örnekleme Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı içerisinde bulunan alışveriş merkezi Scala Nuova’da alışveriş yapan kruvaziyer yolcuları ve gemi personeli olarak seçilmiş ve kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Böylece çalışmanın katılımcıları yolcuları ve gemi personelini birlikte kapsamaktadır. Anket formu gündüz gemiye giriş yapan katılımcılarla araştırmacıların yüz yüze görüşmeleriyle tamamlanmıştır. 10,15 ve 21 Kasım 2013 tarihlerinde Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı’na toplam 8 kruvaziyer geminin yolcu ve personeli ana kütleyi oluşturmuştur. 10 Kasım 2013’de Seven Seas Voyager, Ms Deutschland, Serenade of the Seas, 15 Kasım’da Celebrity Constellation ve Rotterdam Cruise, 21 Kasım’da da Ruby Princess, Pasific Princess, ve Rotterdam gemileri gelmiştir. Bu gemilerin yolcu ve personeli arasından tesadüfi olmayan

örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan toplam 312 katılımcı bu çalışmanın örneklemini oluşturmuştur.

3.5. Veri Toplama Süreci

Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı'ndan gerekli yazılı izinlerin alınması sonucunda yolcuların liman alanına girişleri ile gümrük işlemleri arasındaki bölgede 10, 15 ve 21 Kasım 2013 tarihlerinde toplam 312 kruvaziyer yolcusu ve personeline anket uygulanmış ve 312 adet geçerli anket sayısına ulaşılmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Analiz yöntemi olarak da kategorik veriler için ki-kare analizi, araştırma amacına uygunluğu nedeniyle tercih edilmiştir. Kategorik olmayan veriler için ise bağımsız t-testi yapılmıştır. Araştırmanın parametrik ölçeğinin güvenilirliğinin belirlenmesi için alfa katsayısı (Cronbach Alpha) kullanılmıştır. Bu doğrultuda yapılan analiz sonucunda alfa katsayı 0,925 (%92.5) olarak hesaplanmıştır. Veri toplama aşaması sonrasında veriler elektronik ortama aktarılmış ve SPSS 16 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Profil sorularının frekans dağılımı belirlenmiş ve devamında satın alma davranışlarıyla ilgili geliştirilen hipotezlerin testi için ki-kare ve t-testi analizleri yapılmıştır.

3.7. Bulgular

Anket formunu dolduran katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı aşağıdaki Tablo 5'de verilmektedir. Katılımcıların büyük bölümü ABD'de (%34.8) ikamet etmektedir. ABD'yi sırasıyla Kanada (%19.1), İngiltere (%13.1), Hollanda (%8.9), Avustralya (%6.7) ve Almanya (%2.5) takip etmektedir.

Anketi yanıtlayanların büyük bir kısmı 61-70 yaş grubu (%37.0) arasındadır ve kadınlar çoğunluktadır (%59.8). Medeni hale göre dağılım değerlendirildiğinde çoğunluğun evlilerden oluştuğu (%77.9) saptanmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	n	%	Değişken	n	%
İkamet Edilen Ülke			Eğitim		
ABD	98	34.8	İlköğretim	4	1.3
Kanada	54	19.1	Orta Öğretim	5	1.7
İngiltere	37	13.1	Lise	54	18.2
Hollanda	25	8.9	On Lisans	87	29.3
Avustralya	19	6.7	Lisans	27	9.1
Almanya	7	2.5	Lisansüstü	120	40.4
İspanya	4	1.4	Yanıtlamayan*	15	---
Yunanistan	4	1.4	Toplam	312	100
İrlanda	4	1.4	Medeni Hali		
Fransa	3	1.1	Bekar	46	14.9
Çin	3	1.1	Evli	240	77.9
S.Arabistan	3	1.1	Boşanmış	14	4.5
Belçika	2	.7	Dul	8	2.6
Panama	2	.7	Yanıtlamayan*	4	---
Filipinler	2	.7	Toplam	312	100
Sili	2	.7	Gelir-ABD Doları		
Diğer	13	4.6	0 - 999	10	9.2
Yanıtlamayan*	30	---	1000-1999	10	9.2
Toplam	312	100	2000-2999	10	9.2
Cinsiyet			3000-3999	16	14.7
Erkek	123	40.2	4000-4999	10	9.2
Kadın	183	59.8	5000-5999	13	11.9
Yanıtlamayan*	6	---	6000-6999	5	4.6
Toplam	312	100	7000 ve üstü	35	32.1
Yaş			Yanıtlamayan*	203	---
20-30	23	7.7	Toplam	312	100
31-40	14	4.7	Gelir-Avro		
41-50	31	10.3	0 - 999	3	5.2
51-60	64	21.3	1000-1999	13	22.4
61-70	111	37.0	2000-2999	8	13.8
71-80	50	16.7	3000-3999	8	13.8
81 ve üstü	7	2.3	4000-4999	6	10.3
Yanıtlamayan*	12	---	5000-5999	5	8.6
Toplam	312	100	6000-6999	4	6.9
Meslek			7000 ve üstü	11	19.0
Devlet Memuru	19	6.3	Yanıtlamayan*	254	---
Profesyonel	61	20.1	Toplam	312	100
Öğrenci	7	2.3	Birlikte Seyahat Edilenler		
Emekli	140	46.2	Eş	201	65.2
Serbest Çalışan	9	3.0	Arkadaş	64	20.7
Firma Çalışanı	13	4.3	Kardeş	14	4.54
Özel İş	15	5.0	Cocuk	15	4.87
Ev Hanımı	15	5.0	Anne	18	5.84
Diğerleri	24	7.9	Baba	7	2.27
Yanıtlamayan*	9	---	Yalnız	18	5.84
Toplam	312	100	Yanıtlamayan**	4	---
			Toplam	366	---

* Yanıtlanmayan sorular frekans dağılımına dahil edilmemiştir (n: katılımcı sayıları)

** Birden fazla yanıt verilebildiği için frekans dağılımı toplamı 100'ü aşmaktadır.

Yolcular arasında lisansüstü eğitim alanların oranının (%40.4) yüksek olduğu görülmektedir. Aylık gelirlerin incelenmesinde 7000 ve üstü ABD Doları (%32.1) ile 1000-1999 Avro (%22.4) gelir gruplarının çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların %46.2 emekli, %20.1 profesyonel meslek sahibi, %6.3 de devlet memurundan oluştuğu görülmektedir.

Hipotez Testlerinin Sonuçları

H₁ hipotezinin test edilmesi amacıyla katılımcıların demografik özelliklerine göre satın alma durumlarının değişip değişmediği ki kare analizleri ile ölçülmüş ancak demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklara ulaşılamamış ve H₁ hipotezi desteklenmemiştir.

Satın alma yapan katılımcıların demografik özelliklerine göre frekans dağılımları Tablo 6'da verilmektedir. Tablo 6'da katılımcılar anket formunda yer alan çeşitli soru gruplarına verdikleri yanıtlar değerlendirilerek satın alma yapıp yapmadıklarına göre sınıflandırılmıştır.

Buna göre anket formunun memnuniyet düzeylerinin ölçüldüğü ikinci bölümüne yanıt verenler arasından toplam 236 kişinin satın alma yaptığı saptanırken, satın aldıkları ürünlerin sorulduğu üçüncü bölümde toplam 207 kişinin yanıt verdiği görülmüştür. Tablo 6'da satın alma yapan katılımcıların her iki duruma göre demografik dağılımları verilmektedir.

Tablo 6'da memnuniyet değerlendirmelerine cevap veren 236 katılımcının ve satın alma sorularına cevap veren 207 katılımcının demografik özellikleri birbirlerinden farklı çıkmıştır. Memnuniyet sorularına cevap veren erkek (%76.4) ve kadınlar (%74.9) arasında önemli bir fark görülmezken, ürün satın alma sorularında kadınların (%67.8) oranı erkeklerden (%63.4) yüksektir. Yaş grupları arasındaki değerlendirilmede memnuniyette ve satın almada en yüksek oranların 20-50 (%85.3, %77.9) yaşları arasında olduğu saptanmaktadır. Anket formunda bulunan medeni durum seçenekleri iki grup olarak değerlendirilmiştir. Memnuniyet sorularına cevap verenlerin sonuçlarına göre diğer (%76.3) ve evlilerin (%76.3) oranları arasında önemli bir fark görülmemiştir. Ürün satın alma sorularında ise evli olanların (%66.7), diğer grubundan (%64.7) daha fazla satın alma yaptığı gözlemlenmektedir.

Tablo 6. Memnuniyet Değerlendirmeleri ve Satın Almaların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Özellikler	Memnuniyet Değerlendirmelerine Katılanlar, %*	Ürün Satın Alma Sorularına Katılanlar, %**
Cinsiyet	Erkek: 76.4 Kadın: 74.9	Erkek: 63.4 Kadın: 67.8
Yaş	20-50: 85.3 51-üstü: 73.8 51-70: 74.9 61-üstü: 71.4	20-50: 77.9 51-üstü: 62.9 51-70: 62.3 61-üstü: 61.9
Medeni Durum	Evli: 76.3 Diğer: 76.5	Evli: 66.7 Diğer: 64.7
Çalışma Durumu	Emekli: 70.7 Çalışan: 78.9	Emekli: 60.0 Çalışan: 69.5
Eğitim	İlk/Orta/Lise: 77.8 MYO/Lisans/L.üstü: 75.2	İlk/Orta/Lise: 65.1 MYO/Lisans/L.üstü: 66.2
İkamet Edilen Ülke	Kanada: 74.1 Hollanda: 88 ABD: 67.3 İngiltere: 72.3 Avustralya: 84.0	Kanada: 54.0 Hollanda: 76.0 ABD: 57.1 İngiltere: 75.7 Avustralya: 73.7
Milliyet	Kanada: 74.2 ABD: 67.0 İngiltere: 75.6	Kanada: 58.0 ABD: 59.0 İngiltere: 73.0

*Toplam 236 yanıt üzerinden değerlendirilmiştir.

**Toplam 207 yanıt üzerinden değerlendirilmiştir.

Çalışma durumunda çalışanların emeklilerden daha çok satın alma gerçekleştirdikleri; eğitimde de toplam olarak incelendiğinde ilköğretim, ortaöğretim ve lise mezunlarının meslek yüksekokulu, lisans ve lisansüstü mezunlarından daha fazla satın alma yaptıkları görülmektedir. İkamet edilen ülkelerde memnuniyet ve satın alma sorularına göre en fazla oranda satın alma yapanlar Hollanda'da (%88.0, %76.0) yaşayanlardır. Memnuniyet ve ürün satın alma sorularına cevap veren katılımcıların milliyetlerinin değerlendirilmesinde her iki soruya cevap verenlerde en fazla satın alma oranının İngiltere'de (%75.6, %73.0) olduğu saptanmaktadır.

H₂ hipotezinin test edilmesi amacıyla öncelikle anket formunun üçüncü bölümünde yer alan katılımcıların liman alanındaki alışveriş merkezindeki satın almalarına ilişkin memnuniyet düzeylerinin frekans dağılımı ölçülmüş ve Tablo 7'de yer alan sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan yolcular liman alanındaki

alışveriş merkezindeki satın almaları sonucunda kafe, pastane ve yiyecek satış yerlerinde kaliteyi %54.4 ile çok iyi, %34.1 ile iyi olarak değerlendirmişlerdir. Ürün çeşitliliğinde %56.6 çok iyi, %32.2 ile iyi bulmuşlardır. Fiyatlarda ise %39.9 ile çok iyi, %39.2 ile iyi olarak değerlendirme yapmışlardır.

Tablo 7. Liman Alanındaki Satın Almalara İlişkin Değerlendirmeler

Satın Almanın Yapıldığı Yer	Değerlendirilen Özellik	Frekans,%*					n*	Ort.**	SS***
		Çok İyi	İyi	Orta	Kötü	Çok Kötü			
Kafe, Pastane ve Yiyecek Satış Yerleri	Kalite	58.4	34.1	6.4	-	1.2	173	1.514	.720
	Ürün Çeşitliliği	56.6	32.2	9.8	.7	.7	143	1.566	.756
	Fiyatlar	39.9	39.2	19.0	1.3	.7	153	1.837	.823
Diğer Mağazalar	Ürün Çeşitliliği	47.4	44.2	8.3	-	-	156	1.609	.638
	Ürün Bulunabilirliği	40.5	50.0	9.5	-	-	158	1.690	.637
	Ürün Kalitesi	45.7	38.3	13.6	2.5	-	162	1.728	.788
	Ürün Fiyatları	38.2	43.6	15.8	2.4	-	165	1.824	.780
	Mağaza Düzeni	38.0	46.0	15.3	-	.6	163	1.791	.741
	Satıcıların Nezaketi	64.0	25.4	9.0	1.1	.5	189	1.487	.748
	Hizmet Süresi	56.1	37.4	6.5	-	-	155	1.503	.618

*Yanıtlanmayan sorular frekans dağılımına dahil edilmemiştir,

n:katılımcı sayıları

1: Çok iyi, 5: Çok kötü *SS: Standart Sapma

Diğer mağazaların değerlendirmesinde ürün çeşitliliği %47.4 çok iyi, %44.2 ile iyi; ürün bulunabilirliği %40.5 çok iyi, %50.0 iyi; ürün kalitesi %45.7 çok iyi, %38.3 iyi; ürün fiyatları %38.2 çok iyi, %43.6 iyi; mağaza düzeni %38.0 çok iyi, %46.0 iyi; satıcıların nezaketi % 64.0 çok iyi, %25.4 iyi; hizmet süresi %56.1 çok iyi, %37.4 iyi olarak saptanmıştır.

H₂ hipotezi t-testi yöntemiyle test edilmiş ve katılımcıların liman alanındaki mağazalardan memnuniyet düzeyine ilişkin karşılaştırmalı analizlerde memnuniyet düzeyinin cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve medeni hale ilişkin demografik değişkenlerde örneklem kapsamında farklılık saptanamamış ve bu alanlardaki alt hipotezler reddedilmiştir. Katılımcı sayılarının uygun olduğu (31 ve üstü) örneklem grupları için memnuniyetin yaşanan ülke ve milliyet değişkenlerine göre ise farklılık gösterdiği durumlar saptanmış ve bu konudaki alt hipotezler kabul edilmiştir. Bu kapsamda yiyecek dışı ürünlerin satıldığı diğer mağazalarda personelin nezaketine ilişkin algılar ABD ve Kanada milliyetinden olan (t₁) ve bu ülkelerde yaşayan (t₂) katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmektedir (p<0.05, t₁=2.084, t₂=2.002). Ayrıca bu mağazalardaki hizmet süresi de ABD ve Kanada milliyetinden olan katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmektedir (p<0.05, t=1.518).

Tablo 8’de katılımcıların hangi ürünleri ne kadar ve ortalama hangi değerlerde satın aldıkları özetlenmektedir. Satın almalarında kişi başına alınan en fazla ürünler ise çanta 1 adet (%55.6), 2 adet (%16.7), hediyelik eşya 1 adet (%25.0), 2 adet (%19.4), 4 adet (%22.2), giyim 1 adet (%58.8), şekerleme 1 adet (% 20.0), 2 adet (%20.0), 5 adet (%40.0), porselen eşya 1 adet (%55.6), dekorasyon eşyası 1 adet (%57.1), tütün mamulleri 1 adet (%66.7), kırtasiye ürünleri 8 adet (%50.0),10 adet (%50.0), aksesuar 1 adet (%63.6), tekstil ürünleri 1 adet (%36.8) ve saat 1 adet (%57.1) olarak yanıtlanmıştır. Sonuç olarak katılımcıların ihtiyaçları doğrultusunda farklı sayıda ürün satın aldıkları gözlemlenmektedir.

Anket formunda katılımcıların liman alanındaki alışveriş merkezinde bulunan mağazalardan satın almak istedikleri ürünlere ilişkin limana gelmeden önce karar verip vermediklerini öğrenmek amacıyla bir soru yer almıştır. Verilen cevaplar doğrultusunda en fazla satın almaya karar verdikleri ürünler arasında soğuk içecekler (16), hediyelik eşya (18), yerel lezzetler (13) ve deri (11) olduğu saptanmaktadır.

Katılımcıların cevapları doğrultusunda birim başına ortalama değerlerle en fazla harcama yapılan ürünler arasında kuyumculuk (6265.66 TL), halı (1338.77 TL), cam eşya (832.46 TL), deri ürünler (757.92 TL), aksesuar (580.86 TL), dekorasyon eşyası (366.60 TL), saat (289.345 TL), çanta (230.90 TL), hediyelik eşya (193.00 TL) ve giyim (168.59 TL) gelmektedir. Yapılan satın almaların genel olarak kişisel ihtiyaçlar doğrultusunda olduğu saptanmaktadır.

Tablo 8. Liman Alanında Satın Alınan Ürünler, Adet ve Ortalama Değerleri

Ürünler	Satın alma adedi ve %*	Ortalama ödenen ücret, TL	Ürünler	Satın alma adedi ve %*	Ortalama ödenen ücret, TL
Soğuk içecekler	1: 53.3 2: 46.7	6.62	Deri	1:50.0 2:39.3	757.92
Sıcak içecekler	1: 33.3 2: 44.4	14.27	Cam eşya	1:20.0 2:40.0	832.46
Alkollü içecekler	1: 68.4 2: 15.8	39.80	Porselen	1:55.6 2:11.1 6:33.3	57.51
Sandviç	1: 33.3 2: 33.3	31.33	Dekorasyon eşyası	1: 57.1 2: 21.4 4: 21.4	366.60
Fast food	1: 80.0 2: 20.0	32.24	Aksesuar	1:63.6 2:9.1 3:27.3	580.86
Salata	1: 100.0	---	Güneş Gözlüğü	1:60.0 2:40.0	222.51
Kek-Kurabiye	1: 66.7 2: 33.3	31.34	Kırtasiye Ürünleri	8: 50.0 10: 50.0	10.44
Dondurma	2: 100.0	17.71	Tekstil	1: 36.8 2: 21.1 3: 26.3	76.16
Cips	1: 100	5.45	Oyuncak	1:50.0 3:50.0	30.48
Şekerleme	1: 20.0 2: 20.0 5: 40.0 6: 20.0	17.48	Çanta	1: 55.6 2: 16.7 5: 11.1 6: 5.6	230.90
Tath	1: 100	4.09	Kitap	1: 85.7 2: 14.3	14.17
Hediyelik Eşya	1: 25.0 2: 19.4 4: 22.2 5: 11.1	193.00	Giyim	1: 58.8 2: 11.8 4: 11.8 5: 11.8	168.59
Parfüm	1: 100.0	18.08	CD/DVD	1: 100.0	68.10
Kozmetik	1: 50.0 2: 50.0	70.83	Saat	1: 57.1 2: 28.6 3: 14.3	289.345
Tütün mamulleri	1: 66.7 10: 33.3	24.68	Gazete	1: 50.0 2: 50.0	5.22
Yerel lezzetler	1: 33.3 2: 29.2	16.11	Kuyumculuk	2:100.0	6265.66
Halı	1: 57.1 2: 28.6	1338.77	Ayakkabı	2:100.0	91.34
Diğer (Meryem Ana heykeli, Eczane, Pil-Batarya, Nazarlık,Magnet)				1: 53.3 2: 20.0	102.72

* Katılımcının satın aldığı ürünlerin adedi ve bu adetteki satın almaların o ürüne ilişkin toplam satın almalara göre frekans dağılımı

Tablo 9'da yer alan katılımcıların satın alma nedenlerini inceleyecek olursak %87.8'lik oranla katılımcıların hediye etmek amacıyla ürünleri satın aldıkları ortaya çıkmaktadır. Sonrasında en sık görülen nedenler ise fiyatların iyi olması (%87.0), acıkma/susama (%85.0) ve gezinin bir parçası olması (%82.4) gelmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Limanda Ürün Satın Alma Nedenleri

Satın alma nedeni	n*	%	Satın alma nedeni	n*	%
Seyahatte ihtiyaç olması	20	64.5	Ürünün aranıyor olması	32	75.6
Beğeni	132	42.3	Fiyatın iyi olması	60	87.0
Gezinin parçası olarak	42	82.4	Kendisini ödüllendirmek	25	80.6
Mevcutun eskimiş olması	2	15.4	Hediye alınması	65	87.8
Farklılık	17	65.4	Çevredekilerin etkisiyle	90	50.0
Acıkma/Susama	51	85.0	Diğer.....	52	31.2

*Birden fazla yanıt verilebildiği için frekans dağılımı 100'ü aşmaktadır.

Tablo 10'da da ankete katılan ve harcama yapmayan yolcuların (105 kişi) satın almama sebeplerine ait frekans dağılımı gösterilmiştir. Katılımcıların satın almama sebeplerinde %40.9'luk oranla ihtiyaç olmaması gelmektedir. Vakitsizlik (%31.8), ödeme sorunu (%8.0), nedensizlik (%5.7) ve sadece hatıra eşyası alınması (%3.4) nedeniyle başka ürün satın alınmaması gelmektedir.

Tablo 10. Katılımcıların Limanda Ürün Satın Almama Nedenleri

Satın almama nedeni	n	%	Satın almama nedeni	n	%
Vakitsizlik	28	31.8	Ödeme sorunu	7	8.0
İhtiyaç olmaması	36	40.9	Yorgunluk	1	1.1
Satıcıların baskısı	2	2.3	Çok pahalı	1	1.1
Ürünün bulunmaması	4	2.5	Sadece hatıra eşyası alınması	3	3.4
Gemide yemeğe gecikmemek için	1	1.1	Nedensiz	5	5.7

3.8. Bulguların Değerlendirilmesi

Kruvaziyer yolcularının satın alma davranışlarının araştırıldığı bu çalışma ile uyarılmanın yapıldığı Tuncer ve Atlay Işık (2013)'ün çalışmasının bulguları birlikte incelenecek olursa; her iki çalışmada

da katılımcıların çoğunluğunun kadınlar ve evlilerden oluştuğu saptanmaktadır. Kruvaziyer yolcularının eğitim seviyesinde lisansüstü, diğer çalışmada ise lisans mezunlarının çoğunluğu gözlemlenmektedir. Her iki çalışmayı gelir düzeyleri yönünden incelememiz olanaklı değildir. Kruvaziyer limanında yapılan araştırmada gelir düzeyine dair yeterli veriye ulaşılamamıştır. Havaalanındaki katılımcıların büyük çoğunluğu Almanlardan oluşmaktadır. Kruvaziyer yolcularının ikamet ettikleri yerler arasında en fazla ABD gelmektedir. Yaş gruplarında ise kruvaziyer yolcularında 61-70 yaş arası; havaalanı yolcularında 30-39 yaş arası görülmektedir. Kruvaziyer yolcularında emeklilerin oranının daha fazla, havaalanı yolcularında ise firma çalışanlarının daha fazla olduğu saptanmaktadır.

Satın alınan ürünlerin çeşitliliğinde; havaalanı yolcularının daha çok soğuk içecek, alkollü içecek, hızlı yiyecek, tütün /sigara, çikolata satın aldıkları; kruvaziyer yolcularının ise halı, dekorasyon ürünü, cam eşyası, kuyumculuk, deri ve aksesuar ürünlerini de satın aldıkları saptanmaktadır. Her iki araştırmada da satın alınan ürünlerin farklı olmasındaki en büyük etken kruvaziyer yolcularının yiyecek ve içecek ürünlerini gemide tüketebiliyor olmasıdır.

Satın alma nedenlerinde havaalanı yolcularının ve kruvaziyer yolcularının yanıtlarında ilk üç sırada aynı sonuçlar yer almaktadır; kendilerini aç/susuz hissetmeleri, hediye etmek ve fiyatların uygun olması gelmektedir. Buradan da her iki araştırmada yolcuların satın alma nedenlerinin benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Havaalanındaki gümrüksüz satış olanakları bu ürünlere olan ilgiyi arttırmaktadır.

Havaalanı yolcularının satın almama nedenlerinde, ihtiyacın olmaması, pahalı olması ve önceden satın almaları; kruvaziyer yolcularında ise; ihtiyacın olmaması, vakitsizlik ve ödeme sorunları önde gelmektedir.

4. SONUÇ

Son yıllarda kruvaziyer turizmüne artan ilgi ile birlikte, turizm potansiyeli taşıyan bölgelerin kruvaziyer turizmüne olan ilgisi de artmıştır. Bunun başlıca nedenlerinden birisi turizmin bölgesel gelişime olan katkısıdır. Aynı şekilde kruvaziyer turizminin yerel ekonomilere katkısı oldukça fazladır. Bu nedenle kruvaziyer turizmi yolcuları ve bunun yanında personelinin de limanlarda yapmış olduğu harcamalar araştırmacıların oldukça dikkatini çekmektedir. Bu harcamalar yolcuların kruvaziyerden inip, limana ayak basmasıyla

başlayıp, tekrar limandan kruvaziyere binerek ayrılması ile son bulmaktadır. Ancak, bir diğer ekonomik katkı olarak kruvaziyer gemilerin ve gemi personelinin limandan ayrılmadan önce bölgeden yapacağı ihtiyaç temini de eklenebilir.

Bu çalışmada Tuncer ve Atlay Işık (2013)'ın kavramsal modeli ve çalışmalarındaki ölçekler esas alınmıştır. Alışverişin seyahat harcamalarının önemli bir kalemini oluşturması nedeniyle, kruvaziyer yolcuların liman içerisinde yapmış olduğu harcamalarına ve yine aynı yolcuların yapmış oldukları alışverişten memnuniyetlerine odaklanılmıştır. Bu harcamaların yolcuların demografik özelliklerinden ne kadar etkilendiği test edilmiştir. Ancak örneklem kısıtı nedeniyle katılımcı sayılarının uygun olduğu (31 ve üstü) örneklem grupları içerisinde karşılaştırmalı değerlendirmeler yapılabilmektedir.

Katılımcıların ikamet ettikleri ülkelere bakıldığında en yüksek üç ülkenin ABD, Kanada ve İngiltere olduğu; diğer ülkelerin yolcularının ise toplam içindeki oranının ise %33 olduğu görülmektedir. Ankete katılanların çoğunluğunun yaş ortalaması yüksek, emekli ve profesyonellerden oluştuğu, kadın yolcuların daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri ve gelir düzeylerinin yüksek olduğu saptanmıştır.

Ancak yapılan çalışmalar neticesinde kruvaziyer yolcuların belirlenen bu demografik özelliklerinin satın alma davranışlarına etki etmediği görülmüştür.

Satın alma nedenleri incelendiğinde, öncelikle ürünleri beğenmeleri olduğu saptanmış daha sonra hediye amaçlı, fiyatların uygun olması ve insani ihtiyaçlar olan acıkma ve susama nedenleri sıralanmıştır. Satın almama nedenleri ise herhangi bir ürüne ihtiyaç duymamaları, vakitsizlik, ödeme sorunu, nedensizlik, hatıra eşya satın alınması şeklindedir.

Memnuniyet düzeylerini incelerken kafe, pastane ve yiyecek satış yerleri için kalite, ürün çeşitliliği ve fiyatlarına yönelik düşünceleri sorulmuştur. Bu soruların yanında diğer mağazalara yönelik ürün çeşitliliği, ürün bulunabilirliği, ürün kalitesi, ürün fiyatları, mağaza düzeni, satıcıların nezaketi ve hizmet süresi de sorular arasındadır. Yanıtların sonuçlarını incelediğimizde, memnuniyet düzeyi “çok iyi” ile “iyi” cevapları aralığındadır. 1.487 ortalama ile en çok “satıcıların nezaketi” seçeneği memnuniyeti sağlarken 1.837 ortalama ile “fiyatlar” memnuniyet düzeyinde en alt sıradadır. Ortalamada hiçbir değerlendirme konusu 2 (iyi) ve 2'den daha büyük çıkmamıştır. Tüm değerler 1 (çok iyi)'e çok yakındır.

Yine araştırma sonucunda Hipotez 2’de test edilen memnuniyet düzeyinin, demografik özellikler olan cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve medeni halden etkilenmediği saptanmıştır. Bunun farklılaştığı ve memnuniyet düzeyine etki eden gruplar ise ikamet edilen ülke ve milliyettir. Ankete katılımcı sayısı uygun olan (31 ve üstü) örneklem grupları değerlendirildiğinde, A.B.D. ve Kanada milliyetinden olan ve/veya bu ülkelerde ikamet eden katılımcıların, yiyecek dışındaki ürünlerin satıldığı mağazalarda “satıcıların nezaketi” ve bunun yanında “hizmet süresi” değerlendirmelerinde algıları farklılık göstermektedir.

Dünya üzerinde giderek artan yolcu sayısı, teknik gelişmeler, aktivite ve hizmet çeşitliliği olarak büyüyen kruvaziyer turizmi sektörü bu durumlara bağlı olarak ekonomik güç haline gelmiştir. Dünya üzerinde gözlenen bu büyümenin yansımaları doğal olarak Türkiye’de de saptanmaktadır. Bu nedenle hızla büyümekte olan bu sektöre eksik olan gerekli yatırımlar vakit kaybetmeden yapılmalı ve bu büyümeden azami oranda ekonomik anlamda fayda sağlanmalıdır. Yapılan çalışma sonucunda kruvaziyer yolcuların limanda fazla alışveriş yapmadıkları görülmüştür. Bu durumun tersine çevrilebilmesi için nedenler analiz edilmeli ve analiz sonucunda belirlenen sorunlar ortadan kaldırılmalı ve gereken yatırımlar gerçekleştirilmelidir.

Yaş ortalaması yüksek ve satın alma konusunda doygunluğa ulaşmış kruvaziyer yolcularının liman çevresinde zorlanmadan ulaşabilecekleri ve alışveriş yapabilecekleri mağazaların bulunması ve bu mağazalarda satın alma isteklerini canlandıracak Türkiye’ye özgü ürünlerin iyi bir fiyat aralığında sunulması satış oranlarını etkileyecektir. Ayrıca kruvaziyer gemilerin limanlarda daha fazla süreyle kalmaları sağlanarak alışveriş için gerekli olan vakit sorununu da azaltmak hedeflenebilir.

Araştırmanın kısıtları ve gelecek çalışmalar için öneriler

Araştırmanın uygulandığı dönemin sonbaharda ve kruvaziyer turizminin son döneminde gerçekleşmiş olması gelen gemi ve yolcuların sayılarının düşük olmasına neden olmuştur. Ayrıca gemiden inen yolcular vakit sıkıntısı sebebiyle limanda zaman geçirmeyerek az olan vakitlerinin çoğunu dışarıda geçirmek istemişlerdir. Böylece anket için görüşülen kişi sayısı ve katılımcı sayıları için uygun olan örneklem grupları bazı demografik gruplandırmalar için düşük seviyede kalmıştır. Anket formunda kullanılan dilin İngilizce olması nedeniyle sadece bu dili bilen kişiler

katılım sağlamıştır. Araştırmanın sadece Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı'nda gerçekleşmesi de bir kısıt oluşturmuştur.

Daha sonraki çalışmalarda kruvaziyer turizmi sezonunun başlangıcından sonuna kadar sürecek geniş kapsamlı ve ayrıca mağaza çalışanlarına da yapılacak bir anket uygulanabilir. Ayrıca uygulanacak olan anketin Türkiye'deki diğer limanlarda da uygulanması gerçekleştirilebilir. Böylece örneklem grupları geliştirilebilir. Araştırma uluslararası kruvaziyer limanlarında da tekrarlanarak uluslararası karşılaştırmalar yapılabilir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesindeki değerli destek ve katkıları için Bekir TUNCER ve Yrd. Doç. Dr. Derya ATLAY IŞIK'a, Global Ports Ege Liman İşletmeleri A.Ş. Kuşadası Yolcu Limanı yetkililerine ve önerileriyle çalışmanın geliştirilmesini sağlayan 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu bilim kurulu üyelerine teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Atlay, D. (2003). *Limanların Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir İnceleme*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Avraham, E. ve Ketter, E (2008). *Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries, and Tourist Destinations*, Butterworth Heinemann, Oxford, UK.
- Backström, K.(2013). “*Adventures, Auctions and Aspirations: Illuminating Shifts, Tensions and Contradictions in Consumers' Leisure Shopping Experiences*”. The International Review of Retail Distribution and Consumer Research, Vol.23, No.1,p. 65-86 .
- Brida, J., Pulina, M., Riano, E., Zapata-Aguirre, S. (2012). “*Cruise passengers' experience embarking in a Caribbean home port: The case study of Cartagena de Indias*”. Ocean & Coastal Management, 55: 135-145.
- BREA (2013). “*The Contribution of the North American Cruise Industry to the U.S. Economy in 2012*”. Business Research & Economic Advisors (BREA), July 2013, http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/2012EconomicStudies/EconStudy_Full_Report_2012.pdf, Erişim Tarihi:2.12.2013

- Clarke, J. (2008). “*Gifts of Tourism: Insights to Consumer Behavior*” .Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 2, p. 529–550.
- CLIA (2011). “*2011 CLIA Cruise Market Overview: Statistical Cruise Industry Data Through 2010*”. <http://cruising.org/regulatory/clia-statistical-reports>, Erişim Tarihi: 15.12.2013.
- Davis, H.C. (1983). “*Regional Port Impact Studies: A Critique and Suggested Methodology*”, Transportation Journal, Vol. 23, No. 2, pp. 61-71, Penn State University Press.
- Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü (2014) . Kruvaziyer İstatistikleri. https://atlantis.denizcilik.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx Erişim Tarihi: 17.01.14
- Diakomihalis, M. N. (2007). “*Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects*”. Maritime Transport: The Greek Paradigm Research in Transportation Economics, Volume 21, 419–455.
- Dilber, İ. (2007). “*Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi*”, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 2, s. 205-220.
- Douglas, N. ve Douglas, N. (2004). “*Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports*”. International Journal of Tourism Research, 6, 251–261.
- Dwyer, L. ve Forstyh, P. (1998). “*Economic Significance of Cruise Tourism*”. Annals of Tourism Research, Vol. 25, No. 2, p. 393-415.
- ECC (2013). “*European Cruise Council 2012-2013 Report*”. Editor: Chris Ashcroft, Contributors: Peisley, T. McLaughlin, J., <http://www.europecruisecouncil.com/content/ECC%20Report%202012-13.pdf>, Erişim Tarihi: 26.11.2013.
- Eser, S. (2006). *Eastern Mediterranean Cruise Shipping and Marketing Strategies for Turkey*. Dokuz Eylül University, School of Maritime Business and Management, Department of Maritime Business Administration. Izmir, Unpublished Diploma Project.
- Global Liman İşletmeleri (2014). Liman Kitabı http://www.globalports.com.tr/pdf/liman_kitabi.pdf Erişim Tarihi: 17.01.14
- Güneş, M. (2013). *Kruvaziyer Turizmde Dünya ve İzmir, Türkiye Kruvaziyer Platformu'nun Çalışmaları*. İzmir Ticaret Odası Pusula Dergisi, Sayı: 2013/04, s. 1-5, <http://www.izto.org.tr/e-oda/pusula-dergisi/pusula-2013/2013-04>.
- Günlü E., Cerit A. G. , Pirnar I., Oral E. Z., Aktas G., Dologh G., Baltazzi A. (2007) “*Izmir as an Emerging Destination in Cruise Tourism: An Analysis of Cruise Passengers*’

- Experiences and Perceptions*". Conference on Cruise Shipping Opportunities and Challenges: Markets, technologies and local development, Naples, 4-6 October 2007, Proceedings in CD.
- Henthorne, L., George, B. P., Smith W.C. (2013). "*Risk Perception and Buying Behavior: An Examination of Some Relationships in the Context of Cruise Tourism in Jamaica*". International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 14: 66–86.
- Heung S. ve Cheng E. (2000). "*Assessing Tourists' Satisfaction with Shopping in the Hong Kong Special Administrative Region of China*". Journal of Travel Research.38: 396.
- Kahn R. F. (1931). "*The Relation of Home Investment to Unemployment*". The Economic Journal, Vol. 41, No. 162:173-198.
- Karakayalı, H.(1995). *Makro Ekonomi*, Bilgehan Yayınevi, İzmir.
- Kuşadası Ticaret Odası (2013). *Dünyada ve Türkiye'de Kruvaziyer Turizmi ve Kuşadası Limanı*. <http://www.kuto.org.tr/img/kuto/raporlar/10.pdf>, Erişim Tarihi:05.12.2013.
- Larsen, S., Wolff, K., Marnburg, E., Ogaard, T. (2013). "*Belly Full, Purse Closed Cruise Line Passengers Expenditures*". Tourism Management Perspectives , 6: 142-148
- Mattila, S. (2004). "*Consumer Behavior Research in Hospitality and Tourism Journals Anna*". International Journal of Hospitality Management. 23:449-457.
- Mucuk İ. (2010). *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- Parlak, İ. (2008). *Perceptions of Bazaar Retailers on Cruise Shipping Passengers:A Comparative Case Study For Istanbul and Izmir*. Dokuz Eylül University School of Maritime Business and Management. Izmir, Unpublished Diploma Project.
- Reisinger Y. (2009). *International Tourism Culture and Behavior*, Butterworth Heinemann, Oxford, UK.
- Seyidoğlu, H. (2003).*Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Stefanidaki, E. ve Lekakou, M. (2012). "*Generated Economic Impact on Cruise Destinations: The Piraeus Case*". Cruise Tourism and Society. Eds.: Alexis Papathanassis, Tihomir Lukovic, Michael Vogel. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Tayfun, A. ve Yıldırım, M. (2010). "*Turistlerin Tüketim Davranışları Kültüre/Milliyete Göre Farklılık Gösterir mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma*". İşletme Araştırmaları Dergisi, Vol.2, No.2, pp.43-64.
- T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, (2014). https://atlantis.udhb.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx Erişim tarihi:18.01.2014.

- Teye, V.B. ve Leclerc, D.(1998). “*Product and Service Delivery Satisfaction Among North American Cruise Passengers*”. *Toltrism Management*, Vol. 19, No. 2, pp. 153-160.
- Timothy, J. ve Butter, W. (1995). “*Cross-Border Shopping: A North American Perspective*”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No. 1, pp. 16-34.
- Tuncer, B.ve Atlay Işık, D. (2013). “*Havalimanı Yolcularının Satın Alma Davranışlarını İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması*”. 18. Ulusal Pazarlama Kongresi 19-22 Haziran 2013. Kafkas Üniversitesi, Kars.
- Woodside G. ve Dubelaar C. (2002). “*A General Theory of Tourism Consumption Systems: A Conceptual Framework and an Empirical Exploration*”. *Journal of Travel Research*, 41: 120.

TÜRK KRUVAZİYER TURİSTLERİN KRUVAZİYER SEYAHATİNİ TERCİH ETME NEDENLERİ İLE SATIN ALMA SIKLIKLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Erdal ARLI¹

ÖZET

Kruvaziyer sektörünün gerek kendi içinde, gerekse dolaylı yoldan etkileşim içinde olduğu diğer sektörlerle birlikte sağladığı gelişme; işletmelerin ve ülkelerin turizm ekonomilerine ciddi oranlarda katkılar sağlamaya başlamıştır. Günümüzde giderek büyüyen bu turizm endüstrisinden işletmeler pay almak ve rekabet etmek için müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını belirlemenin yanı sıra doğru pazar bölümlendirmesi de yapmak durumundadırlar. Bölümlendirme coğrafi ve demografik özelliklere göre yapılabildiği gibi psikografik ve davranışsal özelliklere göre de yapılabilir. Davranışsal pazar bölümlendirmesi ise, bölümlendirmenin başlangıç noktalarından birini oluşturmaktadır. Turizm sektörü açısından seyahatin nedeni ve kullanım sıklığı davranışsal bölümlendirmede kullanılan önemli değişkenlerdir. Bu araştırmanın amacı, Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenlerini belirlemek ve bu nedenlerin satın alma sıklığı (kullanım sıklığı) ile ilişkisini incelemektir. Bu amacı gerçekleştirmek üzere anketle veri toplama tekniğinden faydalanılmış ve anket uygulama işlemi bir kruvaziyer gemisinde gerçekleştirilmiştir. 204 Türk kruvaziyer turistinden veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etmelerinde; başlıca nedenlerin dinlenmek, farklı destinasyonları/ülkeleri görmek, karadaki sorunlardan uzaklaşmak, farklı kültürel ve tarihsel değerleri tanımak, eğlenmek ve sosyal statü elde etmek olduğu belirlenmiş ve satın alma sıklığı ile satın alma nedenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler: Kruvaziyer seyahati, Pazar bölümlendirme, Satın alma sıklığı

GİRİŞ

‘Günümüzde kruvaziyer kelimesi, (konaklamalı) tatil amaçlı kullanılan, boyutları ve konfor koşulları belirli standartlarda olan gemi anlamındadır’ (Çimenoglu, 2011). Bir başka tanımda kruvaziyer gemisi; gezi, eğlence ve spor amacıyla önceden belirlenmiş program ve rotada seyreden, deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun konaklama, yeme, içme, eğlence, dinlenme, spor etkinliklerine uygun

¹ Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi Barbaros Denizcilik Yüksekokulu Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Bölümü: earli@kocaeli.edu.tr

üniteleri bulunan, denize elverişli olan deniz turizmi aracıdır (Deniz Turizm Yönetmeliği, 2009). Kruvaziyer turizmi basit anlamda “deniz yoluyla çeşitli limanlara uğrayarak keyif amaçlı seyahat” (Dowling, 2006, 3–17) olarak tanımlanır. Israel ve Miller’ e (1999) göre, kruvaziyer turizmi, tecrübesi büyük bir oteldeki konaklamayı yansıtır ve pek çok açıdan aynı işlevlere sahiptir. Fakat bir kruvaziyer gemisindeki turistler sıklıkla aynı gün ziyaretçileri ve gezicileri olarak tanımlanırlar ki Dünya Turizm Örgütüne göre de “aynı gün gelen ve ayrılan ziyaretçiler” olarak tasvir edilirler (WTO, 1992). Kruvaziyer turizmde; liman ziyaretleri, kent gezileri ve alışverişten oluşan aktiviteler vardır. Kruvaziyer gemilerinin uğradığı limanlar ve bu limanlarda turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin bu konuda ağırlıklı yatırım yaptıkları alanlardır (Israel ve Miller, 1999). Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği; kruvaziyer turizminin cazip olmasının nedenlerini şu şekilde sıralamaktadır (Güzel, 2006);

-Günümüzün kruvaziyer gemilerinde tam teşekküllü spa merkezlerinden sağlık kulübüne, özel restoran ve gurme seçeneklerinden profesyonel çocuk kulüplerine; spor etkinliklerinde golften dağcılığa kadar, internet ve telefon hizmetleri de dahil olmak üzere her yaşa ve her zevkte yolcuya hitap eden seçenekler bulunmaktadır.

-Kruvaziyer gemileriyle yolculuğa çıkanların yaklaşık %40-45’ini ilk kez katılanlar oluşturmaktadır.

-ABD’deki kruvaziyer turizm yolcuları genelde evli, yıllık geliri 99.000 dolar civarında, en az kolej mezunu ve bir işte çalışan kişilerdir. Genelde eşleriyle birlikte ortalama 6,2 gün gemide kalan kişiler için, bu süre içerisinde kendilerine kişi başı 1,650 ABD doları maliyet çıkmaktadır.

-Kruvaziyer endüstrisi, tüketicilere kendi kişisel yaşam tarzlarına, zevklerine ve bütçelerine uygun seçimi yapmalarını sağlayacak profesyonel destek sunmaktadır.

-Kruvaziyer seyahati yolculara güvenli ve konforlu bir şekilde dünyanın tarihi değerdeki şehirlerine ve bazen de vahşi bölgelerine ulaşma olanağını sağlamaktadır.

-Günümüzün kruvaziyer gemileri gerek ana makine gerekse pervane sistemlerinde; atıkların değerlendirilmesinde ve haberleşmede en son teknolojik yenilikleri kullandıklarından çevreye daha duyarlı, daha güvenli ve daha kullanışlı gemiler olarak kendilerini tanıtmaktadırlar.

-Kruvaziyer gemi yolcularının büyük çoğunluğu kendilerini mutlu eden unsurları “geminin konforu” “kendilerine iyi davranılması” ve “pek çok yeri ziyaret etme fırsatının olması” şeklinde sıralamaktadır.

Belirtilen hizmetlere karşın, kruvaziyer maliyetlerinin yüksek olması ve buna bağlı olarak fiyatlarının yüksek oluşu ve gidilen ülkelere ilişkin vize alma zorunluluğu daha fazla sayıda kruvaziyer turistin bu hizmeti satın almasının önündeki engellerden başlıcalarıdır. Park (2006)'a göre kruvaziyer turizmini tercih eden belirli bir turist hedef kitlesinin olması rekabeti arttırmakta, kruvaziyer işletmeleri pazarı büyütme çalışmaları yapmak yerine mevcut pazardan pay kapma çalışmalarına ağırlık vermektedir (Park, 2006). Ancak, 1980 yılından günümüze kruvaziyer turizmde yaşanan ortalama %8'lik yıllık gelişmenin yanı sıra (Teye ve Leclerc, 1998:153-160; Toh, Rivers ve Ling, 2005: 121-135; Petrick, Li ve Park, 2007: 1-14; Lobo, 2008: 1-12), hızla büyüyen kruvaziyer gemileri 3500 – 4000 ve daha fazla turist taşımakta, böylece hem kişi başına maliyetlerini düşürerek şimdiye kadar kruvaziyer hizmeti satın almayan daha alt gelir düzeyindeki turistleri de kazanmakta ve sundukları imkânlarla çok cazip bir duruma gelmektedirler (Deniz Ticaret Odası Sektör Raporu, 2010). Kruvaziyer Hatları Birliği'ne göre de kruvaziyer turizmi fiyat/satın alınan değer oranı açısından diğer tatil türlerine oranla daha uygundur. Çünkü denizde yapılan tatilde barınma, farklı ülkeler görme, eğlence, birinci sınıf hizmet ve diğer lüks seçenekler fiyata dâhil olmaktadır (Güzel, 2006).

Ayrıca, kruvaziyer turizminin sadece mevcut müşterilere odaklanması çeşitli tehditleri de beraberinde getirebilir. Örneğin, mal ve hizmetlerin mevcut müşterilerin ihtiyaçlarına göre tasarlanması, pazarın cazibesinin potansiyel müşteriler için kaybolmasına neden olabilir. Ayrıca, bu durum mevcut müşterilerin beklentilerindeki yükselişi de beraberinde getirebilir. Bir diğer tehdit ise kruvaziyer turistlerin genellikle çeşitlilik arayışında olan tüketiciler olmaları ve endüstrideki mal ve hizmetlerin mevcut müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş olmasıdır. Bu tüketiciler başka bir tatil alternatifini değerlendirdiğinde ürün ve hizmetlerdeki mevcut düzenlemeler potansiyel müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamamaktadır (Park, 2006; İnan v.d., 2011:487-497). Bu bağlamda, bu tehditlere karşın günümüzde gerek ulusal gerekse uluslararası turizm hareketleri ve talebinin artması sonucu, turistlerin istek ve ihtiyaçları birbirinden farklılaşmaya başladığı gibi farklı turizm pazarları da ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak kruvaziyer işletmeleri de bu pazarlardan mümkün olduğunca fazla pay alabilmek için yoğun bir rekabete girmektedir. Girilen rekabet ortamında başarılı olabilmek için ise diğer turizm işletmeleri gibi kruvaziyer işletmelerinin de kruvaziyer turist gruplarını daha iyi tanımaları, onların ihtiyaç, istek ve beklentilerini tam olarak karşılamaları bir zorunluluk olduğu gibi pazarı oluşturan potansiyel ve fiili alıcıları bazı kriterler açısından birbirine benzeyen gruplara ayırmak, dolayısıyla pazarı

bölümlendirmek de gerekmektedir. Pazar bölümlendirmesi yapmadan tüm pazarlara hizmet vermek, verimliliği, hizmet kalitesini ve kârlılığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Çakıcı ve Yıldırım, 2013).

PAZAR BÖLÜMLENDİRMESİ

Pazar bölümlendirme, farklı özelliklere sahip hedef kitleler içerisinde benzer özelliklere sahip tüketicilerin belirlenerek gruplandırılması ve bu sayede kaynakların doğru bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olan bütüncül bir yaklaşım ve pazarlama felsefesidir (Freytag ve Clarke, 2001: 473-486). Bir pazar bölümü belirli kriterlere dayalı olarak pazarın geri kalan kısmından ayrılabilen pazar dilimidir. Pazar bölümlerindeki müşteriler benzer ihtiyaç, istek, karakter ve davranış kalıpları gösterirler (Smith, 1956'den aktaran, Cengiz, 2008:48-67). Pazar bölümlendirilmesinin amacı, pazarlama yapılabilecek alıcıları seçerek, alıcılar arasındaki farklılıkları saptamak ve birbirine benzer özellikleri olan alıcıları gruplandırmaktır (Marangoz, 2000:18). Böylece, turizmde pazar bölümlendirme kısaca, heterojen nitelikteki turistler arasından benzer özellikleri olan homojen turist gruplarını tespit etme amacını taşır (Çakıcı, 1998:89). Pazar bölümlendirme, hedef pazar bölümlerinin belirlenmesi, her bölümün büyüklüğünün ve değerinin tespit edilmesi, pazarda yer alan rakiplerin pazardaki durumlarının ortaya konulması ve yeterince hizmet edilmeyen pazar bölümlerinin seçilmesi amacıyla yapılır (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2002).

Pazar bölümlendirmesi coğrafi ve demografik özelliklere göre yapılabildiği gibi psikografik ve davranışsal özelliklere göre de yapılabilmektedir. Birçok pazarlamacı, pazarı bölümlenmek için en iyi başlangıç noktasının davranışsal değişkenler olduğuna inanmaktadır (Kotler ve Armstrong, 1991: 225; Birdir, 2009). Cemalcılar (1999)'a göre ise, davranışsal bölümlenme, kullanım oranı, elde edilen fayda veya markaya bağlılık şeklinde ele alınabilir. Davranışsal kriterler ele alınarak yapılan bölümlenmede, özellikle psikolojik bölümlenmede yer almayan ve tüketicilerin tüketim davranışlarını ele alan kriterler, bu bölümlenmenin değişkenleri olarak karşımıza çıkar (Birdir, 2009). Davranışsal değişkenlere göre bölümlenmenin üç alt grubu vardır. Bunlar; yarar, kullanım hacmi ve son kullanımdır (Nakip, 1994: 38). Davranışsal bölümlendirme şeklinin temelinde yarar bölümlendirmesi ve kullanım sıklığı yatmaktadır (Mucuk 2001; Birdir, 2009). Tek (1997)'e göre ise davranışsal bölümlenme üç alt grupta incelenir. Bunlar fayda bölümlenmesi, kullanım hacmine göre bölümlenme ve pazarlama faktörleri değişkenlerine göre bölümlenmedir. Turizm sektörü açısından seyahatin nedeni ve kullanım sıklığı davranışsal

bölümlemede kullanılan başlıca değişkenlerdir (Rızaoğlu, 2004: 146: Birdir, 2009).

Bu araştırmada Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenlerine ilişkin değişkenler ile kruvaziyer seyahatini satın alma sıklıkları ele alınmış ve davranışsal bölümlendirmeye ilişkin iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

H₁: Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenleri ile satın alma sıklıkları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma sonuçlarının, kruvaziyer turizmi alanında faaliyet gösteren denizcilik işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleri yönetici ve çalışanlarına fikir vereceği ve bundan sonra yapılacak nicel araştırmalara da yol göstereceği öngörülmektedir. Ayrıca, davranışsal pazar bölümlendirmesi değişkenleri arasındaki ilişkiyi açıklaması açısından da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu araştırmada, araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek üzere nicel araştırma yönteminden yararlanılmış ve yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Ankette yer alan ifadeler için bu alanda literatürde yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır (Juan ve Chen, 2011; Douglas v.d., 2010; Hur ve Adler, 2011; Duman ve Mattila, 2005; Andriotis ve Agiomirgianakis, 2010; Park, 2006:4; İnan v.d., 2011:487-497).

Bu araştırmanın ana kütlesini Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı merkezli bir kruvaziyer gemi işletmesinden kruvaziyer tatili satın alan Türk kruvaziyer turistleri oluşturmaktadır. Araştırma X Kruvaziyer İşletmesine bağlı yolcu taşıma kapasitesi 4300 kişi olan Y kruvaziyer gemisinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirildiği tarihlerde gemide ortalama 4200 adet yolcu mevcut olup, Türk yolcuları için ayrılan kontenjanın genel olarak ortalama 300 kişi olduğu ve anketin uygulandığı seferdeki Türk yolcu sayısının 338 kişi olduğu ifade edilmiştir. Anket için işletmeden izin alınmış ve anket uygulama işlemi 1-8 Ağustos 2012 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Türk kruvaziyer turistlerden anketi cevaplamaya istekli 204 müşteriye anket uygulanmıştır. Örneklem grubuna tesadüfi olmayan örnekleme yöntemi uygulanmış ve cevaplayıcılar kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırma sürecinde toplanmış olan veriler SPSS 15.0 paket programı ile değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

BULGULAR

Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Anketi cevaplayan 204 Türk kruvaziyer turistinden 90'ı (%44,1) bayan, 114'ü (%55,9) erkektir. Cevaplayıcıların 156'sı evli (%76,5), 48'i (%23,5) bekârdır. Yaş açısından; 18 (%8,8) cevaplayıcı yaşı 26-35 yaş aralığında, 56 (%27,5) cevaplayıcı 36-45 yaş aralığında, 76 (%37,3) cevaplayıcı 46-55 yaş aralığında, 54 (%26,6) cevaplayıcı 56 yaş ve üstünde yer almaktadır. Eğitim düzeyi olarak; sekiz (%3,9) cevaplayıcının eğitim düzeyi ilköğretim, 20 (%9,8) cevaplayıcının lise, 24 (%11,8) cevaplayıcının önlisans, 114 (%55,9) cevaplayıcının lisans ve 38 cevaplayıcının (%18,6) lisansüstüdür.

Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenlerinin İncelenmesi

Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenlerini belirlemek üzere Tablo 1'de verilen değişkenler için cevaplayıcılardan önem düzeyini (1:Hiç Önemli Değil, 5:Çok Önemli) belirtmeleri istenmiş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 1. Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri

Kod	Tatil Tercih Etme Amacı	Cevaplayıcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Croanbach Alpha
A	Dinlenmek	204	4,25	,67025	,7132
B	Farklı Destinasyonları/Ülkeleri Görmek	204	4,14	,72299	,7368
C	Karadaki Sorunlardan Uzaklaşmak	204	3,96	,62808	,7245
D	Yeni Dostluk ve Arkadaşlıklar Edinmek	204	3,72	,75984	,7777
E	Eğlenmek	204	3,66	,70827	,7174
F	Sosyal Statü Elde Etmek	204	3,65	,73787	,7400
G	Farklı Kültür ve Tarihsel Değerleri Tanımak	204	3,60	,77276	,7529

Tablo 1 incelenecek olursa, Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer tatilini daha çok dinlenmek, farklı destinasyonları/ülkeleri görmek, karadaki sorunlardan uzaklaşmak amacıyla tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Türk Kruvaziyer Turistlerin Kuvaziyer Seyahatini Satın Alma Sıklıklarının İncelenmesi

Anketi cevaplayan turistlerin kruvaziyer seyahatini satın alma sıklıkları ise şöyledir;

Tablo 2. Türk Kruvaziyer Turistlerin Kuvaziyer Seyahatini Satın Alma Sıklıkları

	Frekans	%
İlk Kez Katılanlar	122	59,8
İkinci Kez Katılanlar	44	21,6
Üçüncü Kez Katılanlar	14	6,9
Dördüncü Kez Katılanlar	18	8,8
Beşinci Kez Katılanlar	6	2,9
Toplam	204	100,0

Tablo 2’de, anketi cevaplayan turistlerin %59,8’i kruvaziyer seyahatine ilk kez katılırken, %21,6’sının ikinci kez, yaklaşık %7’sinin üçüncü kez, yaklaşık %9’unun dördüncü kez ve yaklaşık %3’ünün ise beşinci kez katıldığı görülmektedir.

Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri İle Satın Alma Sıklıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Anketi cevaplayan Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenleri ile satın alma sıklıkları arasındaki karşılaştırmalı tablo sonuçları ile arasındaki ilişkiyi belirlemeye ilişkin istatistiksel analiz sonuçları Tablo 3’teki gibidir;

Tablo 3 incelenecek olursa, kruvaziyer seyahatine ilk ve ikinci kez katılanların daha çok dinlenmek, farklı ülkeleri görmek amacıyla tercih ettikleri görülürken, üçüncü, dördüncü ve beşinci kez katılanların dinlenmenin ve farklı ülke/kültürleri tanımak ve görmenin yanı sıra, daha çok karadaki sorunlardan uzaklaşmak amacıyla tercih ettikleri görülmektedir. Kruskal Wallis testi sonucuna göre karadan uzaklaşmak, eğlenmek ve sosyal statü elde etmek değişkenlerinin satın alma sıklık düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği, bunun yanı sıra korelasyon değerlerine göre ilgili değişkenler ile satın alma sıklık düzeyi arasında istatistiksel açıdan zayıf ancak anlamlı ve doğru orantılı bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri İle Satın Alma Sıklıkları Arasındaki İlişki

Sıklık		A	B	C	D	E	F	G
1	Ortalama	4,21	4,11	3,86	3,57	3,55	3,56	3,95
	Cevaplayıcı	122	122	122	122	122	122	122
	Std. Sapma	,683	,794	,738	,842	,692	,716	,640
2	Ortalama	4,22	4,13	3,90	3,68	3,82	3,81	3,90
	Cevaplayıcı	44	44	44	44	44	44	44
	Std. Sapma	,742	,632	,603	,707	,581	,656	,603
3	Ortalama	4,42	4,43	4,28	3,42	3,71	3,72	3,85
	Cevaplayıcı	14	14	14	14	14	14	14
	Std. Sapma	,513	,513	,468	,755	,913	1,069	,363
4	Ortalama	4,44	4,11	4,22	3,66	3,77	3,66	4,00
	Cevaplayıcı	18	18	18	18	18	18	18
	Std. Sapma	,511	,582	,646	,485	,808	,685	,685
5	Ortalama	4,33	4,33	5	4	4,33	4,34	4,66
	Cevaplayıcı	6	6	6	6	6	6	6
	Std. Sapma	,516	,516	,00	,00	,516	,516	,516
	Chi-Square	2,34	2,50	21,48	3,58	12,03	9,05	8,17
	df	4	4	4	4	4	4	4
	Asymp. Sig.	,672	,645	,000	,465	,017	,060	,085
	Korelasyon	,078	,035	,204(**)	,056	,198(**)	,136(*)	,046
	Sig. (2-tailed)	,217	,572	,001	,368	,002	,030	,463
	Cevaplayıcı	204	204	204	204	204	204	204

(**)Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

(*) Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

SONUÇ

Günümüze baktığımızda, deniz turizmi etkinliklerinden biri olan kruvaziyer gemi işletmeciliğinin, geçmişte olduğu gibi bugünde önemli bir turizm alanı olarak yerini aldığı, işletmelerin, acentelerin, ülkelerin ve kişilerin ilgisinin günden güne arttığı görülmektedir (Görken, 2011). Ancak bu pazardan pay almak üzere kişileri tatillerini bir kruvaziyer gemisinde geçirmek üzere ikna etmek için onların istek ve arzu ve ihtiyaçlarını doğru analiz etmek ve tanımlamak yeterli değildir. Müşteri istek ve ihtiyaçlarının doğru belirlenmesinin yanı sıra pazarı uygun şekilde bölümlere ayırmak ve buna bağlı olarak hedef pazarı tayin etmek ve işletmeyi doğru biçimde konumlandırmak da son derece önemlidir. Dolayısıyla, kruvaziyer işletmeleri farklı milliyet ve farklı demografik özelliklere ilişkin pazarlara yönelirken

pazarı bölümleri ayırmada alışıl gelmiş coğrafi ve demografik faktörlerin yanı sıra psikografik ve davranışsal (yarar ve satın alma, kullanım sıklığı) faktörlerine göre de bölümlendirme yapmalı ve müşterilerin kruvaziyer turizmini tercih etmelerindeki nedenleri, istek, arzu ve ihtiyaçlarını, hizmet algılamalarını ve davranışsal niyetlerini bilimsel veriler çerçevesinde doğru analiz ederek buna bağlı pazarlama politika ve stratejileri geliştirmelidir. Bu bağlamda, amacı müşterilere mal ve hizmet sunmak olan gerek kar amaçlı gerekse kar amaçsız bütün işletme ve organizasyonların müşterilerini iyi tanımaları gerekmektedir. Çünkü her müşterinin istek ve ihtiyaçları, o üründen beklediği faydanın yanı sıra kişiliği, karakteri, algısı, tutumu, davranış kalıpları birbirinden farklıdır. Pazar bölümlendirme bu soruna kısmen çözüm niteliğindedir. Pazar bölümlendirme sayesinde işletmeler müşterilerinin farklı özellikleri bakımından benzer olanlarını gruplandırarak bu gruplara uygun mal ve hizmet üretebilmektedirler. Başka bir ifadeyle pazar bölümlendirmede amaç müşterileri homojen gruplara ayırarak işletme stratejisini belirlemede kolaylık ve doğruluk sağlamaktır (Cengiz, 2008:48-67).

Bu araştırmada Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenlerine ilişkin değişkenler ile kruvaziyer seyahatini satın alma sıklıkları ele alınmış ve davranışsal bölümlendirmeye ilişkin iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada; Türk kruvaziyer turistlerin kruvaziyer tatilini tercih etmelerindeki temel amacın '*dinlenmek*' olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra '*farklı destinasyonları görmek*' ve '*karadaki sorunlardan uzaklaşmak*' isteğinin de önemli üç amaçtan biri olduğu görülmektedir. Anketi cevaplayan Türk kruvaziyer turistlerin satın alma sıklıklarına bakıldığında, cevaplayıcıların büyük çoğunluğunun (%59,8) ilk kez böyle bir seyahate katıldığı belirlenmiştir.

Anketi cevaplayanların satın alma sıklıkları ile kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenleri arasındaki ilişki incelendiğinde, ilk kez ve ikinci kez katılanların çoğunlukla dinlenmek ve farklı destinasyonları görmek amacıyla böyle bir seyahate katıldıkları anlaşılırken, üçüncü ve üstü kez katılanların ise karadaki sorunlardan uzaklaşmak ve sosyal statü elde etmek gibi faydalardan ötürü tercih etme güdüsü içerisinde oldukları düşünülmektedir. Diğer değişkenlere kıyasla karadaki sorunlardan uzaklaşmak ve sosyal statü elde etmek değişkenleri ile satın alma sıklığı arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir ilişkinin bulunması ve satın alma sıklık düzeyinin ilgili değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermesi de bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Ayrıca '*eğlenmek*' amacının da satın alma sıklık düzeyi ile anlamlı bir ilişkinin olması, satın alma sıklık düzeyi

arttıkça, kruvaziyer seyahatinin tercih edilmesinde eğlenceli bir hizmetin bulunmasının bu müşteriler tarafından önemli olduğu görüşünü ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda, Türk kruvaziyer müşterilerine ilişkin pazar bölümlendirilmesi yapılırken sadece demografik özellikler gibi klasikleşmiş tarzda pazar bölümlendirmesi yapmanın yeterli olmayacağı, bunun yanı sıra davranışsal faktörlere (satın alma sıklığı/kullanım sıklığı/hacim bölümlendirmesi) ilişkin bir bölümlendirmenin de yapılmasının hedef pazarı doğru tayin etmede ve işletmelerin doğru konumlandırma yapmalarında etkili olacağı tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Özdemir Ş. ve Torlak Ö. (2002) 'Modern Pazarlama', Geliştirilmiş 2. Baskı, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Andriotis, K. ve Agiomirgianakis, G. (2010) 'Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call'. International Journal of Tourism Research, 12, 390-404. DOI: 10.1002/jtr.770
- Birdir, S. S. (2009) 'Yaz Tatilinden Beklenen Faydalara Göre Turist Pazarının Bölümlendirilmesi: Antalya'da Yapılan Bir Araştırma', Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kayseri
- Cemalcılar, İlhan (1999) 'Pazarlama', Beta Basım, İstanbul.
- Cengiz E., (2008) 'Üniversite Eğitimi Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesine Göre Pazar Bölümlendirme: Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği', Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (16) 2008 / 2: 48-67.
- Çakıcı, C. A. (1998) "Tatil Amaçlı Müşterilerin Otellerde Aradıkları Özellikler" (Adnan Menderes Üniversitesi, T.O.Y.O., 3. Uluslar arası ve 9. Ulusal Turizm Kongreleri, Aydın, 6-9 Kasım 1998), Bildiriler, Aydın 1998, s. 89-100.
- Çakıcı, A. C. ve Yıldırım, O. (2013) 'Türk İş İnsanlarının Konaklama Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Mersin ve Adana'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma', Turizm Araştırma Dergisi Cilt 2, Sayı 2, [Http://Asosindex.Com/Journal-Article-Abstract?İd=27971](http://Asosindex.Com/Journal-Article-Abstract?İd=27971)
- Çimenoglu, G.(2011) 'Relations between Cruise Tourism And City, The Case Of KaraköySalıpazarı District'. Yıldız Technical University Science Institute, Master Thesis, İstanbul-Turkey.
- Deniz Ticaret Odası Sektör Raporu (2010) İMEAK Deniz Ticaret Odası
- Deniz Turizm Yönetmeliği (2009), <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14610/deniz-turizmi-yonetmeligi.html> (Erişim Tarihi: Aralık 2013).

- Douglas, A.C., Mills, J.E. ve Phelan, K.V.(2010) '*Smooth Sailing?: Passengers' Assessment of Cruise Brand Equity*'. Journal of Travel and Tourism Marketing, 27:649–675.doi:10.1080/10548408.2010.519300
- Dowling, R.K. (2006) '*The Cruising Industry in Cruise Ship Tourism*'. (Ed.) R.K. Dowling,Oxfordshire, CABI Publishing: 3 – 17.
- Duman, T. ve Mattila, A. S. (2005) '*The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value*'. Tourism Management, 26:311-323.DOI:10.1016/j.tourman.2003.11.014
- Freytag, P.V. ve Clarke A.H. (2001) "*Business to Business Market Segmentation*", Industrial Marketing Management, 30, ss.473-486.
- Görken, Özlem (2011) '*Solid Waste Logistics In Cruise Shipping*'. Dokuz Eylül University Science Institute, PhD. Thesis, İzmir-Turkey
- Güzel, Kamil (2006) '*The Future Prospects Of The Cruise Tourism In Turkey*'. İstanbul University Maritime Sciences Intitute, Master Thesis, İstanbul-Turkey.
- Hur, Yoonkyung (Katie) ve Adler, Howard (2011) '*An Exploratory Study ofthe Propensity for South Koreans To Take Cruises: Investigating Koreans' Perceptions Of Cruise Ship Travel*'. International Journal of Tourism Research, Published Online In Wiley Online Library, (Wileyonlinelibrary.Com) DOI: 10.1002/Jtr.1862.
- Israel, G. ve Miller, L. (1999) '*Dictionary of the Cruise Industry*'. Lavenham Press, Colchester, ISBN No: 0905597702.
- İnan, Eda A, Akinci, S., Kiymalioglu, A. ve Akyürek, M.S.(2011) '*The Impact of Destination Image on Recommendation among Cruise Passengers*'. Ege Academic Review, 11(3): 487-497.
- Juan Pin-Ju ve Chen Hui-Mei (2011) '*Taiwanese Cruise Tourist Behavior During Different Phases of Experience*'. International Journal of Tourism Research, Published online in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com) DOI: 10.1002/jtr.882.
- Kotler, Philip ve Armstrong, Gary (1991) '*Principles Of Marketing*', Fifth Edition – International Editions, Prentice-Hall, London.
- Lobo, A. C. (2008) '*Enhancing Luxury Cruise Liner Operators' Competitive Advantage: A Study Aimed At Improving Customer Loyalty and Future Patronage*'. Journal of Travel and Tourism Marketing, 25(1): 1–12.DOI:10.1080/10548400802157867
- Marangoz, Mehmet (2000) "*Pazar Bölümleme ve Tüketiciler Pazarının Demografik Değişkenlerden Yaş Değişkenine Göre Bölümlenmesi*", Pazarlama Dünyası, Yıl:14, Sayı:2000-02, Mart-Nisan 2000, s. 18-22.
- Mucuk, İsmet (2001) '*Pazarlama İlkeleri*', 13. Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

- Nakip, Mahir (1994) '*Pazar Bölümlemesi ve Basın-Yayın Sektöründe Bir Uygulama*', Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Yayınları, No:2, Kayseri.
- Park, S.Y. (2006) '*Tapping the Invisible Market: The Case of the Cruise Industry*'. Texas A and M University.PhD Dissertation.
- Petrick, J. F, Li, X. ve Park, S. (2007) '*Cruise Passengers' Decision-Making Processes*'. Journal of Travel and Tourism Marketing, 23(1):1–14.DOI:10.1300/J073v23n01_01
- Rızaoğlu, Bahattin (2004) '*Turizm Pazarlaması*', 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Smith, W. (1956), "*Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies*", Journal of Marketing, Vol:21, pp.3-8'den aktaran Cengiz E., (2008) Üniversite Eğitimi Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesine Göre Pazar Bölümlendirme: Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (16) 2008 / 2: 48-67
- Tek, Ö. Baybars (1997) '*Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım*', 7. Basım, Cem Ofset Matbaacılık San. A.S., İstanbul.
- Teye, V.B. ve Leclerc, D. (1998) '*Product and Service Delivery Satisfaction among North American Cruise Passengers*'. Tourism Management, 19(2):.153–160.DOI: 10.1016/S0261-5177(97)00107-6
- Toh, R.S, Rivers M.J. ve Ling, T. W. (2005) '*Room Occupancies: Cruise Lines Out-Do the Hotels*'. International Journal of Hospitality Management, 24(1):121–135, DOI: 10.1016/j.ijhm.2004.05.005
- WTO (1992). Presentation on Tourism Trends toThe Year 2000 And Beyond. WTO, Madrid.

ÇANAKKALE'DE DALIŞ TURİZMİ VE POTANSİYELİ

Turgay BUCAK¹
Senem Ezgi YILMAZ²

ÖZET

Türkiye'de dalış turizmi, turizmin çeşitlendirilmesi sürecinde üzerinde durulması gereken seçeneklerden biridir. Bu çalışmada, Çanakkale ve çevresindeki dalış noktalarının ve Çanakkale'nin dalış turizmi potansiyelinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, Çanakkale'de faaliyet gösteren üç dalış merkezi yetkililerinden, yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniği uygulanarak bilgiler alınmıştır.

Çanakkale'de dalış turizmi, dalış tutkunları açısından önemli bir konuma sahiptir. Özellikle Saroz Körfezi kıyıları, Gökçeada ve Bozcaada dalış turizminin yapıldığı önemli yerlerdir. Saroz Körfezi, dünyanın ikinci kendi kendini temizleyen denizi olması sayesinde, tertemiz denize ve zengin bir sualtı faunasına (belli bir bölgede yaşayan hayvanların tümüne verilen ad) sahiptir. Gökçeada, Türkiye'nin ilk sualtı parkı olarak kurulan "Gökçeada Sualtı Parkı" ile yüzlerce canlı türünü barındırmaktadır. Bozcaada'da ise pek çok dalış noktası bulunmaktadır. Bu dalış noktalarının kıyıya yakın olması, dalış yapanlara büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Kıyıya yakın olması aynı zamanda, bu bölgede kabuklu deniz hayvanlarının çeşitliliğinin fazla olmasına neden olmaktadır. Bundan dolayı bu noktalarda gece dalışları da tavsiye edilmektedir.

Çalışma sonucunda Çanakkale ilinin dalış turizm potansiyelinin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Fakat bazı yasal mevzuat yasaklarının olmasından ve yeterli alt ve üst yapının bulunmamasından kaynaklı optimum verim alınamamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Çanakkale, Dalış Noktaları, Dalış Turizmi.

1.DALIŞ TURİZMİ VE DALIŞ NOKTALARI

Denizaltı çalışmaları, çok eski çağlara kadar uzanmaktadır. Bu araştırmaların sebepleri, deniz altına olan merak ve batık hazinelerin bulunması, ayrıca deniz ürünlerinden yararlanılmasıdır. Bu sebeplerle yapılan dalma ve araştırma işlemleri zamanla bir meslek haline gelmiş ve teknolojideki gelişmeler sayesinde de sualtı sporlarına kadar ulaşmıştır (Sofular, 1997: 25).

¹ Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale
tbucak@yahoo.com

² Senem Ezgi YILMAZ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale
ezgiyilmaz@comu.edu.tr

1.1. DALIŞ TURİZMİ

Dalış turizmi, sualtı dünyasının arkeolojisini, deniz fauna ve florasını (bir bölgede yetişen bitkilerin ortak adı) görmek, bunları fotoğraflamak ve sportif amaçlı olarak balık avlamak için yapılan tanıtım, eğitim ve spor nedenli dalışlar ile bu bölgede verilen konaklama hizmetlerini içine alan turizm çeşididir (Yaşar, 2011: 36).

1.2. SCUBA DALICILIĞI

Scuba; İngilizce “Self Contained Underwater Breathing Apparatus” kelimelerinin baş harflerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Türkçe “Bağımsız Sualtı Solunum Cihazı” anlamına gelmektedir. Kısacası scuba, hava kaynağının yanında taşınarak yapılan dalış şeklidir (www.angelfire.com). Scuba dalış türleri aşağıdaki gibidir.

Mağara Dalışı: Sualtıdaki mağaraların incelenmesi ve görülmesi için yapılan dalışlardır. Çoğu mağara ince ve dar yapıdadır. Bu sebeple klostrrofobi olan kişiler için uygun değildir (vioces.yahoo.com).

Akıntı Dalışı: Dalıcı, akıntının kendisini taşımasına izin verir. Dalıcı bu yolla az enerji harcayacağı için sualtında daha uzun süre kalabilmektedir (vioces.yahoo.com).

Gece Dalışı: Sualtının gece karanlığında keşfi için yapılan dalışlardır. Dalıcılar sualtında aydınlatma cihazları kullanarak gece görüşünü sağlayabilmektedirler. Gece dalışı yapan dalıcılar, denizin derinliklerinin karanlıkta daha çekici olduğunu düşünmektedirler (vioces.yahoo.com).

Açık Deniz Dalışı: Deneyim gerektiren bir dalıştır. Bu dalış, sualtı ekosistemini keşif için bir fırsat sunmaktadır. Günümüzde heyecan uyandıran dalışlardandır (vioces.yahoo.com).

Kurtarma Dalışı: Sadece eğitimli personelin yapabileceği dalışlardır. Tehlikeli olduğu için özel bir dalış şekli içerir. Sualtı kurtarma görevi olacağı zaman kurtarma dalışı yapılır (vioces.yahoo.com).

Batık Dalışı: Çekicilik ve değişiklik yönünden çok cazip bir dalıştır. Sualtı dünyası, birçok batığa ev sahipliği yapmaktadır. Batıklar canlılar için yuva haline gelmiştir (www.scubadivingtr.com).

1.3. DALIŞ NOKTALARI

Sayıları her gün artan dalış noktaları sayesinde dünyanın dört bir yanında dalgıçlar dalış yapabilir hale gelmiştir. Dünyada ve ülkemizde onlarca dalış noktası bulunmaktadır.

1.3.1. DÜNYADAKİ DALIŞ NOKTALARI

Dünyadaki dalış noktalarından ön plana çıkanlar, aşağıda yer alan Tablo 1’de belirtilmektedir.

Tablo 1: Kıtalara Göre Dalış Noktaları Dağılımı

KITA İSMİ	DALIŞ NOKTALARIN İSİMLERİ
Avrupa	Zenobia Batığı-Kıbrıs, Medas Adaları-İspanya, Sardunya-İtalya, Ustika Adası-İtalya, Hebride Adası-İskoçya, Scapa Akıntısı-Büyük Britanya, Scilly Adaları-Büyük Britanya, Skellig Adaları-İrlanda, Lundy Adası-Güneybatı İngiltere, Norveç Fiyotları-Norveç, İzlanda-Kuzey Atlantik, Beyaz Deniz-Kuzeydoğu Rusya
Afrika	Gansbaai-Güney Afrika, Aliwal Sığılığı-Güney Afrika, Sodwana Körfezi- Güney Afrika, Protea Banks-Güney Afrika, Mozambik-Güneydoğu Afrika, Seyşeller-Batı Hint Okyanusu, Mauritius Adaları-Batı Hint Okyanusu, Brothers-Mısır, Dahab-Mısır, Thistlegorm Batığı-Mısır
Asya	Maldivler-Hint Okyanusu, Siliman Adaları- Hint Okyanusu, Andaman Adaları-Hint Okyanusu, Kuzey Sulawesi-Endonezya, Papua Yeni Gine-Batı Pasifik, Filipinler-Güneydoğu Asya
Avustralya	Büyük Bariyer Resifi-Avustralya, Mercan Denizi-Batı Pasifik, Yongala Batığı-Avustralya, Tazmanya-Avustralya, Ningaloo Resifi-Avustralya, Poor Knight Adaları-Yeni Zelanda, Rainbor Warrior Batığı-Yeni Zelanda, Mikhail Lermontov Batığı-Yeni Zelanda
Okyanusya	Palau-Güney Pasifik, Yap-Kuzey Pasifik, Bikini Atolu-Orta Pasifik, Bora Bora-Güney Pasifik, Başkan Coolidge Batığı-Güney Pasifik, Truk Lagünü-Kuzey Pasifik, Fiji-Güney Pasifik, Tonga-Güney Pasifik
Amerika	Florida Keys-Florida, Crystal River-Florida, Little Bahamas Bank-Batı Atlantik, Bonaire-Hollanda, Cayman Adaları-Güney Karayipler, Turks ve Caicos Adaları-Kuzey Karayipler, Küba-Batı Atlantik, Cenote’lar-Meksika, Belize Bariyer Resifi-Orta Amerika, Fernando de Noronha-Batı Atlantik, Cocos ve Melpelo Adaları-Doğu Pasifik, Roca Partida-Meksika, Hawaii-Orta Pasifik, Catalina Adası-Kaliforniya, Outer Banks-Kuzey Karolina, Büyük Göller-Kanada, Vancouver Adası-Batı Kanada, Galapagos Adaları-Doğu Pasifik

Kaynak: (Halls, Krestovnikoff, 2011: 236-327)

Tablo 1’de görüldüğü gibi dünyanın dört bir yanında değişik dalışlar yapılabilecek, farklı fauna ve flora sahip bir çok dalış noktası bulunmaktadır.

1.3.2. ÜLKEMİZDEKİ DALIŞ NOKTALARI

Türkiye sularında çeşitli batıklar ve su altı mağaraları bulunmaktadır ve bunlar keşfedilmeyi beklemektedir (Akpınar, Bulut, 2010: 1585).

Ülkemizde bulunan su altı dalış noktalarını üç bölgede yer almaktadır.

- a. Akdeniz Bölgesi
- b. Ege Bölgesi
- c. Marmara Bölgesi

Bu bölgelerde yer alan dalış noktaları Tablo 2’de belirtildiği gibidir.

Tablo 2: Türkiye’deki Bölgelere Göre Dalış Noktaları

BÖLGE ADI	DALIŞ NOKTALARININ İSİMLERİ
Akdeniz Bölgesi	Vatoz Kayası-Kalkan, Heybeli Ada-Kalkan, Panorama Resif-Kalkan, Öksüz Ada-Kalkan, Kaptanoğlu Resif-Kalkan, Rüzgar Kayası-Kalkan, Uçak Batığı-Kaş, Besmi Adası-Kaş, Fener Burnu-Kaş, Osmanlığı Batığı-Kaş, Likya Batığı-Kaş, Çapa Banko ve Akıntı Burnu-Kaş, Gürmenli Adası-Kaş, Kanyon-Kaş, Köfte Adası-Kaş, Beginners Resifi-Kemer, Büyük Resif-Kemer, Küçük Ada Önü-Kemer, Duvar-Kemer, Adventure Resif-Kemer, Bacalı Mağara-Kemer, Havalı Mağara ve Mağara Önü-Kemer, Paris Batığı-Kemer, Aksu Batığı-Kızkalesi, Kurt Burnu-Kızkalesi, Fok Burnu-Kızkalesi, Dana Adası-Kızkalesi, Güvercin Adası-Kızkalesi,
Ege Bölgesi	Fener Adası-Çeşme, Yatak Odası-Çeşme, 88 Taşları-Çeşme, Boğaz Adası-Çeşme, Küçük Ada-Çeşme, Ayrık Taş-Çeşme, Riko-Çeşme, Ada Banko-Kuşadası, Barbaros Resif-Kuşadası, Pamucak Resif-Kuşadası, Adakale Burnu-Kuşadası, Shell Resif-Kuşadası, Blue Sky Kayalığı-Kuşadası, Büyük ve Küçük Resif-Bodrum, Poyraz-Bodrum, Delikli Mağara-Bodrum, Kurt Burnu-Bodrum, Oraklar-Bodrum, Kargı ve Köçek Adaları-Bodrum, İnce Burun-Datça, Light House-Datça, Topan Adası-Datça, Üç Kayalar-Datça, Armutlu-Datça, Akvaryum-Datça, Üç Çapalar-Datça, Aktur/Çiftlik Koyu-Datça, Keçi Adası-Marmaris, İnce Burun-Marmaris, Kır Burnu-Marmaris, Topuk-Marmaris, Abdi Reis Koyu-Marmaris, Alkaya Burnu-Marmaris, Baca Mağara-Marmaris, Kadirga Burnu-Marmaris, Köpekbahğı Koyu-Marmaris, Patika Mağara-Sarıgerme, Dağdelen Mağarası-Sarıgerme, Derin Mağara-Sarıgerme, Selin Mağarası-Dalyan, Baba Adası-Sarıgerme, Nar Adası-Sarıgerme, Bozburun-Dalyan, Kargıcak & Bakardi Koyları-Dalyan, Afkule ve Türk Hamamı-Fethiye, Sarıyarlar (Denizati Koyu)-Fethiye, Üç Tüneller (Küçük Resif)-Fethiye, Karides Kovuğu (Shrimps cave)-Fethiye, Balaban Adası-Fethiye, İblis Burnu-Fethiye, Turunç Pınarı-Fethiye

Marmara Bölgesi	Yasıada-İstanbul, Sivriada-İstanbul, Tavşan Adası-İstanbul, Büyük Ada-İstanbul, Tuzla-İstanbul, İbrice Limanı-Saros Körfezi, Üç Adalar-Saros Körfezi, Toplar Burnu-Saros Körfezi, Asker Taşı-Saros Körfezi, Minnoş Adası-Saros Körfezi, Minnoş Resifi-Saros Körfezi, Kömür Limanı-Saros Körfezi, Bebek Kayaları-Saros Körfezi, Büyük Kemikli Burnu-Gelibolu Yarımadası, Küçük Kemikli Burnu-Gelibolu Yarımadası, Lundy Batığı-Gelibolu Yarımadası, Arıtma Gemisi-Gelibolu Yarımadası, İngiliz ve Anzak Filikaları-Gelibolu Yarımadası, Mesudiye-Gelibolu Yarımadası, Majestik-Gelibolu Yarımadası, Çıkarma Botları-Gelibolu Yarımadası, Triumph-Gelibolu Yarımadası, Kaptan Frangos-Gelibolu Yarımadası, Alman Torpido Gemisi-Gelibolu Yarımadası, Kaleköy-Gökçeada, Yıldız Koyu-Gökçeada, Kaşkaval Burnu-Gökçeada, Kömür Burnu-Gökçeada, İnce Burun (Uğurlu)-Gökçeada, Aydıncık-Gökçeada, Kefalos-Gökçeada, Sulu Bahçe-Bozcaada, Bakla Taşlar-Bozcaada, Ayazma-Bozcaada, Mermer Burun-Bozcaada, Kalın Burun-Bozcaada, İkinci Sığılık-Bozcaada, Mavria (Tavşan) Adası-Bozcaada, Deli Mehmet Resifi-Ayvalık, Ezerbey Taşları-Ayvalık, Yalnız Ada-Ayvalık, Karaada-Ayvalık, Kerbela-Ayvalık, Maden Adaları-Ayvalık, Üç Kule-Ayvalık, Güneş Adası-Ayvalık, Amfora Tarlası-Ayvalık, Yumurta ve Taş Adası-Ayvalık
-----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kaynak: (Yokeş, Şenok, 2003: 109-165).

Tablo 2' ye göre ülkemizde Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde çok sayıda dalış noktası bulunmaktadır. Marmara Denizi, eskiden çok sayıda balık türünü barındırmasına rağmen günümüzde terk edilmiş görünümündedir. Buna rağmen etkileyici dalışlar yapılabilmektedir. Bazı günlerde 25-30 metrede görüş çok az iken, bazı günlerde de 10-15 metreden sonra temiz sulara ulaşılabilmektedir. Denizi yeşil ve temiz olmasına rağmen, içi loştur. Bunun için gündüz dalışlarında bile fener kullanımı gerekmektedir (www.vipscuba.net).

2. ÇANAKKALE'DE BULUNAN DALIŞ NOKTALARI

Çanakkale, bölgede gerçekleşen savaşlar sebebi ile karada olduğu kadar sualtında da birçok tarihsel dokuya ev sahipliği yapmaktadır. Hangi batıkların bulunduğu ve nerelerde dalış yapılabildiğine dair bilgiler aşağıdaki gibidir.

2.1. GELİBOLU YARIMADASI

Ülkemizde batık dalışı ve Marmara Bölgesi denince ilk akla gelen yer Gelibolu Yarımadası'dır. Birçok deniz savaşına tanık olan bu yerde İngiliz, Fransız ve Avustralya'ya ait 236 batık bulunmaktadır (Yokeş, Şenok, 2003: 116).

Gelibolu'daki önemli dalış noktaları ve bunlara ait bilgiler ise şu şekildedir;

Büyük Kemikli Burnu: Kıyıdan açığa doğru tüple dalış yapılabilen bölgedir. Çeşitli sünger ve mercan türüne rastlanabilir. Burada bir de batık bulunmaktadır. Ters dönmüş bu çıkarma botu yeni başlayanlar için oldukça ilginç bir deneyimdir (Şenok, 2001: 26-27).

Küçük Kemikli Burnu: Yeni başlayan İstanbullu dalgıçların eğitim yeridir. Anzak askerlerinin çıkartma yaptığı uzun kumsal burada bulunmaktadır (Yokeş, Şenok, 2003: 116).

Lundy Batığı: 30 metre derinliğinde yatan bu batık görülmesi gereken önemli bir batıktır (www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr).

Aritma Gemisi: Dalış yapanların ikinci uğrak yeridir. Buradaki batıkta buhar kazanları bulunmaktadır. Bunlar sayesinde savaş sırasında askerler deniz suyundan içme suyu sağlayabiliyorlardı (Şenok, 2001: 30).

İngiliz ve Anzak Filikaları: Kara ve deniz çıkarmaları sırasında kullanılan botlar burada bulunmaktadır (Yokeş, Şenok, 2003: 116).

Mesudiye: Tarihimizde denizaltı tarafından batırılan ilk gemimizdir. Bu batık birçok sualtı canlısına ev sahipliği yapmaktadır (www.iztv.com.tr).

Majestik: Boğazın çıkışında ve yarımadaının en ucunda bulunmaktadır. Sürekli dalga olan bir bölge olduğu için Sahil Güvenlik'ten dalış için izin alınması gerekmektedir. Sualtı faunası ile dikkat çekmektedir (www.aktifbalikadamlar.org.tr).

Çıkarma Botları: Seddülbahir fenerinin altındadır. Yan yana kuma oturmuş bu iki bot yaklaşık 30 metre derinliğindedir. İniş ve çıkışlarda dalgıçlara akyalar eşlik etmektedir (www.dogabizibekliyor.com).

Triumph: En sığ noktası 64, en derin noktası ise 72 metre derinliğinde bulunmaktadır. Batığın etrafı şilt (suyun getirip biriktirdiği kum) ve kavkı (kendiliğinden oluşan ve bir şeyin üstünü kaplayan kabuk) ile kaplıdır. Gemide günümüze kadar bir tahribat meydana gelmemiştir ve hala üzerinde top ve top mermileri bulunmaktadır (Özalp, 2010: 103).

Kaptan Frangos: Tarihi bir batık olmasa da güzel bir dalış noktasıdır. 47 metre derinliğinde olan bu batık, birçok renkli sünger ve mercanla kaplanmıştır. Tam olarak görüp dolaşabilmek için birkaç dalış yapmak gerekmektedir (www.artieksidiving.com).

Alman Torpido Gemisi: Çanakkale yat limanının dışında bulunur. 16 metre derinliğindeki bu batık deniz trafiğinin tam ortasında yer almaktadır. Makro çekimler yapmak isteyen fotoğrafçılar için uygundur (www.sarosdiving.com).

2.2. GÖKÇEADA

Gökçeada, buraya gelen turistlerin balığa doyduğu bir bölgedir. Adanın her yerinde dalış yapılabilir. Ancak ulaşım problemini çözmek için dalış yapacakların beraberlerinde şişme bot götürmeleri gerekmektedir (Sofular, 1997: 523).

Türkiye Deniz Araştırmaları Vakfı (TÜDAV) tarafından 1999 yılında Gökçeada Sualtı Milli Parkı olarak ilan edilen ada, Türkiye'nin ilk sualtı milli parkı unvanına sahiptir (www.gokceadahberim.com).

Gökçeada'daki dalış noktaları şunlardır:

Kaleköy: Adanın kuzeyinde Kaleköy Burnu'nun batısında bulunan küçük, korunaklı bir barınaktır. Gece dalışları için uygun bir bölgedir. Yengeç türlerini görmek mümkündür (www.coastguideofturkey.com).

Yıldız Koyu: Karadaki kaya oluşumları koyun sualtında da sürmektedir. Kayalardaki renk cümbüşü, balık çeşitleri, kaya ile kumun birleşim yerindeki böcekler gibi sualtına ait tüm bu güzellikler görülebilmektedir (www.gokceadaliyiz.com).

Kaşkaval Burnu: Testere görünümlü dik kayalıklar sualtında da devam etmektedir. Akıntı çok olmadığı için derin dalış yapılabilir. Burada müren balıklarını görmek mümkündür (www.divepark.net).

Kömür Burnu: Renkli sualtı fotoğrafçılar için ilginç kareler yaratmaktadır (Yokeş, Şenok, 2003: 122).

İnce Burun (Uğurlu): Çakıl kaplı yapısı ile ahtapotlara ve ıstakozlara ev sahipliği yapmaktadır (Yokeş, Şenok, 2003: 122).

Aydıncık: Adanın güneyinde yer alır. Gece dalışları için uygun bir yerdir. Genellikle kayalık bir yapıya sahip olan sualtı yapısı 15 metreden sonra kumluk olarak devam etmektedir (www.dogabizibekliyor.com).

Kefalos: Çanakkale Savaşlarında İngilizlerin deniz üssü olarak kullandıkları bu yerde batık da bulunmaktadır (Yokeş, Şenok, 2003: 122).

2.3. BOZCAADA

Dalış noktaları genellikle sığdır. Bu sebeple Türkiye'de kıyından tüple yapılan dalış noktalarının başında yer almaktadır. Kabuklu hayvan türlerinin çok olması sebebiyle gece dalışlarının yapılması da önerilmektedir. Bozcaada'da bulunan dalış noktaları aşağıdaki gibidir;

Sulu Bahçe: Yaklaşık 1 km uzunluğunda olan resife (balık ve diğer deniz canlılarının bir arada buldukları ve çeşitli canlıların birlikte yaşadığı yer) kıyından yüzerek birkaç dakikada ulaşılabilir. Gündüz dalışlarında fener kullanılırsa sünger ve salyangozlar daha iyi gözükür (www.mtmscuba.com).

Bakla Taşlar: Taşların şekillerinin baklaya benzemesinden dolayı bu isim verilmiştir. Karagöz, lağos ve orfoz balıkları bu noktada görülebilmektedir (www.aktifbalikadamlar.org.tr).

Ayazma: En ünlü kumsalıdır. Gece dalışı yapılması tavsiye edilir (Yokeş, Şenok, 2003: 123).

Mermer Burnu: Rüzgarlı günlerde de dalış yapılabilen bölgedir. Fok mağaraları mevcuttur ve foklarla karşılaşmak olasıdır. Bunun yanında ahtapot ve renkli deniz tavşanlarına da rastlamak mümkündür (polentefeneri.blogspot.com).

Kalın Burun: Adanın en derin resifi buradadır. Kırık amfora (antik dönemlere özgü iki kulplu bir çeşit çömlek) ve orfozlarla karşılaşılabilir (Yokeş, Şenok, 2003: 123).

Mauna Adası: Sert poyraz yüzünden pek tercih edilmez. El değmediği için Caretta- caretalara bile rastlanabilir. Diplerde birçok kırık amfora bulunmaktadır (www.mtmscuba.com).

İkinci Sığlık: Dalga ve akıntı yoğun olan bir bölgedir. Daha çok tecrübeli ve macera sevenler tarafından tercih edilir (Yokeş, Şenok, 2003: 123).

Mavria (Tavşan) Adaları: Bozcaada'ya 4 mil uzaklığında olup 4 küçük adadan oluşmaktadır. Temiz denizi ile bilinmektedir. Şnorkel (suyun yüzeyinde seyreden dalgıcın normal havayı başını kaldırmadan solunması için kullandığı "J" biçimindeki tür) ile dalış yapanlar için uygun bir bölgedir. Adaların yakınında tarihi bilinmeyen 4 adet batık bulunmaktadır (www.dogabizibekliyor.com).

3. ÇANAKKALE'DE DALIŞ TURİZMİ VE POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmada, Çanakkale ve çevresindeki dalış noktaları ve Çanakkale dalış turizm potansiyeli araştırılmıştır. Bu bağlamda Çanakkale'deki dalış merkezi yetkilileri ile görüşme yapılarak mevcut durum değerlendirilmiştir. Sonuç olarak da Çanakkale'deki dalış turizmi potansiyeli ve gelişme olanakları incelenmeye çalışılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, görüşme formu ile yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme yapılmıştır. Bu sırada ses kayıt cihazı kullanılmış ve gerekli durumlarda notlar alınmıştır. Görüşmeler, Çanakkale’de faaliyet gösteren Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ) Sualtı Araştırma ve Uygulama Merkezi, Saros Diving ve Divepark Gökçeada Dalış Merkezleri yetkilileri ile yapılmıştır.

Mevcut çalışma için görüşme formu, uzman bir kişi tarafından incelenerek pilot görüşmede soruların geçerliliği analiz edilmiştir. Bu analiz sürecinde, soruların anlaşılabilirliği incelenmiş ve bütün sorular araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmanın evrenini, Çanakkale’de dalış eğitimi ve dalış sertifikası verebilen 3 dalış merkezi oluşturmaktadır. Bu merkezlerin seçilmesinin en önemli sebebi, profesyonel anlamda bu işi yapıyor olmalarıdır.

Katılımcılar (1 dalış merkezi sahibi, 1 dalış merkezi müdürü. 1 dalış merkezi eğitmeni) ile yapılan görüşmeler, 25 ile 70 dakika arasında sürmüştür. Görüşme soruları önceden hazırlanmış olmasına rağmen, görüşme sırasında katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda tekrar yapılandırmaya gidilmiştir.

3.3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

“Çanakkale’de Dalış Turizmi ve Potansiyeli” isimli bu çalışmanın, Çanakkale’deki 3 dalış merkezi yetkilileri ile yapılan yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme yöntemi sonuçları aşağıda belirtilmektedir. Katılımcılara ait bilgiler aşağıda Tablo 3’te verilmektedir.

Tablo 3: Katılımcı Merkezlerin Özelliklerine Yönelik Bulgular

Katılımcı Merkezler	Faaliyet Alanı	Faaliyet Süresi	İşletmenin Çalışan Sayısı
ÇOMÜ Sualtı Uygulama ve Araştırma Merkezi (Katılımcı 1)	Deniz ve İçsularda Her Türlü Araştırmanın Yapılması- Tüplü Dalış Eğitimi	4 yıl	2 (Ayrıca 3 Yönetim kurulu üyesi var)
Saros Diving (Katılımcı 2)	Tüplü Dalış Eğitimi- Dalış Donanımı Satışı	6 yıl	2
Divepark Gökçeada Dalış Merkezi (Katılımcı 3)	Tüplü Dalış Eğitimi	2 yıl	4

Tablo 3'e göre tüm merkezler tüplü dalış eğitimi vermektedir. Merkezlerin faaliyet süreleri; ÇOMÜ Sualtı Uygulama ve Araştırma Merkezi 4 yıl, Saros Diving 6 yıl, Divepark Gökçeada Dalış Merkezi 2 yıldan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan dalış eğitmenlerine ait demografik bilgiler ise Tablo 4'de belirtilmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Sektör Deneyim Yılı	Mevcut Merkezdeki Deneyim Yılı	Görevi
Katılımcı 1	20	4	Merkez Müdürü- Eğitmen
Katılımcı 2	13	6	Merkez Sahibi- Eğitmen
Katılımcı 3	11	1	Eğitmen

Tablo 4'de yer alan katılımcı 1, ÇOMÜ Sualtı Araştırma ve Uygulama Merkezi müdürü ve eğitmeni temsil etmektedir. Müdürün sektördeki deneyimi 20, şuan görev aldığı merkezdeki deneyimi ise 4 yıldır. Katılımcı 2, Saros Diving'in sahibi ve eğitmenidir. Bu eğitmenin sektördeki deneyimi 13 yıl, merkezdeki deneyimi ise 6 yıldır. Katılımcı 3 ise Divepark Gökçeada Dalış Merkezi eğitmeni olarak görev yapmaktadır. Eğitmenin sektördeki deneyimi 11 yıl, şuan ki merkezdeki deneyimi ise 1 yıldır. Katılımcılara göre dalış noktalarının değerlendirilmesi Tablo 5'te yapılmaktadır.

Tablo 5: Çanakkale'deki Dalış Noktaları

Dalış Noktaları	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3
Saroz Körfezi	-----	-----	X
Kömür Limanı	-----	-----	X
İbrice Limanı	-----	-----	X
Gökçeada Çevresi	X	-----	X
Bozcaada Çevresi	X	X	X
Bebek Kayaları	X	X	-----
Kemikli Burun	X	-----	-----
Lundy Batığı	X	-----	-----
Majestik Batığı	X	-----	-----
Anzac Koyu	-----	X	-----
HMS Raglan Batığı	-----	-----	X
Eceabat	X	-----	-----
Mesudiye Batığı	X	-----	-----
Mavria Adası	X	-----	-----

Tablo 5'de katılımcı 1'e göre Çanakkale'de ön plana çıkan dalış noktaları olarak; Gökçeada ve Bozcaada çevresi, Bebek

Kayaları, Kemikli Burun, Lundy Batığı, Majestik Batığı, Eceabat, Mesudiye Batığı ve Mavria adasını ifade etmiştir. Katılımcı 2'ye, Bozcaada ve çevresi, Bebek Kayaları ve Anzac Koyundan belirtmiştir. Katılımcı 3'e göre ise Saroz Körfezi, Kömür Limanı, İbrice Limanı, Gökçeada ve Bozcaada çevresi ve HMS Raglan Batığı ön plana çıkmaktadır..

Katılımcılara mevcut dalış noktalarının dışındaki yerlerde dalış yapılamamasının sebebini sorulduğunda; tüm katılımcılar, boğazda uluslararası deniz ticareti yapıldığı için bu bölgede mevzuat gereği, dalışın yasak olduğunu söylemişlerdir. Buna ilave olarak, Çanakkale deniz savaşlarından dolayı bu bölgede çok sayıda batık mevcuttur. Ancak kültür varlıklarının korunabilmesi için askeri yasaklı bölgelerin olmasından dolayı buralara dalış izni verilmediği belirtmişlerdir. Ayrıca Çanakkale'de kuvvetli rüzgar etkisi ile oluşan akıntıdan dolayı da dalış yapılamayan bölgeler olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun en büyük nedeni olarak da akıntı sebebi ile görüş mesafesi azalması olduğu tüm katılımcılarca dile getirilmiştir.

Tablo 6'da katılımcılar dalış noktalarında yaşadıkları problemleri belirtmişlerdir.

Tablo 6: Dalış Noktaları İle İlgili Sorunlar

Sorunlar	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3
Ulaşım	X	X	X
Konaklama	X	X	X
Hijyen	X	X	-----
Basınç Odası	X	X	-----
Hava Şartları	-----	X	X
Fiyat	X	X	X
Bürokrasi	X	X	X

Tablo 6'de görüldüğü gibi ulaşım, konaklama, fiyatlar ve bürokrasi tüm katılımcıların belirttiği ortak sorunlardır. Ayrıca tesislerde ve teknelerdeki hijyen koşullarının yetersiz olması bir diğer problemdir. Bunların dışında da Çanakkale'de basınç odasının olmasına karşın görevli doktorun olmaması karşılaşılan başka bir sorundur. Çanakkale'deki hava şartları da katılımcıların karşılaştığı problemlerdendir.

Çanakkale’de faaliyet gösteren dalış merkezlerine gelen yerli ve yabancı turistlerin geldikleri yerlerle ilgili bilgiler Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Dalış Merkezlerine Gelen Yerli ve Yabancı Turistlerin Geldikleri İller veya Ülkeler

İl ve Ülkeler	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3
İstanbul	X	X	X
Ankara	X	X	X
Eskişehir	-----	X	-----
Bursa	X	X	X
Avustralya	-----	X	-----
Amerika	-----	X	-----
Kanada	-----	X	-----
Rusya	X	X	-----
Polonya	X	X	-----
Bulgaristan	-----	-----	X

Tablo 7’de görüldüğü gibi tüm katılımcılar, Çanakkale’ye dalış yapmaya ülkemizden en çok İstanbul, Ankara ve Bursa illerinden geldiklerini söylemişlerdir. Bunlara ek olarak da Eskişehir ilinden de dalış yapmaya gelenler bulunmaktadır. Yurt dışından ise özellikle Avustralya, Amerika, Kanada, Rusya, Polonya ve Bulgaristan ülkelerinden gelen turistler bulunmaktadır.

Tüm katılımcılarca bu yerli ve yabancı turistlerin, dalış için Çanakkale’ye Mayıs ve Ekim ayları arasında geldikleri belirtilmiştir. Kış aylarında da az sayıda da olsa dalış yapmaya gelenlerin olduğu ifade edilmiştir.

Tablo 8’de Çanakkale’de gerekli izinlerin alınması sonucu yapılan dalışlara katılan kişi sayıları bulunmaktadır.

Tablo 8: Çanakkale’de Dalış Yapan Kişi Sayıları

Katılımcı	Kişi Sayısı
Katılımcı 1	Bir yılda 65-70’e yakın bröve verilmiş
Katılımcı 2	Bilgi vermek istemiyor
Katılımcı 3	Yoğun dönemde (2013 Haziran ayı sonu) 60-70 kişiye sertifikalı dalış izni verilmiş

Tablo 8’ye göre katılımcı 1, yılda 60 ile 70 kişi arasında bröve verilerek dalış yapıldığı söylemiştir. Katılımcı 2, kurumun yapısı gereği sayı vermek istememiştir. Katılımcı 3’de yoğun dönem olan Haziran ayı sonunda 65 ile 70 kişi arasında dalış yapan olduğunu belirtmiştir.

Çanakkale’de dalış turizminin daha iyi duruma gelmesi için özel ve kamu sektörüne düşen bazı görevler bulunmaktadır. Tablo 9’da bu görevlerin yer aldığı konu başlıkları ve hangi sektörün bunları üstlenmesi gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 9: Özel veya Kamu Sektörünün Destek Vereceği Konular

Konular	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3
Maliyet	X	X	-----
Bürokrasi	X	X	-----
Tanıtım	-----	X	X
Ulaşım	-----	-----	X

Tablo 9’de katılımcı 1 ve 2 özellikle maliyet konusunda özel sektörün daha fazla destek olması gerektiğini söylemiştir. Ayrıca bürokrasi anlamında da kamu sektörünün bazı mevzuatların düzenlenmesi ve izin süresi işlemlerinin daha kısa sürede yapılması görevini üstlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Katılımcı 2 ve 3, tanıtım konusunda hem özel hem de kamu sektörün bu konuda daha fazla

çalışma yapmaları gerektiği ifade edilmiştir. Katılımcı 3 ise özellikle deniz ulaşımının (feribot sayılarının) kamu ve özel sektör tarafından iyileştirilmesi ile ulaşım konusunun da çözüleceği dile getirmiştir.

Çanakkale'nin dalış turizminin gelişmesi için nelerin yapılması gerektiği konularındaki katılımcı görüşleri, Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10: Çanakkale'de Dalış Turizminin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenler

Yapılması Gerekenler	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3
Ulaşım	X	X	X
Konaklama	X	X	X
Denetimin Arttırılması	-----	X	-----
Savaş Batıklarının Dalışa Açılması	X	-----	X
Plaj ve İşletmeler	-----	X	-----
Hijyen	X	X	-----

Tablo 10'da görüldüğü üzere tüm katılımcılar, ulaşım ve konaklama sorunlarının aşılabileceğini ile Çanakkale dalış turizminin gelişebileceğini ifade etmişlerdir. Bunun yanında Katılımcı 2, denetimlerin arttırılarak, kaçak dalışların ve kaçak avcılığının yapılmasının önüne geçilmesi sonucu, balık neslinin tükenmesinin önleyebileceğini belirtmiştir. Katılımcı 1 ve 2, dalışa yasak olan savaş batıklarının, denetimler sayesinde dalışlara açılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Katılımcı 2, plajların ve buradaki işletmelerin sayılarının arttırılması gerektiğini söylemiştir. Ayrıca, tesisler ve teknelerdeki hijyen sorununun çözülmesinin, dalış turizminin gelişmesi açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların hem fikir oldukları diğer konular ise; Çanakkale, gerek coğrafi yapısı gerekse de yakın tarihte yapılmış olan savaşlar sonucunda dalış turizmi için çok özel bir bölge olduğudur. Bu sebeple burada dalış yapmaya gelenlerin yüksek memnuniyet derecesi ile

ayrıldıklarını ifade etmişlerdir. Çanakkale’de yer alan batıklara dalışlar yasak olsa da dalış yapılabilen batıkların, dalgıçlara değişik tecrübeler kazandırdığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların Çanakkale’deki dalış noktalarının diğer illere ve ülkelere göre kıyaslanması konusundaki görüşleri ise; Çanakkale’nin hava şartları itibarıyla, Türkiye’deki diğer bölgelere göre daha kısa zamanlarda dalış yapılabildiğini dile getirmişlerdir. Antalya Kaş’ta 12 ay boyunca dalış yapılırken, Çanakkale’de ise kış aylarında çok az sayıda dalış yapıldığını belirtmişlerdir. Katılımcılar, Mısır’da dalış yapanların konaklamalarını liveboard teknelerde yaparak bu şekilde Kızıldeniz’i gezerek dalış yaparken, Çanakkale’de ise konaklama yapılacak yer ile dalış yapılacak nokta arasında ulaşım problemi yaşandığını vurgulamışlardır. Tüm bunlara rağmen Çanakkale’de dalış yasağı olmayan savaş batıklarımız olmasının da bizim için avantaj olduğunu dile getirmişlerdir.

Gökçeada’da bulunan dalış noktası yetkilisi, Saroz Körfezi’nde (Saroz Körfezi, dünyanın ikinci kendi kendini temizleyen denizi) bulunan İbrice Limanı, Kömür Limanı’na dalış yapılabileceğini vurgularken kendilerinin bölge itibarı ile Gökçeada çevresine servis verdiklerini belirtmiştir. Ayrıca Gökçeada’da bulunan HMS Raglan Batığı uzun yıllar sonucunda tahrip olmuş olsa da zevkli dalışların yapılabileceği bir dalış noktası olduğunu dile getirmiştir. Çanakkale Merkez’de bulunan dalış noktaları ise Anzac Koyu, Bebek Kayaları, Kemikli Burnu, Lundy Batığı, Majestik Batığı, Bozcaada ve ada çevresindeki Mavria Adası, Mesudiye Batığı ve Eceabat’a servisler düzenlediklerini belirtmişlerdir.

SONUÇ

Çanakkale dalış turizmi için önemli bir potansiyele sahip olmasına karşın yeterli sonucu alamamaktadır. Bunda karşılaşılan sorunların büyük bir rolü bulunmaktadır. Bu sorunların en başında ulaşım ve konaklama imkanlarının yetersizliği yer almaktadır. Özellikle havayolu ulaşımının olmaması yerli ve yabancı dalgıçların gelmesini engellemekte veya zorlaştırmaktadır Çanakkale’de dalış bölgeleri ve noktaları ile konaklama yapılacak yerler arasında oldukça uzun mesafeler bulunmaktadır. Dalış bölgesinde konaklama tesisi bulunmaması veya kısıtlı olması masrafların da artmasına yol açmaktadır. Bu da dalış turizmi açısından bir engel teşkil etmektedir. Yeterli miktarda konaklama tesisi ve ulaşım probleminin çözülmesi dalış turizmine önemli bir katkı sağlayacaktır.

Çanakkale boğazının, gerek uluslararası deniz ticareti trafiği gerekse de savaş batıklarına dalış yapma izninin her bölgede verilmemesi, dalış turizmi potansiyelinin yeterli derecede kullanılamamasına neden olmaktadır.

Dalış turizmi için bir başka önemli konu basınç odasıdır. ÇOMÜ Araştırma Hastanesi'nde basınç odasının bulunmaktadır. Ancak, basınç odasına doktor tahsis edilememiş olması, mevcut durumun kullanılamamasına sebep olmaktadır. Çünkü basınç odası dalış yapmaya gelen yerli ve özellikle yabancı turistler için büyük önem arz etmektedir. Basınç odasına doktor görevlendirilmesi dalış turizmi anlamında önemli bir katkı sağlayacaktır.

Avcılığın yasak olmasına rağmen zıpkınla dalış yapanlar balık türü zenginliğine zarar vermektedir. Örneğin, önceleri bol miktarda bulunan kupa balığı şu sıralar çok nadir görülmektedir. Denetimlerin arttırılması ve avcılığın kontrol altında tutulması ile sualtı canlıların korunmasına ve nesillerinin yok olmamasına katkı sağlayacaktır.

Dalış turizmi için önemli bir potansiyel olan savaş batıklarından çok miktarda bulunmaktadır. Ancak üzerlerinde hala patlamamış top mermileri olduğundan ve kültür varlıklarını koruma mevzuatının gerekliliklerinden dolayı bu batıklara dalış yapmak yasaktır. Bu savaş batıklarını görmek için birçok yerli ve yabancı turist Çanakkale karasularını ziyaret etmektedir. Dalış yapmaya gelenler için savaş gemilerine kontrollü dalış izni verilmesi halinde, bu potansiyel de iyi bir şekilde kullanılacaktır. Bir başka çözüm önerisi ise temsili batıkların buralara yerleştirilerek yapay resifler yapılıp ve dalışlarda kullanılması olabilir. Mesela, Seyit Onbaşı'nın top başındaki heykeli suyun altına batırılabilir ve buraya bir parkur oluşturulabilir. Ayrıca Çanakkale Savaşı'nın deniz altında yaşatılacak ortamlar yaratılabilir.

2012 yılına ait istatistiklere göre, Çanakkale'ye yılda 1000 ile 1500 kişi geliyorken, Enez hattına 4500 ile 5000 kişi, Kızıldeniz'e ise 250000 ile 300000 kişi gelmektedir. Çanakkale'yi dünyanın ikinci deniz savaşlarının yapıldığı yer olmasına rağmen bu kadar az sayıda dalgıcın ziyaret ediyor olması, tarihi batıklar ile dolu bu alanın dalış turizminden hak ettiği değeri görmemesi anlamına gelmektedir.

Çanakkale'deki dalış turizmi kaynaklarının tanıtımı ve daha fazla turist çekebilmesi için uluslararası batık dalış festivallerinin ve sualtı görüntüleme yarışlarının yapılması gerekmektedir. Böylelikle Çanakkale, kültür turizminde almış olduğu payı dalış turizminde de kazanacaktır.

Bu çalışma, özellikle bölgesel dalış turizmi potansiyellerinin incelenmesi ve genel anlamda ülke dalış turizmi durumunu kapsayan çalışmalar için önemli bir kaynak olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akpınar, E. Ve Bulut, Y. (2010) “Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları”. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi. 20-22 Mayıs 2010. Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin.
- Halls, M. ve Krestovnikoff, M. (2011). *Tüplü Dalış*, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Sofular, H. Ş. (1997). *Temel Scuba Dalıcılığı*, KURTIŞ Matbaacılık, İstanbul.
- Şenok, Y. F. (2001). *Türkiye Dalış Rehberi*, Net Turistik Yayınlar, İstanbul.
- Yokeş, M. B. ve Şenok, Y. F. (2003). *Sualtına İlkadım*, Boyut Kitapları, İstanbul.
- Yaşar, O. (2011) “Saros Körfezi Kıyılarında Su Altı Dalış Turizmi”. Zeitschrift für die Welt der Türken, Vol 3, No 1. s: 33-55.
- Özalp, H. B. (2010) “Çanakkale Savaşlarına Sualtında Bir Bakış”. Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı, 95.Yıl Özel Sayısı. s: 91-110.
- Aktif Balıkadamlar Derneği Spor Kulübü. *Bozcaada* <http://www.aktifbalikadamlar.org.tr/index.php/kuzey-ege-bolgesi/bozcaada-2/> Erişim Tarihi: 27.10.2013
- Aktif Balıkadamlar Derneği Spor Kulübü. *Çanakkale* <http://www.aktifbalikadamlar.org.tr/index.php/kuzey-ege-bolgesi/canakkale/> Erişim Tarihi: 27.10.2013
- Artı Eksi Diving. *Çanakkale* <http://www.artieksidiving.com/makale/73/canakkale.html> Erişim Tarihi: 10.12.2013
- Coast Guide Of Turkey. (2013). *Gökçeada Kaleköy* <http://www.coastguideofturkey.com/tr/koy/60009/gokceada-kalekoy> Erişim Tarihi: 10.12.2013
- Dive Park. *Dalış Bölgeleri* <http://divepark.net/DALIS-BOLGELERI/1> Erişim Tarihi: 25.10.2013

- Doğa Bizi Bekliyor. *Bozcaada Dalış Noktaları*
<http://www.dogabizibekliyor.com/bozcaada-dalis-noktaları/>
Erişim Tarihi: 17.11.2013
- Doğa Bizi Bekliyor. *Çanakkale Dalış Noktaları*
<http://www.dogabizibekliyor.com/canakkale-dalis-noktaları/>
Erişim Tarihi: 17.11.2013
- Doğa Bizi Bekliyor. *Gökçeada Dalış Noktaları*
<http://www.dogabizibekliyor.com/gokceada-dalis-noktaları/>
Erişim Tarihi: 17.11.2013
- Gökçeada Rehberi. (2006). *Gökçeada Sualtı Milli Parkı*
http://www.gokceadarehberim.com/nm-Sualtı_Milli_Parkı-cp-110 Erişim Tarihi: 17.10.2013
- Gökçeadalıyız. (2009). *Gökçeada'da Su Sporları*
http://www.gokceadaliyiz.com/gokceada_su_sporları.php
Erişim Tarihi: 17.11.2013
- İZ TV Digitürk. (2010). *Günlük Sudaki İzler* <http://www.iztv.com.tr/blogoku.aspx?id=76> Erişim Tarihi: 25.10.2013
- MTM Scuba. *Bozcaada* www.mtm-scuba.com/index.php/mtm-scuba-turlarımız/bozcaada Erişim Tarihi: 25.10.2013
- Polente Feneri. (2009). *Mermer Burnu Kıyısı* <http://polentefeneri.blogspot.com/2009/02/mermer-burnu-kys.html>. Erişim Tarihi:17.11.2013
- Saros Diving. *Alman Torpido Gemisi* <http://www.sarosdiving.com/tr/Default.aspx?sayfa=72> Erişim Tarihi: 17.10.2013
- Scuba Nedir?* <http://www.angelfire.com/art2/otken/scubanedir.htm>
Erişim Tarihi: 10.10.2013
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü *Lundy Batığı*
<http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11518/bazi-dalis-bolgeleri.html> Erişim Tarihi: 25.10.2013
- VIP SCUBA. Dalış Eğitim Merkezi. *Marmara Bölgesi*
<http://www.vipscuba.net/marmara/marmara> Erişim Tarihi: 17.11.2013
- YAHOO. vioces.yahoo.com/the-different-types-scuba-diving-543263.html?cat=4 Erişim Tarihi: 17.11.2013

TÜRKİYE ve DOĞU AKDENİZ KRUVAZİYER LİMANLARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Ayfer ERGİN¹
İpek EKER²

ÖZET

Asya ve Avrupa kıtalarının kesişme noktasındaki konumuyla çok ayrıcalıklı bir coğrafi konumda bulunan ülkemiz deniz taşımacılığı ve lojistik açısından büyük bir potansiyele sahip olması yanı sıra geçmişten gelen kültürel, tarihsel ve çevresel güzellikleriyle turizm açısından da oldukça önemlidir. Ülkemiz bu konumuyla kruvaziyer turizmi yönünden de büyük bir avantaja sahiptir. Önemli turizm destinasyonlarında çeşitli limanlara uğrayarak denizyoluyla yapılan kruvaziyer turizmi için limanlar oldukça anlamlı bir bileşendir. Bu bağlamda çalışmada kruvaziyer turizminin dünyada ve ülkemizdeki mevcut durumu irdelenmiştir. Ayrıca kruvaziyer turizminin en önemli bileşenlerinden biri olan liman işletmeciliği incelenmiştir. Bu doğrultuda Doğu Akdeniz bölgesinde Türk kruvaziyer limanlarına rakip olabilecek limanları; liman alt yapısı, rıhtım uzunlukları, limanın su derinliği gibi gemi işletmeleri tarafından tercih edilen özellikleri karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmalar değerlendirilerek ülkemizdeki kruvaziyer limanlarının geliştirilmesi adına önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler : Kruvaziyer turizmi, Kruvaziyer limanları

1.GİRİŞ

Kruvaziyer turizmi liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişten oluşan aktiviteleri kapsamaktadır. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA)'ın tanımına göre kruvaziyer geminin tanımı; seyati programlanmış, derin sularda iki gün ya da daha fazla kalan, en az 100 yolcu kapasiteli gemidir. Bu tanıma göre yük taşıyan gemilerle kısa mesafeli tur yapan operatörler, feribotlar ve teknelerin kapsam dışı tutulduğu görülmektedir. Mesela Yunan adaları arasında veya Yunan adalarıyla Türkiye limanları arasında günlük yolcu taşıyan ya da kısa tur yapan teknelerin ya da feribotların, kruvaziyer turizme dâhil olması mümkün değildir. Kruvaziyer ise;

¹Araş.Gör.Dr., İstanbul Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği, ayfersan@istanbul.edu.tr

²Okutman., Kemerburgaz Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, ipek_eker@hotmail.com

konukların, belirli bir rotada işlemekten ziyade değişik destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için, bir ücret ödeyerek binmek suretiyle yapılan seyahattir. (İncekara ve Yılmaz, 2002: 9)

Kruvaziyer turistik ürün satın alan misafirler, gemiye hangi limanda ne zaman bineceklerini, hangi limanları ne kadar süre içinde ziyaret edeceklerini, bu ziyaretler sırasında liman ülkesinde, karada aktivitelere katılacaklarını, dönüşün hangi limana ne zaman olduğunu normal koşullar altında bilirler. Programlı seyahatine başlar bitince yine aynı limanda gemiden ayrılarak ülkesine geri döner. Kruvaziyer gemiler yanaştıkları limanda ihtiyaçlarını karşılarlar. Gemi ve yolcuları için giriş-çıkış işlemleri yapılır. Limanlarda genellikle saatli sürelerde kalınır. Bu süre içinde; eğlence, ziyaretler, alış-veriş ve bunun gibi olanaklar yolculara sunulur. Bu aktivitelere katılım, genellikle kruvaziyer seyahat ücretine dâhil değildir. Yerel seyahat acenteleri önceden anlaşılan fiyatlar üzerinden, çeşitli organizasyonları gerçekleştirirler (İncekara ve Yılmaz, 2002: 9).

Seyahat endüstrisinin en hızla gelişen sektörü kruvaziyer turizmidir. Daha fazla aktivite ve etkinliği yolcularına sunmak, aynı zamanda yolcu başı maliyetlerini düşürmek isteyen kruvaziyer gemileri giderek büyümüştür. Böylece şimdiye kadar kruvaziyer almada maddi gücü olmayan turistleri de kazanmakta ve sundukları imkanlarla çok cazip bir duruma gelmektedir. Bugünkü kruvaziyer endüstrisi kısa (3-4 gün), uzun (15 gün ve fazlası) kruvaziyer imkanlarıyla bir çok ülkenin kentlerini gezme olanağı vermektedir. (Deniz Sektörü Raporu, 2013:202)

CLIA 2013 verilerine göre 2000 yılında 7.214 milyon kişi kruvaziyer turizmini kullanırken 2012 yılında %135,7'lik bir artışla 17.200 milyon kişi kruvaziyer turizmini tercih etmiştir (CLIA, 2013:2). Ayrıca CLIA üye gemi işletmecileri kruvaziyer yolcu taşımacılığında 1980 yılından itibaren yıllık ortalama %7,2 lik bir artış olduğunu belirtmişlerdir. Kruvaziyer turizminin yoğunlaştığı bölgelerde Karayip en fazla tercih edilen bölge olmaktadır. Karayip bölgesinin tercih edilme oranı 2000 yılında %42 iken 2008 yılında %37,3 ve 2013 yılında %34 olmuştur. Karayip bölgesinin ardından Akdeniz bölgesinin 2000 yılında tercih edilme oranı %12,7 iken 2008 yılında %19,9 ve 2013 yılında %21,7'ye yükselmiştir (CLIA, 2013:8). Dünya kruvaziyer piyasasında ikinci bölge Akdeniz Bölgesine gerek ABD'li gerekse Avrupalı kruvaziyer turistlerin talepleri giderek artmaktadır.

Kruvaziyer turist ürün içinde, uğrak yerlerinin seçimi de kruvaziyer turistlerin eğilimlerine bağlı olarak yapılmaktadır. Uğrak limanları olarak seçilen yerler, turistik arz olanakları itibariyle zengin, özgün, farklılık sergileyen yerler arasından seçilmektedirler. Zenginlik sadece doğal güzelliklere bağlı olarak da; kültür, eğlence, alışveriş olanaklarına bağlı olarak da sınıflandırılabilir. Akdeniz bölgesi ve Türk kruvaziyer limanları tarih, doğa ve güneşin bütünleştiği bir kruvaziyer turizmi bölgesidir. Merkezler arası yolun çoğunlukla 12 saati geçmeyen seyir zamanı gerektirmesi yolcular açısından da bu bölgeye çekicilik kazandırmaktadır. Turizm etkilikleri yönünden Doğu ve Batı olarak iki yarı bölgeye ayrılan Akdeniz’de 5 ila 7 günlük kruvaziyer seferler bölgenin egemen aktivitesi olarak gözükmemektedir. Üstelik bu bölgenin turizm merkezlerinin havaalanlarıyla bezendirilmiş olmaları kruvaziyer turlar için ayrı bir üstünlük nedenidir (Barla ve diğerleri, 1998, 22).

Çalışmada öncelikle Dünya’daki ve Türkiye’deki kruvaziyer turizminin mevcut durumu incelendikten sonra Doğu Akdeniz bölgesinde Türk kruvaziyer limanlarına rakip olabilecek limanlar ve aralarındaki farklılıklara değinilmiştir. Son olarak kruvaziyer turizminin ekonomimize sağladığı faydalar üzerinde durularak ve ülkemizdeki kruvaziyer turizminin gelişmesi adına tavsiyelerde bulunulmuştur.

2.DÜNYADA KRUVAZİYER TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU

Dünyanın önde gelen kruvaziyer kuruluşu Cruise Lines Association’a (CLIA) göre, tüm krizlere rağmen küresel seyahat endüstrisinin en yüksek hızla büyüyen sektörü kruvaziyer olmuştur. 1990-2012 arasındaki dönemde kruvaziyer sektörü yıllık yüzde 7,7 bileşik büyüme sağlanmıştır. 2011’de yapılan CLIA araştırmasına göre, 1990’dan bu yana, toplam 191 milyonu aşan kruvaziyer yolcusunun yüzde 68’i son 10 yılda kazanılmıştır. Şekil 1’de 2006-2012 yılları arasında dünyada toplam kruvaziyer yolcu sayısı görülmektedir. (Kuşadası Limanı Raporu, 2013: 20)



Şekil 1: 2006-2012 yılları arasındaki toplam kruvaziyer yolcu sayısı

2012 yılında dünya da yaklaşık 20.9 milyon yolcu kruvaziyer taşımacılığını tercih etmiş olup, bunların %52'sini Amerika Birleşik Devletleri %30'unu Avrupa ülkeleri, %4'ünü Kanada ve dünyada kalan diğer ülkeler ise %14'ünü oluşturmuştur. Avrupa ülkerinin pazar payları ise; %27,5 ile ilk sırada İngiltere, %22,5 ile ardından Almanya, %14,9 ile İtalya, %11,4 ile İspanya, %7,1 ile Fransa, %4,2 ile İskandinavya, %2,6 ile Belçika, %2 ile İsviçre, %1,7 ile Avusturya ve % 6.1 ile diğer Avrupa ülkeleri şeklindedir (The Cruise Industry 2013: 15).

2010-2012 yılları arasında Avrupanın en fazla yolcu ağırlayan kruvaziyer limanları sayılarıyla birlikte Tablo 1'de verilmiş olup The Cruise Industry 2013 verilerinde Türk kruvaziyer limanları bu tabla'ya dahil edilmemiş olmasına rağmen 2012 yılı dikkate alındığında gelen yolcu sayısı bakımından 596.027 yolcu ile İstanbul Limanı 11. sırada yer alan Bari limanından sonra 12. ve 564.314 yolcu ile Kuşadası kruvaziyer limanı Tunis limanından sonra 14. ve 552.764 yolcu ile İzmir kruvaziyer limanı en fazla yolcu ağırlayan 15. liman olmuştur.

Table 1: 2010-2012 yılları arasında Avrupa'nın en çok ziyaret edilen kruvaziyer limanları

Limn	Ülke	2010	2011	2012
Naples	İtalya	1,139,919	1,154,000	1,190,000
Livorna	İtalya	822,514	982,928	1,037,849
Dubrovnik	Hırvatistan	970,000	958,398	950,791
Marseille	Fransa	699,892	826,000	930,000
Santorini	Yunanistan	700,000	962,000	838,899
Cote d'Azur	Fransa	667,847	666,082	702,080
Mykonos	Yunanistan	594,000	684,000	657,511
Corfu	Yunanistan	429,000	453,000	655,764
Malaga	İspanya	659,123	638,845	651,517
Valletta	Malta	493,748	566,042	623,000
Bari	İtalya	507,712	586,848	618,882
Tunis	Tunus	850,000	740,000	582,601
Rhodes	Yunanistan	536,000	526,000	490,000

2012 yılında yaklaşık 5.7 milyon kruvaziyer yolcusu Avrupa limanlarından kruvaziyer yolculuğuna başlamıştır. En fazla tercih edilen ülke %36,1 ve 2.081.000 yolcu ile İtalya olurken, %21,1 ile İspanya ve 1.217.000 yolcu ile ikinci sırada yer almıştır (The Cruise Industry, 2013: 13).

3. TÜRKİYEDE KRUVAZİYER TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU

Kruvaziyer turizmi alanında, Akdeniz ülkeleri arasında İspanya, İtalya ve Yunanistan'ın ardından 4'üncü sırada yer alan Türkiye'ye, son 3 yılda gemilerle gelen toplam yolcu sayısı 6 milyonu aşmış durumdadır. Üç kıtanın kesişme noktasındaki konumuyla çok ayrıcalıklı bir coğrafi konumda olan Türkiye, 8483 km'lik uzun kıyı şeridi ve Avrupa, Asya ve Ortadoğu arasında doğal bir köprü olma özelliğiyle kruvaziyer firmalarının program planlamalarında kesin bir yer edinmiş, 'Görülmesi Gereken' destinasyonlar olarak kabul edilen İstanbul, Kuşadası ve İzmir limanları, Türkiye'de en fazla sayıda yolcu alan limanlar konumuna gelmişlerdir. Ayrıca İstanbul, Kuşadası ve İzmir limanlarımız her biri The Cruise Industry 2013 verilerine göre 2012 gelen yolcu sayısına göre Akdeniz Bölgesinde en fazla ziyaret edilen 15 liman arasına girmiştir.

Türkiye'yi ziyaret eden kruvaziyer yolcu sayısının 2012 yılında 2002 yılına göre %540 artış gerçekleşerek 2 milyon 95 bine

ulaştığı ve yıllık ortalama %29 ile istikrarlı bir büyüme sağlandığı Tablo 2’de görülmektedir. 2006 yılından itibaren özellikle büyük yolcu kapasiteli yolcu gemilerinin Türkiye’ye gelmeye başlamaları ile yolcu sayısında ciddi artışlar gerçekleşmiştir. 2008’e kadar yıllık %35 büyüme gösteren kruvaziyer sektörü dünya ekonomilerinde yaşanan krizin etkisiyle 2009 yılında %7 düşüş göstermesine rağmen, 2010 yılından itibaren tekrar toparlanma göstererek 2011 yılında ilk defa 2 milyonun üzerine çıkmış olup, 2012 yılında ise limanlarımızı ziyaret eden yolcu sayısı 2 milyon 95 bin olmuştur. Bunun yanı sıra limanlarımıza uğrayan kruvaziyer gemi sayısında ise 2012 yılında 2002 yılına göre %105 artış gerçekleşerek 1.587 adete ve 2002 yılında sefer başına ortalama gelen yolcu sayısı 405 iken bu rakam 2012 yılında 1.321 kişiye ulaşmıştır. Bu da son yıllarda yüksek kapasiteli kruvaziyer gemilerinin ülkemizi tercih etmelerini göstermektedir.

Tablo 2: Türkiye’ye gelen kruvaziyer gemi ve yolcu sayısının yıllara göre değişimi (Deniz Ticareti İstatistikleri, 2013: 80)

Yıllar	Gelen Gemi Sayısı (Adet)	Gelen Yolcu Sayısı (Kişi)
2002	821	332.700
2003	887	581.840
2004	927	645.264
2005	1048	767.565
2006	1317	1.016.314
2007	1267	1.225.275
2008	1612	1.605.372
2009	1345	1.484.194
2010	1368	1.718.898
2011	1626	2.194.839
2012	1587	2.095.673

2004-2012 yılları arasında Türk limanlarına gelen kruvaziyer yolcu sayılarında ise en büyük artış % 628 ile İzmir Limanı’nda görülmüş olup, bunu % 421 artış ile İstanbul Limanı, % 363 artış ile Samsun Limanı, %212 artış ile Antalya Limanı ve % 156’lık bir artış ile Kuşadası Limanı izlediği Tablo 3’te görülmektedir. 2012 yılı itibariyle Türkiye’de en büyük yolcu trafiği yoğunluğuna sahip kruvaziyer limanları, toplam kruvaziyer yolcu trafiğinin % 28’sini İstanbul ve onun ardından ikinci sırada % 27’ini Kuşadası ve üçüncü sırada %26 ile İzmir Limanlarıdır. 2012 yılı dikkate alındığında Türkiye’ye gelen toplam gemilerin yüzde 72’sini ve yolcuların yüzde 82’sini İstanbul, Kuşadası ve İzmir kruvaziyer limanları ağırlamıştır.

Tablo 3: 2004-2012 yılları arasında Türkiye'ye gelen kruvaziyer yolcuların limanlar bazında dağılımı
(Deniz Ticareti İstatistikleri, 2013)

LİMAN ADI	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	Yolcu	Yolcu	Yolcu	Yolcu	Yolcu	Yolcu	Yolcu	Yolcu	Yolcu
Alanya	56.139	70.190	80.440	93.937	57.000	50.285	1.071	25.743	25.743
Antalya	51.049	30.424	13.015	15.680	25.057	12.549	103.859	127.250	159.430
Anamur	0	0	0	0	0	0	0	351	63
Bartın	-	-	-	-	957	941	31.700	208	882
Bodrum	33.231	8.921	10.478	9.892	52.862	38.414	7.670	46.031	52.832
Çanakkale	4.191	7.460	5.008	5.207	8.776	8.712	9.247	4.371	4.184
Çeşme	-	-	-	-	1.819	817	778	89	4.787
Datça	-	-	-	-	207	1.041	15.401	0	0
Dikili	6.405	4.444	3.990	2.631	10.424	6.592	879	17.485	4.865
Fethiye	3.682	3.157	3.566	948	4.217	2.615	2.274	1.975	1.969
Göcek	-	-	-	-	1.121	1.532	279	1.216	1.038
Güllük	-	-	-	-	2.747	1.172	106	1.692	1.079
İskenderun	-	-	-	-	819	1.884	508.246	1.308	0
İstanbul	114390,00	176.768	273.553	422.896	489.544	476.541	378.266	627.897	596.027
İzmir	75.934	66.285	184.797	287.357	318.451	315.454	378.266	493.533	552.764
Kaş	-	-	-	-	600	1.341	602	507	1.018
Kemer	-	-	-	-	37	0	493.911	0	0
Kuşadası	221.417	301.105	368.696	466.667	518.872	462.746	146.531	662.456	564.317
Marmaris	74.753	83.094	65.265	60.039	101.874	81.472	106	170.021	110.279
Mersin	-	-	-	-	941	1.583	24	416	774
Mudanya	-	-	-	-	482	1.309	825	922	0
Samsun	257,00	1364	2.661	186	596	1.524	7.098	208	1.190
Sinop	-	-	-	-	3.136	7.861	201	4.088	3.708
Taşucu	-	-	-	-	18	440	7.952	805	709
Trabzon	3.816	4.351	4.845	2.950	4.813	7.369	555	6.267	8.015
Tuzla	-	-	-	-	2	0	0	0	0
Yalova	-	-	-	-	-	-	-	-	0
TOPLAM	645.264	757.563	1.016.314	1.368.390	1.605.372	1.484.194	1.718.898	2.194.839	2.095.673

Tablo 4: 2004-2012 yılları arasında Türkiye'ye gelen kruvaziyer gemilerin limanlar bazında dağılımı(Deniz Ticareti İstatistikleri, 2013: 80)

LİMAN ADI	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	Gemi	Gemi	Gemi	Gemi	Gemi	Gemi	Gemi	Gemi	Gemi
Alanya	106	100	114	124	84	73	2	22	22
Antalya	63	40	32	34	41	23	41	64	55
Anamur	0	0	0	-	0	0	0	4	1
Bartın	-	-	-	-	8	10	4	2	9
Bodrum	79	55	66	63	126	87	89	82	131
Çanakkale	25	33	24	23	31	33	17	23	25
Çeşme	-	-	-	-	3	1	16	1	25
Dağca	-	-	-	-	1	3	3	0	0
Dikili	23	19	23	13	29	13	26	34	24
Fethiye	21	7	67	4	13	8	5	5	11
Göcek	-	-	-	-	6	10	16	7	6
Güllük	-	-	-	-	19	5	1	3	7
İskenderun	-	-	-	-	3	2	1	5	0
İstanbul	141	202	306	340	404	313	342	420	382
İzmir	33	39	105	122	133	129	159	262	288
Kaş	-	-	-	-	6	4	8	3	7
Kemer	-	-	-	-	1	0	6	0	0
Kuşadası	348	441	471	613	601	506	517	568	464
Marmaris	74	97	83	64	70	74	84	84	88
Mersin	-	-	-	-	4	3	1	3	2
Mudanya	-	-	-	-	1	4	1	5	0
Samsun	1	3	9	8	5	9	4	3	7
Sinop	-	-	-	-	6	14	7	9	10
Taşucu	-	-	-	-	1	3	2	4	4
Trabzon	13	12	17	13	15	18	14	13	18
Tuzla	-	-	-	-	1	0	2	0	0
Yalova	-	-	-	-	-	-	-	-	1
TOPLAM	927	1048	1317	1421	1612	1345	1368	1626	1587

2004-2012 yılları arasında gelen kruvaziyer gemilerin limanlar bazında dağılımı Tablo 4'de görülmektedir. Buna göre, gelen gemi sayıları açısından bakıldığında ise; 2012 yılında Kuşadası Limanı 464 gemi ile % 29'luk pay almış, İstanbul Limanı 382 gemi ile % 24'lük bir oran, İzmir Limanı ise 288 gemi ile % 18'lik bir pay almıştır.

Türkiye’de en çok kruvaziyer yolcu İstanbul Limanı ağırlamışken en fazla gelen kruvaziyer gemi Kuşadası Limanına gelmiştir. Buda İstanbul Limanının Kuşadası limanına göre daha büyük gemileri ağırladığını göstermektedir. Ayrıca Türkiye en fazla kruvaziyer gemisinin 2007 yılında 613 gelen gemi ile Kuşadası limanına geldiği, yıllar içerisinde gelen yolcu sayısındaki artış devam etmesine rağmen ve gelen gemi sayısının düşmesi dünyadaki büyük kruvaziyer gemilerin inşa edilmesi ve kullanılmasına paralel olarak Kuşadası limanına daha yüksek yolcu kapasine sahip gemilerin geldiğini belirtmektedir.

4.BAŞLICA KRUVAZİYER LİMANLARIMIZIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Türkiye’ye gelen toplam kruvaziyer gemilerinin yüzde 72’sini ve yolcuların yüzde 82’sini ağırlayan İstanbul, Kuşadası ve İzmir kruvaziyer limanlarıdır. Bu üç liman aynı zamanda Akdeniz içi kruvaziyer limanları arasında gelen yolcu sayısına göre ilk 15 liman içerisinde bulunmaktadır. Tablo 1’de 2010-2012 yılları arasında gelen yolcu sayıları verilen 13 limanın sadece 6’sında her üç yılda artışa devam etmiş ve en fazla artışı %32 ile Marseille limanı göstermiştir. Son üç yılla İzmir kruvaziyer limanı % 46’lık bir artış ile Akdeniz içerisinde yüzdeler olarak en fazla yolcu sayısını artıran liman olmuştur. Yine 2010 yılından 2012 yılına yolcu sayısında İstanbul kruvaziyer limanı %17’lik ve Kuşadası kruvaziyer limanı %14’lük bir artış gerçekleştirmişlerdir.

Doğu Akdeniz ve yakın çevresinde kruvaziyer gemilerin uğrak yaptıkları başlıca limanlar Tablo 5’de verilmiştir. (Özerden ve Oral, 2007: 40). Doğu Akdeniz’in en uzun kıyılarına sahip ülke olan Türkiye’nin kruvaziyer turizminin aldığı pay sürekli artmaktadır.

Dünya kruvaziyer şirketleri İstanbul’u ana liman (home port) olarak ilan ederek gelişme programına almışlardır. Akdeniz’de ana limanlar; Barcelona, Venedik, Napoli, Pire’e ek olarak İstanbul, İzmir ve Antalya ile birlikte Ek Liman olarak lanse edilen St. Petersburg tüm şartları tamamlayarak 2008 yılında Home Port olmaya hak kazanmıştır.

Tablo 5:Doğu Akdeniz ve Yakın Çevresindeki Kruvaziyer

Ülke	Liman	Ülke	Liman	
Türkiye	İstanbul (Salıpaazarı)	Yunanistan	Mykonos	
	Kuşadası		Corfu	
	İzmir		Pire	
	Marmaris		Patmos	
İtalya	Messina Sicily		Rodos	
	Milan		Katakolon	
	Naples, Capri		Selanik	
	Çagliari Sardinia		Santorini	
	Palermo (Sicily)		Mısır	Alexandria
	Portofino			Safaga
	Venedik	Port Said		
	Bari	Hırvatistan	Dubravnik	
	Ancona		Split	
	Corigliano, Calabro	Girit	Iraklion (Heraklion)	
	Catania	Malta	Vallta	
Trieste	Kıbrıs	Limassol		
Romanya	Köstence	Ukrayna	Odessa	
			Yalta	

Gemilerin Uğrak Yaptığı Başlıca Limanlar

Ana liman olabilmek için;

- Dünya kenti olması,
- Modern ve kruvaziyer limanına yakın hava limanına sahip olması,
- Limana yakın otellerin olması,
- Ulaşım yollarının yeterli olması,
- Kruvaziyer gemi yolcu trafiğine uygun modern yolcu terminalinin olması, 2500-5500 yolcu kapasiteli gemiler için uygun rıhtım olması koşullarını sağlamaları gerekmektedir.

İstanbul, İzmir ve Antalya bu şartların tümüne sahiptir (Deniz Sektörü Raporu, 2013: 203).

2012 yılında Avrupa kruvaziyer endüstrisinde 15.5 milyar Euro'luk direk harcama meydana gelmiştir. Bu harcamaların yaklaşık %23'ünü 3.6 milyar Euro, yolcu ve mürettebatının kruvaziyer yolculuğu öncesi ve sonrasında otel masrafları, kruvaziyer sehatinin başlangıç ve bitiş limanlarına hava yolu ile yapılan yolculuk ücretleri ve alışveriş masraflarını içermektedir. Avrupa'da herhangi bir ana limandan gemiye binen yolcuların, söz konusu şehirde yaptıkları harcama kişi başı yaklaşık 77 Euro olarak tespit edilmiştir. Her bir kruvaziyer yolcusunun uğrak limanları için ortalama harcadıkları rakam 62 Euro ve havayolu ulaşımı kullanmışlar ise ortalama 296 Euro da uçak biletine harcadıkları hesaplanmıştır (The Cruise Industry, 2013:6).

Avrupada kruvaziyer sektöründen %29 ile İtalya en yüksek, %19 ile Almanya ikinci ve sırasıyla %18.9 ile İngiltere, %8 ile İspanya, %7 ile Fransa ve %18 ile diğer Avrupa ülkeleri payı almışlardır. Akdeniz içerisinde en çok ziyaret edilen iki kruvaziyer limanı bir milyon üzerinde yolcusu ile Naples ve Livorna İtalya'dadır (The Cruise Industry, 2013:7).

Kruvaziyer gemileri prensip olarak bir limana sabah erken saatlerde ulaşmakta, gün boyu şehir içi ve yakın çevresinde yapılan aktivitelerin ardından aynı gün sonunda gemiler limandan ayrılmakta ve başka bir limana doğru hareket etmektedir. Bu noktada tek gemi yanaşma kapasitesine sahip bir limanın yıl boyunca hizmet verebildiği gemi sayısı azami 365 olabilmektedir. İzmir limanının da normal şartlarda 2 gemiye hizmet verilmektedir. Bu da yıllık İzmir limanının kapasitesinin 730 gemi olabileceğini göstermektedir (Oral ve Esmer, 2010). Bu hesaplamalar teorik gemi yanaşma kapasitesini vermekte olup, gemi gelişlerinin yaz aylarında kış aylarına kıyasla yaklaşık 5 katı olabildiği düşünüldüğünde ana liman koşullarını sağlamış olan kruvaziyer limanlarımızın talebe hitap edecek donanımda olmaları gerekmektedir (Oral ve Esmer 2010: 830, 831). Tablo 6'da başlıca kruvaziyer limanlarımıza ait teknik bilgiler bulunmaktadır (Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu, 2010: 26).

Tablo 6:Kruvaziyer yolcu gemilerin uğrak yaptığı başlıca Türk limanları

Limana	Konum	Rıhtım Uzunluğu (m)	Mak. Rıhtım Derinliği (m)
Salıpazarı TDİ	İstanbul	620	10
Karaköy TDİ		520	6
Alcancak İzmir Limanı	İzmir	330	10.5
Çeşme Ulusoy Liman İşletmesi		480	10
Dikili Liman ve Turizm İşlet.		124	8
Kuşadası Ege Linan İşletmesi	Aydın	920	10

Çalışmamızda Doğu Akdeniz bölgesinde Türk kruvaziyer limanları ile rekabet eden Hırvatistan'ın Dubrovnik limanı ile Yunanistan'ın Santorini, Mykonos ve Corfu limanları ile ülkemizde yüksek potansiyele sahip olan İstanbul, İzmir ve Kuşadası kruvaziyer

limanları alt yapı özellikleri açısından karşılaştırılmıştır. Dubrovnik Santorini, Mykonos ve Corfu kruvaziyer limanlarının seçilmesindeki amaç konumları gereği Doğu Akdeniz bölgesinde yer almaları yanı sıra ülkemizdeki kruvaziyer limanlarından daha fazla yolcuya hizmet vermesidir. Doğu Akdeniz bölgesinde başlıca kruvaziyer limanlarına ait teknik bilgiler Tablo 7'deki gibidir.

Tablo 7: Doğu Akdeniz bölgesinde bulunan başlıca kruvaziyer limanlarına ait teknik bilgiler

Limani	Ülke	Rıhtım Uzunluğu (m)	Mak. Rıhtım Derinliği (m)
Dubrovnik	Hırvatistan	1210	11.5
Santorini	Yunanistan	245	7.5
Mykonos		633	11
Corfu		1250	11

Akdeniz'de en çok ziyaret edilen kruvaziyer limanlarından biri olan Hırvatistanın Dubrovnik limanı güzergah olarak ülkemize yakınlığı ve sahip olduğu yüksek potansiyel nedeniyle rakip olabileceğimiz limanlar arasındadır. 2010 yılından 2012 yılına %2 lik küçük bir düşüş yaşamasına rağmen yinde 950.791 yolcu ile Akdeniz içerisinde en çok ziyaret edilen 3. liman olmuştur. Dubrovnik limanının maksimum rıhtım derinliği 11.5 metre olup toplamda 1210 metrelik bir rıhtım uzunluğuna sahiptir. Limanın hava limanına mesafesi 20 km'dir. Mayıs aylarında başlayan limanın yoğunluğu Ekim sonuna kadar devam etmekte olup, limanın en yoğun olduğu Avustos ve Eylül aylarında yaklaşık 2013 yılı itibariyle 168.000 yolcuyla geçmiştir. Limana gelen yolcu sayısını eşit dağılması durumunda günlük ortalama 5600 yolcu ağırlanmıştır. Yolcu talebinin eşit dağılmaması nedeniyle 2013 yılında 10 gün 10.000 yolcu sayısı aşılmış ve yoğunluk nedeniyle bu sezonda Dubrovnik liman otoritesi 40 gemiyi geri çevirmiştir. Dubrovnik limanı artan talebi karşılamak üzere 26.5 milyon Euro'luk bir yatırım yaparak 900 metre uzunluğunda yeni kıyı alanı yaratılarak, kruz gemileri için uygun hale getirilecektir. Ek olarak 15000 metrekare büyük yüzey genişliği ile aynı anda 3 kruz gemisinin yükleme boşaltma yapılarak 10.000 yolcunun transferine izin verilecektir (Dubrovnik Limanı, 2013)

Akdeniz'de en çok ziyaret edilen 5. kruvaziyer limanı Yunanistan'ın Santorini Limanı'dır. Buraya 2012 yılında gelen yolcu sayısı 2010 yılında gelen yolcu sayısına göre %20'lik bir artış göstermiştir. Bu limanın Thira uluslararası hava limanına uzaklığı 7 km olup şehir merkezindedir. Ayrıca bu liman 5.900 m² alana sahip

olup 24 saat boyunca aralıksız hizmet vermektedir. Ancak limanın mevcut alt yapı olanakları kruvaziyer gemilerinin yanaşmaları için uygun değildir. Bu nedenle Fira eski limanının batısındaki deniz alanı liman tesisi olarak kurulmuştur ve burası kruvaziyer gemilerinin demirlemesine yardım etmektedir. 200 metre derinliğe demirlenen dört yüzen şamandıranın şu anki sistemi 1. ve 2. şamandıralara küçük gemilerin 3. ve 4. şamandıralara ise büyük gemilerin demirlenmesi şeklindedir.

Akdeniz’de en çok ziyaret edilen 7. kruvaziyer limanı 657.511 kruvaziyer yolcusu ile Yunanistan’ın Mykonos limanı’dır. Mykonos çalışmakta olan iki adet limana sahiptir. Bunlar adanın şehir merkezindeki eski limanı ve adanın 3,5 km kuzeyinde bulunan yeni limanıdır. Limanın 3 adet rıhtımı ve bir adet yolcu terminali bulunmaktadır.

Corfu limanı, Corfu adasının ekonomik yaşamı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. 655.764 kruvaziyer yolcusu ile Yunanistan’ın Corfu limanı Akdenizin en çok ziyaret edilen 8. kruvaziyer limanıdır. Burası 450’den fazla kruze gemisini yönetir ve adaya 600.000’den fazla gelen kruze ziyaretçisi yaklaşık 36 milyon Euro’luk bir toplam gelir sağlar (Greek Cruise Ports, 2013).

Doğu Akdeniz bölgesindeki başlıca kruvaziyer limanları ile ülkemizde yüksek potansiyele sahip limanlar karşılaştırıldığında; maksimum rıhtım derinliği olarak, en yüksek değer 11.5 m ile Hırvatistanın Dubrovnik limanı, ardından 11 m ile Yunanistanın Corfu ve Mykonos limanları gelmektedir. Ancak ülkemizdeki kruvaziyer limanlarından Alcancak İzmir Limanı 10.5 m ile en yüksek rıhtım derinliğine sahip limanımızdır. Rıhtım uzunlukları açısından karşılaştırıldığında 1250 m ile Corfu limanı en yüksek değeri alırken ardından 1210 m ile Dubrovnik limanı gelmektedir. Kuşadası Ege Liman İşletmesi 920 m rıhtım uzunluğu ile ülkemizin en uzun rıhtım uzunluğuna sahip limanıdır. Yunanistanın Santorini limanı rıhtım uzunluğu ve derinliği açısından uygun olmamasına karşın kullandıkları sistem sonucunda aynı ayna 4 kruvaziyer gemisine hizmet verecek potansiyelde olup 2012 yılı itibariyle 838.899 kruvaziyer yolcusu ağırlamıştır. Rıhtım derinliği ne kadar yüksek olursa liman o denli büyük bir gemiye hizmet verebilir bunun yanısıra rıhtım uzunluğu büyük gemilere hizmet verme imkanı sağlamasıyla birlikte aynı anda daha fazla kruvaziyer gemisinin limana yanaşmasına olanak tanıyabilir. Ülkemizde en fazla yolcu ağırlayan limanlar, İstanbul, Kuşadası ve İzmir kruvaziyer limanlarının karşılaştırdığımız Doğu Akdeniz limanlarından kapasite olarak daha

alt düzeyde yer almaktadırlar. Bu bağlamda kruvaziyer limanlarımıza yapılacak yatırımlar öncesinde rakip olabileceğimiz limanların önüne geçmek amaçlanmalıdır.

Kuşadası, kruvaziyer gemi turları ile gelen ziyaretçilerin Efes Kuşadası, kruvaziyer gemi turları ile gelen ziyaretçilerin Efes Antik Kentine yaptıkları gezilerin kapı noktası olması dolayısı ile ülkemizde en fazla gemi ağırlayan liman konumundadır. İstanbul Salıpazarı Limanı'nın, Tarihi Yarımada, Beyoğlu ve Galata Kulesi gibi turistik ve sosyal-kültürel merkezlere yakınlığı, kruvaziyer turisti tarafından tercih edilmesini sağlayan en önemli etkenlerdir. Tophane Çeşmesi, Nusretiye Saat Kulesi, Nusretiye Camii, Kılıç Ali Paşa Camii, Nusretiye (Tophane Kasrı), Çifte saraylar (Mimar Sinan Üniversitesi) ile çevrelenmiş bir tarihsel çevreye sahiptir. Dünyanın en önemli kruvaziyer markalarının tercih ettiği bir limandır. Ayrıca dünyanın bir çok noktasından direk seferle uçuş imkanı verebilecek kapasitede bir hava limanına sahip olması ana liman olarak kullanılmasında da büyük avantaj sağlayacaktır (İstanbul Salı Pazarı Tanıtım, 2013).

5. SONUÇLAR

Dünyada en çok tercih edilen Karayip bölgesini gezen yolcular, yeni ve farklı yerler arayarak alternatif olarak Akdeniz limanlarını kruvaziyer turizmin gözdesi haline gelmişlerdir. Akdeniz Çanağı'nın aynı anda üç kıtanın gezilip görülebileceği tek bölge olması ve uygun iklim şartları, zengin tarihi ve kültürel değerleri bu bölgenin cazibesini daha da arttırmaktadır. Artan talepten daha fazla pay almak için İtalya, İspanya, Yunanistan, Hırvatistan ve Türkiye kruvaziyer liman işletmeciliğinde rakip durumdadırlar.

Kruvaziyer gemilerinin ana limanlarından birinin Türkiye olması, ülkeye hava yolu ile giriş yapacak olan turistlerin konaklaması ve uğrak limana göre ortalama 4 kat veya daha fazlası döviz bırakması anlamına gelmektedir. Bu nedenle modern hava limanları ve tesislerle bütünleşmiş, İstanbul, İzmir, Kuşadası, Antalya ve Alanya Limanları'nda kruvaziyer turizmi açısından büyük bir potansiyel mevcuttur. Bu mevcut potansiye karşın Türkiye'de kruvaziyer turizminin bunu etkin bir şekilde kullanamamasının en önemli sebepleri arasında, yeterli sayıda ve kapasitede liman olanaklarının bulunmamasıdır. 8484 km ile Doğu Akdeniz'in en uzun kıyılarına sahip olan ülkemizin bu avantajını kullanabilmesi için yeni kruvaziyer limanlarının faaliyete geçirilmesi yanında mevcut limanların da

kruvaziyer gemi ihtiyacına uygun olarak iyileştirilmesi gerekmektedir. Yapılması planlanan kruvaziyer limanlarında; hava limanına yakın olması, limana yakın otellerin olması, ulaşım yollarının yeterli olması, kruvaziyer gemi yolcu trafiğine uygun modern yolcu terminalinin olması, 2500-5500 yolcu kapasiteli gemiler için uygun rıhtım olması gibi kriterlere dikkat edilmelidir.

Dünyada otellerin yıllık ortalama doluluk kapasiteleri yüzde 35’ken, kruvaziyer gemilerinin doluluk oranı yüzde 100’e yakındır. Kruvaziyer gemi işletmeciliği çok az firma tarafından yoğunluklu olarak Amerika ve İtalya menşeli firmalar ile yapılmaktadır. Ülkemizde Türk ve yabancı bayrak altında çalışan kruvaziyer gemisi yok denecek kadar azdır. Türkiye coğrafi konumu, doğası, iklim koşulları, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle kruvaziyer turizm için ideal bir ülkedir. Ülkemizde özel sektör gemi sahiplerinin bu alana yatırım yapmaları ve desteklenmelidir.

Kamu kuruluşları, özel sektör ve üniversiteler arasında işbirliği sağlanarak kruvaziyer taşımacılığı ve limanları konusunda çalışmaların artırılması, bu alan da yapılan yayın sayısının yüksek lisans ve doktora tezlerinin teşvik edilmesi gerekmektedir.

6.KAYNAKÇA

- Barla, M., C, Alkan, G., Akten, Necmettin ve Yıldız, M., (1998). “Türkiye Odaklı Akdeniz-İçi Kruvaziyer Yolcu Taşımacılığı”, I. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, 15 Mayıs 1998, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- CLIA, (2013). *Cruise Lines International Association North Amerika The Cruise Industry (2013). Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2013*, 15.
- Cruise Industry Update, (2013). *Cruise Lines International Association February*, 2013.
- Deniz Sektörü Raporu, (2013). *Deniz Sektörü Raporu*, Deniz Ticaret Odası İstanbul, 2013.
- Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, (2013). *Deniz Ticareti İstatistikleri*, Ankara.
- Dubrovnik Limanı. (2013). <http://www.portdubrovnik.hr/?lan=en>
Erişim Tarihi: 15.12.2013.
- Greek Cruise Ports. (2013). Erişim Tarihi: 28.01.2014
<http://www.greekcruise.gr/index.php/port/facts/17>
- İncekara, A. ve Yılmaz, S., (2002). *Dünyada ve Türkiye’de Kruvaziyer Turizmi*, İTO, Yayın No: 2002-42, İstanbul.

- Kuşadası Limanı Raporu, (2013). *Kuşadası Limanı Raporu*,1, İstanbul.
- Oral, E., Z. Ve Esmel, S., (2010). “Ege Bölgesi Kuvaziyer Turizminin Mevcut Durumu ve Geleceği” VIII. Ulusal Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları Kongresi, 27 Nisan- 1 Mayıs 2010 Trabzon.
- Özerden, M.,A. ve Oral E., Z., (2007). *İzmir Üçkuyular Kuvaziyer Limanı Projesi Tanıtım Raporu*, İzmir.
- Salı Pazarı Tanıtım. (2013)
http://www.oib.gov.tr/2013/ilan/Sali_Pazari/istabul_sali_pazari_Tanitim_Dokumani.pdf Erişim Tarihi: 25.12.2013.
- Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu, (2010). DHL, Ankara.

ZİYARETÇİ YATÇILARIN YAT LİMANLARINI TERCİH ETME SEBEPLERİ: IC ÇEŞME MARİNA UYGULAMASI

Can AKALTAN¹
Selçuk NAS²

ÖZET

Çeşme bölgesi, iklimi, doğal güzellikleri, Yunan Adaları ve İzmir gibi büyük bir şehre yakın oluşu gibi nedenlerle notik turizmin³ hızla geliştiği bir varış yeri haline gelmiştir. IC Çeşme Marina her sene binin üzerinde ziyaretçi yatçıya ev sahipliği yapmaktadır. Araştırma kapsamında, IC Çeşme Marina'ya günübirlik (transit) ziyaret amacıyla yatlarını bağlayan yat sahiplerinin IC Çeşme Marina'yı tercih etme nedenleri ile ilgili veriler, kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenenlerle yüz yüze görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Veri toplama sırasında yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup, toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak yat sahiplerinin günübirlik konaklamak için yat limanı tercih kararını etkileyen değişkenler ve tatmin dereceleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deniz turizmi, Yat Limanı, IC Çeşme Marina

GİRİŞ

Bu çalışmanın temel hedefi, ziyaretçi (transit) yatçıların ziyaretlerinde yat limanlarında ne tip faktörleri göz önünde bulundurduklarını ortaya koymaktır. IC Çeşme Marina'da ziyaretçi yatçı tanımı, yat limanına tek seferde bir aydan fazla konaklamayan yatçı anlamına gelmektedir. Ziyaretçi yatçıların marinalara bağladıkları yatlar, "günlük tekne" olarak anılmaktadır. Çeşme Marina'yı her sene ortalama olarak 1300 tekne ziyaret etmektedir. Bu ziyaretçi teknelerin bağlama geliri, teknelerden elde edilen gelirlerinin yaklaşık % 10'unu oluşturmaktadır. Ziyaretçi yatçıların uğrak ve konaklama sırasında kullandıkları hizmetler sezonluk ve yıllık bağlayan yatçılardan farklılık

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir. can@canakaltan.com

² Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir. snas@deu.edu.tr

³ "Nautical Tourism"

göstermektedir. Bu farklılıklar, marinaların yer seçimi, marinaların mimari yapısı ve yönetim biçimlerine etki edebilir.

Araştırmada öncelikle ziyaretçi yatçıların Çeşme Marina'yı tercih etmelerindeki öncelikli faktörlerin neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra, tercihlerinin Çeşme Marina olmaması durumunda hangi marinayı tercih edecekleri sorusu yöneltilmiştir. Son olarak ise bir yatçının teknesini marinaya bağlanmasını cazip kılacak ne tip hizmet, faaliyet veya olanaklardan yararlandıkları sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplarla marinaların hizmet kalitesi politika ve stratejisi ile yeni yapılan marina mimari yapısında hangi kriterlerin göz önünde bulundurulması gerektiği ortaya koyulmuştur.

Literatür Taraması

Dünyada marina tanımı “gezi tekneleri için inşa edilmiş, modern deniz yapıları” olarak 1928 yılında “Ulusal Amerika Makine ve Tekne Üreticileri Birliği” tarafından yapılmıştır. Birlik daha sonra bu yapıların hangi tesisleri ve hangi servisleri içereceğini de tanımlamıştır (URL 1).

Doğaner, “yat limanı veya dünya dillerinde İtalyanca’dan yerleşmiş, bir terim olarak marinayı, yatların barınması için bir mendirekle korunan veya limanın içinde ayrılan su alanı ve gerisinde yatlara çeşitli hizmetler (akaryakıt, su, elektrik, haberleşme vb.) verebilen tesisler topluluğudur” şeklinde tanımlamaktadır (Doğaner, 1992). Türkiye’de “marina” kelimesinin yabancı kökenli bir kelime olmasından resmi mevzuatta marina yerine “yat limanı” kelimesinin kullanıldığı görülmektedir. “Yat limanının en güncel resmi tanımı, 2 Nisan 2013 tarih ve 28606 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Kıyı Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelikte bulunmaktadır. Buna göre “yat limanı”; “Yatlara güvenli bir bağlama ve her yata doğrudan yürüyerek çıkılmasına imkân sağlayan, yeterli derinlikte su bulunan ve yatlara teknik ve sosyal altyapı, yönetim, destek, konaklama, bakım ve onarım hizmetlerini sunan, rüzgâr ve deniz tesirlerinden korunmuş, işletme izin belgesi almış, turizm işletmesi belgeli kıyı yapılarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır.

Yat limanlarının yatlara ve yatçılara sağlamak zorunda olduğu hizmetlerle ilgili nitelikleri 24 Temmuz 2009 tarih ve 27298 numaralı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizm

Yönetmeliği'nde belirlenmektedir. Bu yönetmeliğe göre yat limanlarının sahip olması gerekli niteliklere göre “üç çıpalı yat limanları”, “dört çıpalı yat limanları” ve “beş çıpalı yat limanları” olarak sınıflandırılmaktadır. Yönetmelik her bir sınıfta bulunması gerek nitelikleri ayrıntılı bir şekilde açıklamaktadır. Bu sınıflandırmaya paralel olarak “beş çıpalı yat limanlarının karşılığı olarak “tam hizmet veren marinalar” kavramının kullanıldığı da görülmektedir (Balcı, 2011). Tam hizmet veren marinaların diğer marinalara göre verdiği ek hizmetler aşağıda sıralanmıştır.

- Restoran, alışveriş dükkanları
- Otel, ev ve bungalovlar
- Kumarhane/Gazino
- Kültürel Aktivite Merkezleri
- Yolcu Gemisi yanaşma iskelesi
- Bağlama ve servis bakım hizmetleri (Balcı 2011).

“Yat limanı yöneticilerinin hizmet kalitesini arttırmak ve alınan hizmet düzeyini iyileştirmek için yat sahibi ve kaptanlarının istek ve ihtiyaçlarının neler olduğunu, sundukları hizmetlerin nasıl algılandığını araştırmaları ve elde edilen sonuçlara göre gerekli değerlendirmeleri yapmaları gerekmektedir” Yukarıdaki ifade, yat limanlarının hizmet kalitesi ve yat limanlarının tercih edilmesi konularında yapılan çalışmalardan (Arlı, 2011; Balcı, 2011; Durukan, 2001; Eriş, 2007) özetlenen bir ifadedir. Aslında yat limanlarının, hizmet verdiği yat veya yatçılar profil olarak birlerinden farklı olup, beklentileri ve algıları da birbirlerinden değişiktir. Bazı yatçıların yat limanlarında mevsimlik veya sezonluk kalırken bazıları ise bu çalışmanın konusunu oluşturan ve tek seferde bir aydan fazla konaklamayan ziyaretçi yatçılardır. Bu iki grubun yat limanlarından beklentileri arasında farklılıklar olması gayet doğaldır. Bu çalışma ile ziyaretçi yatçıların yat limanlarından beklentileri ve yat limanı tercihlerindeki faktörlerin neler olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

1. Veri Toplama Yöntemi

Yapılan çalışma IC Çeşme Marina'ya bağlayan ziyaretçi yat sahipleri ve yat kaptanları ile yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak

yapılmıştır. Görüşmeler marina içinde bağlı olan yatlara bizzat gidilerek marina içinde yapılmıştır. Görüşmeci, sonuçlara etki etmemesi amacıyla görüşmeler sırasında marina yöneticisi kimliğini yatçı ve kaptanlardan gizlemiştir. Marina içine girmek ve araştırma yapmak için marina genel müdüründen gerekli izin 2013 Mayıs ayında alınmıştır. Her bir yatçı ile ortalama 10 - 15 dakika görüşülmüş, araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan sorular yöneltilmiştir. Mülakat formunda kullanılmak üzere ana üç soru belirlenmiştir. Bu sorular;

“Neden Çeşme Marina’yı ziyaret için seçtiniz?”,
“Bu marina olmasaydı hangi marinaya uğurdunuz?”
“Marinayı ziyarette sizi çeken faktörler nelerdir?”

şeklinde yöneltilmiştir. Ayrıca bu sorulardan önce yatçıların demografik bilgileri ve yat bilgileri alınmıştır, daha sonra mülakat soruları sorulmuştur.

2. Ana Kütle ve Örneklem

Bu araştırmanın ana kütesini İzmir ilinin Çeşme ilçesinde faaliyet gösteren IC Çeşme Marina işletmesinin ziyaretçi yatçıları oluşturmaktadır. Çeşme Marina’nın denizde yat bağlama kapasitesi 353, karada yat bağlama kapasitesi 100 olup, yıllık hizmet verilen ortalama ziyaretçi tekne sayısı 1.300 dür. Ziyaretçi yatçıların marinada geçirdikleri kısıtlı zaman nedeni ile 35 tane yat sahibi veya kaptanı kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilip görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 2013 yılının Haziran ayında yapılmıştır.

3. Veri Analizi

Veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Mülakat formlarından alınan verilerden önce kodlar oluşturulmuştur. Daha sonra bu kodların içinde bulunduğu kavramlar belirlenmiştir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında görüşülen 35 yatçıdan 22 tanesi tekne sahibi; 13 tanesi ise yat kaptanıdır. Görüşülen yatçılardan üçü Alman, biri Hollandalı, biri Kanadalı ve kalanı Türk uyrukludur. Konu yatların ikisi Alman, biri Hollanda, biri İngiliz Virgin Adaları, 18 tanesi Amerikan bayraklı olup, kalanı Türk bandıralıdır. Konu yatların 15 tanesi motor yat, 25 tanesi ise yelkenlidir.

Yatçılar ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Neden Çeşme Marina’yı ziyaret için seçtiniz?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo-1. Ziyaretçi Yatçıların Çeşme Marina’ya Uğrama Nedenleri

No	Uğrama Nedenleri	Frekans
1	Kuzey-güney rotaları üzerinde olması	24
2	Restoran, duş/tuvaletlerin olması	18
3	Sosyal hayatın canlı olması	14
4	Giriş-çıkış limanı olması	11
5	Yakıt istasyonunun olması	10
6	Çeşme'nin ilgi çekici bir destinasyon olması	4
7	Camper & Nicolsons marinası olması	4
8	Teknik servis imkânlarının olması	4
10	Havalimanına yakın olması	2
11	Marinanın merkezde olması	2
12	Atık alım tesislerinin olması	2

Birinci sorunun verilerinin analizine göre yatçıların Çeşme Marina’ya uğrama sebeplerinin başında yat limanının kuzey-güney rotaları üzerinde olması gelmektedir. Bu sonuç, marinanın yaz başında İstanbul marinalarından güneye inen; yaz sonunda ise güney limanlarından İstanbul marinalarına çıkan yatlar tarafından çoğunlukla tercih edildiğini göstermektedir. Restoran, duş ve tuvaletler tercih sıralamasında ikinci olurken onu sosyal hayatın canlı olması takip etmektedir. Haziran ayında güneye inmek için gün boyu seyir yapan yatçılar marinaya bağlar bağlamaz duş alıp, IC Çeşme Marina restoranlarını kullanmaktadır. Bunların yanı sıra, yat limanının giriş-çıkış limanı olması ve yakıt istasyonuna sahip olması diğer öne çıkan konulardır. Kaptanlar, kuzey – güney rotasında seyir planlaması yaparken yakıt ikmalini Çeşme civarında yapmayı tercih ettiklerini belirtmektedir.

Araştırmada yatçılara yöneltilen ikinci soru; “Bu marina olmasaydı hangi marinaya uğrardınız?” Bu soru ile ilgili toplanan verilere ait analiz sonuçları Tablo 2’de gösterilmektedir. Çeşme Marina’yı tercih eden yatçıların ikinci tercihlerinin Alaçatı Marina olduğu tespit edilmiştir. Aslında çalışmaya katılan yatçıların kuzey güney rotası üzerinde seyir yapan yatçılar olması sebebiyle ikinci alternatiflerinin de yine bu

bölgedeki yat limanlarının olması gayet doğal bulunmuştur. Çeşme Bölgesi kuzey güney yat trafiğinin bir ikmal merkezi durumundadır.

Tablo 2. Yatçıların Çeşme Marina Dışındaki Alternatif Yat Limanları

Sıra	Yat Limanı Tercihleri	Frekans
1	Alaçatı Marina	13
2	Setur Ayvalık Marina	6
3	Setur Altın Yunus Marina	6
4	Teos Marina	4

Araştırmada yatçılara yöneltilen üçüncü soru; “Marinayı ziyarette sizi çeken faktörler nelerdir?” Bu soru ile ilgili toplanan verilere ait sonuçlar Tablo 3’de gösterilmektedir. IC Çeşme Marina’nın tercih edilmesinde; duş / tuvalet ve restoranlar en sık tekrarlanan tercih sebepleri olarak belirlenmiştir. Bunları yakıt istasyonu ve teknik servis hizmetleri takip etmektedir. Özellikle yabancı yatçıların denizaşırı iletişim kurmalarını sağlayan internet hizmetinin, bu yatçılar için büyük önem taşıdığı anlaşılmıştır.

Tablo 3. IC Çeşme Marina’nın Çekicilik Faktörleri

Sıra	Faktörler	Frekans
1	Duş ve tuvalet	18
2	Restoranlar	15
3	Yakıt İstasyonu	7
4	Teknik Servis	7
5	İnternet	5
6	Şehir Merkezindeki Alışveriş Merkezleri	5

Bunun yanında diğer çekicilik sağlayan faktörlerin pontonlarda ücretsiz internet, rüzgârdan daha korunaklı barınma yeri ve geceleri geç saate kadar sürmeyen müzik olduğu ifade edilmiştir.

SONUÇLAR

Araştırma kapsamında ziyaretçi yatların yat limanına bağlama tercihlerini etkileyen faktörler incelenerek 35 farklı yat sahibi ve kaptana, bir marinaya tekne bağlarken dikkate aldıkları faktörler, bir marinaya tekne ziyaret noktası olarak daha cazip kılacak hizmetler ve faaliyetler çerçevesinde bir marinadan beklentileri sorulmuş ve alınan yanıtlar doğrultusunda marinaların konumlarının yanı sıra duş ve tuvaletlerin

yeterlilik ve temizliğinin, marina yakın çevresindeki restoran ve ticari alanın kalitesinin, resmi makamların ulaşılabilirliğinin ve yakıt ikmal servisinin tercih sebebi olduğuna dair bulgulara ulaşılmıştır.

Ayrıca çalışmada kuzey-güney rotaları üzerinde yat limanı yapımı planlanırken ziyaretçi yatçı potansiyelinin göz önüne alınması gerektiği, duş ve tuvaletlerin kapasitesine, pontonlarda ücretsiz kablosuz internet servisi altyapısına, yakıt istasyonu iskelesinin uzunluk ve su derinliğine, teknik servis altyapısının yeterliliğine ve yürüyüş mesafesinde kaliteli restoranların gerekliliğine önem verilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Bu tür yat limanlarını işleten yöneticileri palamar yardımı, elektrik ve su servisleri gibi bağlama yeri hizmetleri ile yakıt istasyonu hizmetinin 24 saat boyunca yatçılar için kullanılabilir olduğundan emin olması gerektiği; duş ve tuvaletlerin temizliğine önem vermesi gerektiği tespit edilmiştir. Ziyaretçi transit yatlar, yat sahibinden aksi bir istek gelmediği sürece sosyal alanların gürültüsünden uzak bir bağlama yerinde konaklatılmak istemektedir. Sadece gece konaklayacak yatlar için, ayrılma manevrası kolay olacak bağlama yerlerinin belirlenmesinin de uygun olacağı tespit edilmiştir.

Benzer bir çalışmanın Temmuz ve Ağustos aylarında da yapılarak güneye inen teknelerin de yat limanı tercihlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi ve sonuçlarının karşılaştırılması yerinde olacaktır.

Kaynaklar:

- Arlı, E. (2012) “Yat Limanı İşletmeciliğinde Algılanan Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Tekrar Tercih Etme Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti Ve Genel Memnuniyet Düzeyi Üzerindeki Etkisi”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 23, Sayı 1, Karamürsel.
- Balcı, S. S. (2011) “Marinalarda Teknik ve Operasyonel Yönetim: Bilişim Sistemlerinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Uygulama”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Doğaner, S. (1992) “Türkiye'nin Yat Limanları”, *Bülten Sayı:9 İ.Ü Deniz Bilimleri ve Coğ. Enst. Yayınları*, İstanbul.
- Durukan Ç. (2004) “Ege Bölgesindeki Yat Bağlama Tesislerinin Müşteri Yönlü Değerlendirilmesi”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2004.

- Eriş, E.D. (2007) “Uluslar arası Pazarlarda Türk Marinalarının Çekiciliği ve Pazarlama Stratejileri”, Ege Akademik Bakış, 7(1).
- Resmi Gazete 02 Nisan 2013 tarihli ve 28606 sayılı; Kıyı Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik.
- Resmi Gazete 24 Temmuz 2009 tarih ve 27298 sayılı; Deniz Turizm Yönetmeliği’
- URL 1 <http://www.bluewatermarina.com/whatsnew.html>; Erişim 22.12.2013.