

MÜRETTEBATLI YAT KİRALAMADA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN SAĞLANMASI İÇİN GEREKEN STRATEJİK PAZARLAMA KRİTERLERİN BELİRLENMESİ

¹Serim PAKER, ²Neslihan PAKER

ÖZET

Türkiye’de mürettebatlı yat kiralama pazarı sürekli bir değişim geçirmektedir. Pazarda işletmecilerin ve idarenin (kural koyucuların) sürdürülebilirliği de göz önünde bulundurarak bu değişimlere hızlı tepki verme ve uyum sağlama becerileri geliştirilmeye açıktır. Mürettebatlı yat işletmecileri ortaya koydukları orta ve uzun vadeli stratejilerinde ve geliştirdikleri stratejilerin pazarlama uygulamalarında bazı sıkıntılarla karşılaşmaktadırlar. Türk deniz turizmi pazarında, stratejik pazarlama yaklaşımıyla, mürettebatlı yat kiralama üzerine sürdürülebilirliğin çevre, ekonomik ve sosyal boyutlarının bütünsel olarak değerlendirildiği bir çalışma yapılmamıştır.

Bu çalışmada hizmet sunucuları tarafından algılanan ve deniz turizmi sürdürülebilirliğini belirleyen ve etkileyen unsurların tespit edilmesi ve uygulanabilir çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın ana çerçevesini bu konuda faaliyet gösteren yat işletmeleri ve konu ile ilgili kural koyucu ve denetleyici kamu yetkilileri oluşturmaktadır. Elde edilen kriterlerin ileride yapılacak olan çalışmalarda ve ölçek geliştirmede kullanılması hedeflenmektedir.

Anahtar sözcükler: Deniz Turizmi , Sürdürülebilirlik, Yat Kiralama

1. GİRİŞ

Deniz turizmi pazarı; çevrelediği destinasyonda yaşayan yerel halk, sektörde faaliyet gösteren işletme sahipleri ve makro düzeyde bulunduğu ülke için sosyo-ekonomik anlamda değer yaratan bir sektör olmaya devam etmektedir. *Yat işletmeciliği ise*, deniz turizminin önemli faaliyet alanlarından biridir. Türkiye’de, sahip olduğu coğrafi konum, doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleri dolayısıyla, ’80li yıllardan itibaren kendine özgü bir yat işletmeciliği pazarı gelişmiştir. Önceleri babadan oğula

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

² Yaşar Üniversitesi, İzmir pakerneslihan@deu.edu.tr

aktarılan bu meslek, şimdilerde eğitimli ve denize meraklı yeni neslin de katılımıyla, geniş yelpazede bir hizmet anlayışıyla bugünlere taşınmıştır. Ancak yıllar içerisinde, daha lüks ve çeşitliliği artırılmış hizmet, daha geniş yaşama alanı gibi pazarın farklılaşan ihtiyaçları, tekne tipinden, yat personeline kadar yat işletmeciliğinin tüm yapısal özelliklerini hızlı bir değişime uğratmış, işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliğini etkiler düzeye gelmiştir. Yatçılık faaliyetinin gerçekleştiği bakir koyların sayısında, özellikle deniz turizmi pazarının hızlı büyümesiyle birlikte, zamanında alınmayan çevresel korumayı sağlayacak önlemler ve deniz kenarlarındaki aşırı yapılaşma dolayısıyla ciddi kayıplar yaşanmış ve yaşanmaya devam etmektedir. Mürettebatlı yat işletmeciliği ve dolayısıyla deniz turizminin çevre, ekonomik ve sosyal boyutlardaki sürdürülebilirliğinin bütünsel olarak dikkate alınmadığı bir pazarlama anlayışıyla gelecek nesillere aktarılması mümkün değildir. Bu konuda tüm paydaşların (yerel halk, işletmeler ve kural koyucular) sorunlarının belirlendiği ve uygulanabilir çözümlerin geliştirildiği yaklaşımlara ihtiyaç vardır.

Bu çalışmada, hizmet sunucuları tarafından algılanan ve deniz turizmi sürdürülebilirliğini belirleyen ve etkileyen unsurların tespit edilmesi ve uygulanabilir çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

2. MÜRETTEBATLI YAT KİRALAMA VE DENİZ TURİZMİ

Yat kiralama, deniz turizmi pazarında, mürettebatlı yat kiralama ve mürettebatsız yat kiralama olmak üzere iki temel alana ayrılmaktadır. Mürettebatsız kiralamada, sektörde daha çok bu tip kiralamanın İngilizce karşılığı olan *bareboat* kullanılmakta, hem *Sunsail* gibi (<http://www.sunsail.com/>) çok uluslu zincirlerin hem de küçük yerel işletmelerin hizmet verdiği bir alan olarak pazarda yer almaktadır. Seyir teknolojilerinin gelişmesi, radar, elektronik harita, küresel konumlandırma sistemi alıcısı gibi elektronik cihazların gelişmesi, ucuzlaması ve yaygınlaşması, sertifikalı ve bir yatı kullanabilecek bilgi ve beceriye sahip insan sayısının artması gibi unsurlar sebebi ile *bareboat* kiralama pazarında küçülme eğilimi görülmemektedir. Bazı küresel yat işletmelerinin Türkiye pazarını terk etme kararı almış olmaları, kaygı verici olsa da bu konuda doğru yorum yapılabilmesi için bir pazar araştırmasına ihtiyaç vardır.

Mürettebatlı kiralama ülkemizde daha çok Bodrum Guleti tekne tipinde, kendisine özgü özellikleri olan bir tekne ile yapılmaktadır. Gulet sözcüğü ve kullanılan teknenin tipi ile ilgili bir uzlaşmaya varılamamış olsa da ayna kış, keç, uskuna hatta çok kendine has tipolojiye ait olan tırhandil tipi teknelerin tamamı, halk dilinde gulet olarak adlandırılmaya başlanmıştır.

Tekne tipolojisi konusunda hassas olanlar her teknenin kendisine özgü ismini kullanmaya devam etmektedirler, ancak yaygın kullanımda ahşap kamaralı genellikle Bodrum ve Bozburun civarında inşa edilmiş teknelerin tümüne *Gulet* denmektedir. Benzer bir durum *kotra* sözcüğünde de yaşanmaktadır, kotra sadece belli bir tip tekneyi tanımlamakta iken halk arasında küçük yelkenlilerin tamamı için kullanılmaktadır.

Mavi Tur veya *Mavi Yolculuk* adı ile markalaşmış olan bu turistik ürünün özellikleri genel olarak şu şekildedir.

- a) El yapımı ahşap gulet tipi teknelerle gerçekleştirilir
- b) Durak araları çok uzak değildir
- c) Genellikle bir haftalıktır
- d) Yemekler teknede hazırlanır ve servis edilir
- e) Yüzülecek berrak su, korunaklı koylar, doğal güzellikler durak noktalarının genel özellikleridir.

Guletler süngercilik, insan ve yük taşıma gibi görevlerinden turistik amaçlı görevlerine ilk geçiş yaptıklarında teknelerde duş, mutfak gibi temel turistik ihtiyaçları giderecek özellikler bulunmazken artık hemen hemen her gulette standart hale gelmiş bazı özellikler şunlardır:

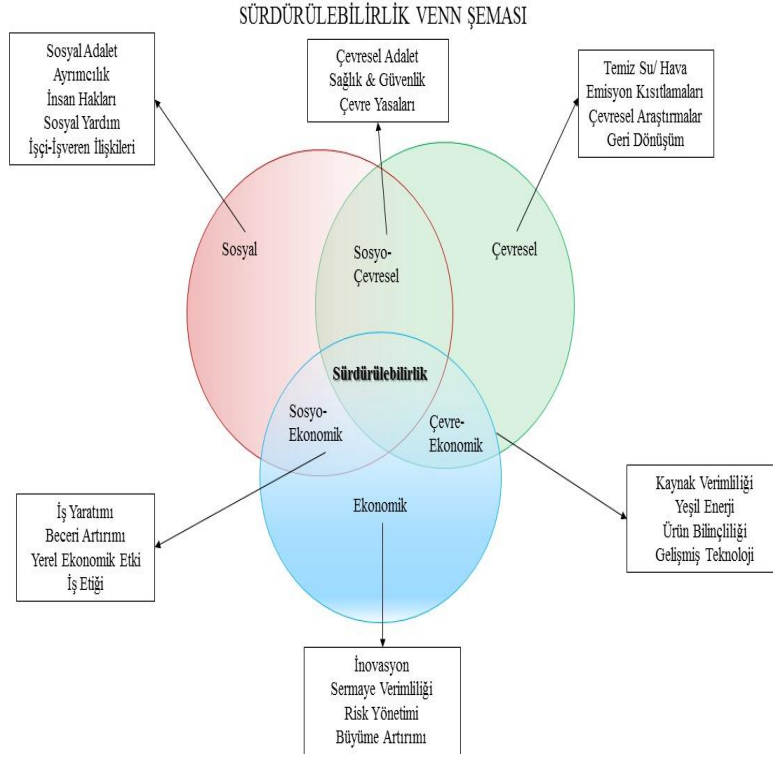
- a) Her kamarada banyo ve tuvalet
- b) Kabinler arası ses ve ısı yalıtımı
- c) Her kabinde ve kapalı yemek salonunda klima
- d) Tekne taşıma kapasitesinin tamamına yetecek (aynı anda ağırlayabilecek) bir kapalı salon ve bir açık havada yemek yenebilir yer
- e) Ses ve görüntü sistemleri
- f) Konukların tamamını ağırlayacak kapasite bir kuzine (gemi mutfağı).

3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA STRATEJİSİ

Klasik stratejik pazarlama, uzun vadede başarılı olmak isteyen işletmelerin müşteri tatmini dikkate alan, pazar odaklı yaklaşımını benimsemektedir. Ancak, yeni pazarlama yaklaşımı, sürdürülebilirlik paradigmasını öne çıkararak, bunun dışında çevresel ve sosyal başka unsurların da dikkate alındığı, makro çerçevede iş ve çevre arasında bir çeşit dengenin kurulduğu bir alışverişten bahsetmektedir. Bu alışveriş, içerisine çevresel ve kültürel kaynakların korunmasını, sosyal adaletin gözetilmesini,

yaşam standartlarının iyileştirilmesini ve ekonomik faydanın yaratılmasını esas alan, kısaca ekonomik, sosyal ve çevresel unsurları kapsayan bütünsel bir pazarlama anlayışını önermektedir (Dam ve Apeldoorn, 1996: 45-49; Johnston ve Tyrell, 2007: 329 ; Obermiller vd., 2008: 20-22 ; Mitchell, vd., 2010: 160-163; David, 2011:211-212; Pomeroy vd., 2011: 954-956; Kumar vd., 2012: 483-487; Cheben vd., 2015: 856-859). Şekil 1’de sürdürülebilirliğin yapısal unsurları ve birbirleriyle ilişkilendirilmesi görülmektedir.

Cheben, vd. (2015: 856-860) bu bütünsel yaklaşımın hem işletmelerin pazardaki rekabet gücünü artıracak, hem de işletmelerin maliyet azaltımı ve inovasyon konularında kendilerine yeni fırsatlar yaratacağını iddia etmektedir. Dünya Çevre ve Kalkınma Konseyi, sürdürülebilirlik tanımını “ Gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeterliliklerini tehlikeye atmaksızın, bugünün ihtiyaçlarını karşılamak olarak dile getirmektedir” (World Commission on Environment and Development, 1987). Ancak, bugünün işletmelerinin tüketiciyi daha çok almaya özendirmediği, tüketicilerin ise faydacı alışverişten ziyade hazzı satınalmaya yöneldiği bir anlayışta, sürdürülebilirlik esaslı stratejilerin işletmelerce zor uygulanabilir olduğu, bu konuda çıkar çatışmalarının kaçınılmazlığı kabul edilmesi gereken bir gerçektir (Dam ve Apeldoorn ,1996: 48-49; Obermiller, vd.,2008: 22-23). Mitchell, vd. (2010: 165-167) işletmelerin sürdürülebilirlik stratejilerini oluşturmaları konusunda, işletmenin kaynakları, organizasyon yapısı, kültürü ve marka yönetimi stratejilerine göre farklılık gösterebilen bir performans matrisi hazırlamalarını önermektedir. Bu matris, işletme ve toplumun tüm paydaşlarının arzu ettikleri başarı kriterlerini kapsayacak, bir kısmı kural koyucular tarafından yapılacak düzenlemelerle denetlenebilecek şekilde oluşturulacaktır.



Şekil 1: Sürdürülebilirliğin Yapısal Unsurları

Kaynak: www.circularecology.com' dan Türkçeye uyarlanmıştır.

4. DENİZ TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Avrupa Birliği Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO, 2004) sürdürülebilir turizmi “ziyaretçi, sektör, çevre ve yerel toplumun ihtiyaçlarını dikkate alırken, bugün ve gelecek üzerinde yaratacağı ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini de tamamiyle gözönünde bulunduran bir turizm” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla turizm , uzun vadede, hem doğal miras, biyoçeşitlilik, yerel toplumun sosyo-kültürel özelliği, geleneksel değerleri gibi doğal kaynakların optimum kullanımını, hem de ekonomik faaliyetlerden yaratılacak katkının topluma geri dönüşünün adaetli bir şekilde dağıtılmasını sağlamalıdır. Dolayısıyla, işletmelerin sürdürülebilirlik stratejilerini uygulama konusunda karşılaştığı çatışmanın, turizmin gelişimi konusunda da

yaşandığı yapılan çeşitli araştırmalarda bahsedilmektedir (Orams, 1998: 56-69; Higham ve Lück, 2002: 37-45; Pınar, 2005: 139-141; Gilmore ve Simmons, 2007; Johnston ve Tyrell, 2007: 329-330; Fazenda, vd., 2010: 429; David, 2011: 211-215; Pomeroy, vd., 2011: 954-958; Özdemir, 2014: 31-40). Turizmin, yarattığı gelir ve istihdam artışı dolayısıyla bir yandan gelişimi arzulanırken, öte yandan çevresel bozulma, gürültü, ulaşımı güçleştiren trafik, yerel halkın yaşam tarzında yarattığı negatif değişim, kültürel kaynakların tahribatı gibi problemleri de beraberinde getirdiğine dikkat çekilmektedir. Johnston ve Tyrell (2007: 330) optimal çözümün neredeyse imkansız olduğunu belirtmekte ve bu konuda Mitchell, vd. (2010: 165-167) önerisine benzer şekilde sürdürülebilirlik stratejisinin oluşturulması konusunda bir matris hazırlanmasını tavsiye etmektedir. Ancak bu matrisde tüm paydaşların hedefleri (örneğin turizm gelirleri), kontrol edilebilir değişkenler (turist sayısı) ve yaratacağı sonuçlar (çevresel bozulma) birarada olmalı, bir hedefin maksimum düzeyde gerçekleşmesi halinde, diğerinin ne ölçüde etkileneceği üzerine tahminler ve simülasyon çalışmaları yapılmalıdır. Öte yandan, gerek Fazenda vd.(2010: 429-439) gerekse Özdemir (2014: 31-40) sürdürülebilir turizm gelişimi konusunda yaratılacak çözümlerde tüm aktörlerin (toplum, işletmeler ve yerel yönetimler) mutlaka işbirliği içerisinde olması gerektiğini belirtmektedir.

Deniz turizmi, denizleri içine alan, bakir doğa ve vahşi hayata nüfuzu gerektiren çevresel bir etkileşimi zorunlu kılmaktadır (Orams, 1998: 56-69). Birçok yaşam türü, deniz canlıları da dahil deniz turizmi dolayısıyla tehdit altındadır (Orams, 1998: 56-69: 56-69; Pınar, 2005: 139-141). Florida'da Doğu Hindistan deniz ayılarının neslinin tükenmesinin, Güney Alaska kıyılarındaki Glasier Körfezi'nin kambur balinaların uğrak yeri olmaktan çıkmasının ana sorumlularından biri olarak deniz turizmi gösterilmektedir. Bir diğer çarpıcı örnek olarak da, Hawai Hanauma Körfezi'nin, 1970 lerde gözde bir destinasyon olarak tanıtılmasıyla birlikte artan ilgi ve taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi akına uğraması dolayısıyla geri dönüşümsüz bir şekilde tahrip edilen doğası verilmektedir (Orams, 1998: 56-69). Ayrıca, Orams (1998) çevresel tahribatın yanısıra, deniz turizminin gelişmesiyle, özellikle küçük yerleşimlerde halkın, daha kazançlı işletmelere yer açılması için taşınmaya zorlanması, yüksek ücret uygulaması dolayısıyla halka açık plajların kullanamaz hale gelmesi, yaşama maliyetlerinin anormal şekilde yükselmesi, yerel halkın geleneksel giyim tarzı ve alışkanlıklarından vazgeçmesi ve suç, taciz oranları artması gibi olumsuz sosyo-kültürel etkilerden de bahsetmektedir.

Bu olumsuzlukları azaltılması ve deniz turizminin sürdürülebilirliği konusunda çeşitli öneriler geliştirilmektedir. Örneğin su altı arkeoparkları deniz turizminin hem geliştirilmesi hem de sürdürülebilirliği konusunda iyi bir örnek uygulamadır. Kaş'ın, Uluburun mevkiinde tarihin bilinen en eski açık deniz gemisi Uluburun'un replikası batırılarak deniz turizmine kazandırılmış, orijinali ise Bodrum Su Altı Müzesi'nde sergilenerek kültürel miras korunmuştur (Erkurt ve Pakar, 2014: 49-50; www.360derece.info).

Chapman (2005: 34-40) Güney Avustralya'daki The Marina Hindmarsh Island'ı sürdürülebilirlik konusunda örnek olarak göstermektedir. Söz konusu marina, çevreci bir marina olarak planlanmış, kanalizasyon sistemi, marina içi su sirkülasyonu ve çevresel düzenlemeler konularında doğal habitata en az zarar gelecek şekilde yapısal unsurlar düşünülmüştür. Ayrıca, marinanın işleme açılması sonrası yat sahiplerinin davranışları yakından gözlenmesi, hassas bölgelerde ziyaretçi sayısının sınırlandırılması, su kalitesinin sıklıkla ölçümü ve tüm paydaşlara çevresel eğitimlerin sürekliliği konularında çalışmalar yapılmıştır. Söz konusu marina, ISO9001, Clean Marinas ve 5 Altın Çıpa ile ödüllendirilmiştir.

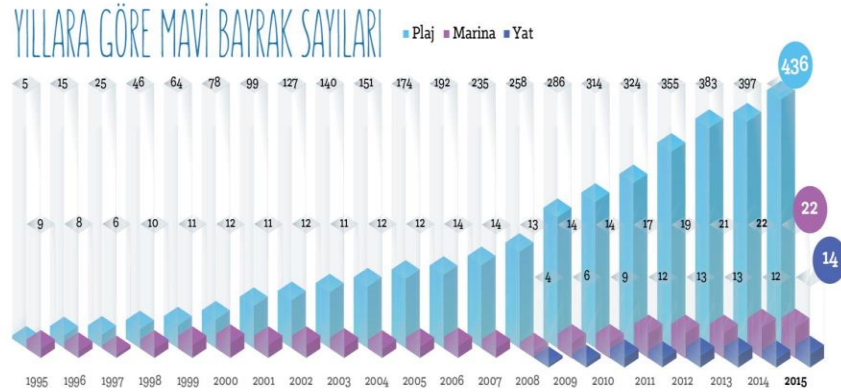
Orams (1998: 72-93) sürdürülebilirlik konusundaki uygulanabilir stratejileri; fiziksel, mevzuata dayalı, ekonomik ve eğitsel olmak üzere çeşitli gruplara ayırmaktadır. Öneriler kapsamında, özellikle çevresel hassasiyeti olan bölgelerde gerekli uyarı işaretlerinin olması, kurallara uyulmaması halinde para cezasının uygulanması, deniz turizmi aktivitelerinde bulunacak kişilerin lisans sahibi olması, aktivitelerin yapılacağı bölgede ziyaretçi yollarının ayrılması, hatta aktivitenin su tabanlı deniz araçlarıyla gezinti gibi alternatif yollarla gerçekleştirilmesi önerilerinde bulunmaktadır. Ayrıca, yüksek sezonda ücretlerin artırılması ile ziyaretçi sayısının sınırlandırılmasının da faydalı olacağı görülmektedir.

4.1. Türkiye'de Deniz Turizminde Sürdürülebilirlik Uygulamaları

Türkiye'de sürdürülebilirlik konusunda yaklaşımların daha çok çevresel boyutta uygulamaya dönüştüğü ancak yeterlilik konusunda soru işaretlerinin olduğu görülmektedir. 4 Nisan 1990 tarihinde Kıyı Kanunu Resmi Gazete'de yayınlanmıştır. Söz konusu kanuna göre ; "Kıyılar, Devletin hüküm ve tasarrufu altındadır. Kıyılar, herkesin eşit ve serbest olarak yararlanmasına açıktır. Kıyı ve sahil şeritlerinden yararlanmada öncelikle kamu yararı gözetilir. Kıyıda ve sahil şeridinde planlama ve uygulama yapılabilmesi için kıyı kenar çizgisinin tespiti zorunludur." (<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3621.pdf>). Kıyı Kanunu, kıyı ve sahil şeritlerinin herkesin eşit derecede faydalanmasını ve kamu yararının

öncelikli tutulmasını içeren unsurlarıyla sosyal adaleti gözetmektedir ve dolayısıyla sürdürülebilirliğin sosyal boyutunu destekleyen bir yapıdadır. Örneğin, bu kanuna göre, sahil şeridinde yatırımı planlanan tesislerin nerede inşa edileceği kamunun faydalanması koruma altına alınarak belirlenmektedir.

Öte yandan gerekli çevresel temizlik ve eğitim standartlarını taşıyan plaj, marina ve yatlara 1993 yılından beri “Mavi Bayrak” ödülü verilmektedir. Mavi Bayrak uluslararası bir çevre ödülüdür. Avrupa’da 30 ülke olmak üzere dünya çapında toplam 50 ülkede uygulanmaktadır. Mavi Bayrak Programı Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (Foundation for Environmental Education, FEE) tarafından koordine edilmekte ve Türkiye temsilciliğini Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) yapmaktadır (http://www.turcev.org.tr/icerikDetay.aspx?icerik_id=36). 2015 yılı itibariyle, Mavi Bayraklı Plajlar 436, Mavi Bayraklı Marinalar 22, Mavi Bayraklı Yatlar ise 14 adettir (<http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx>). Şekil 2’de 1995 yılından bu yana mavi bayrak sayısına sahip plaj, marina ve yat sayısının dikkat çekici artışı görülmektedir.



Şekil 2: Türkiye’de Yıllara Göre Mavi Bayrak Sayısının Değişimi

Kaynak: http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=1

Türkiye, 1966' dan beri faaliyet gösteren Uluslararası Deniz Endüstrisi Birlikleri Konseyi' nin (ICOMIA) bir üyesidir. ICOMIA'nın 35'in üzerinde üye kuruluşu olup, yat endüstrisinin sürekliliğini ve yaygınlaşmasını amaçlamakta, temiz çevre konusunda çalışmalar yapmaktadır. İlgili konular hakkında rehber nitelikte yayınlar, prosedürler ve yasal konularda açıklamaları bulunmaktadır. ICOMIA, uluslararası derecelendirme kuruluşları olan The Blue Flag (Mavi Bayrak), Blue Star (Mavi Yıldız) ve Gold Anchor (Altın Çıpa) programları ile koordinasyon içerisindedir. Türkiye'de deniz endüstrisi üreticileri, yat kiralayıcıları, ithalat şirketleri, yat distribütörleri, gemi mühendisleri ve deniz ekipmanı satıcılarının bulunduğu 214 üyeli DENTUR (Deniz Endüstrisini ve Denizciliği Geliştirme Derneği) isimli dernek (<http://www.dentur.org.tr/tr-TR/default.aspx>) tarafından temsil edilmektedir (<http://www.icomia.com/>)

Ağustos 2011'de Muğla ilinde başlayan ve 2013/12 Sayılı Gemi Atık Takip Sistemleri Uygulama Genelgesi kapsamında yer alan ve Temmuz 2012'de Antalya ilinde resmi olarak başlatılan "Mavi Kart" uygulaması, motorlu deniz taşıtı atıklarının sayısal veri olarak takibi için hazırlanmış bir sistemdir. Mavi Kart'ın uygulanmasına ilişkin mevzuatın düzenlenmesi, işletilmesi ve denetimi Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın yetkisindedir. Mavi Kart'ların atık alım noktaları marina, liman ve balıkçı barınaklarıdır. Mavi Kart kullanıcıları, *Mavi Kart Genelgesi* kapsamında tanımlanan, motorlu deniz taşıtları sahipleridir. Mavi Kart denetimi, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Denetçileri, Sahil Güvenlik Komutanlığı Bağlı Bot Komutanlıkları, Liman Başkanlıkları dahilindeki yetkili deniz denetçileri, tarafından yapılır. (http://mavikart.cevre.gov.tr/brosurler/mavi_kart_Turkce_Brosur.pdf)

4.2. Türkiye Deniz Turizminin Sürdürülebilirlik Yönüyle Değerlendirilmesi

Türkiye'de Deniz Turizmi sürdürülebilirlik yönüyle özellikle çevresel bozulma dolayısıyla tehdit altındadır. Paker (2011: 322) in çalışmasında, denizci Turgut Ayker Göcek bölgesindeki marina sayısının denizin taşıma kapasitesini aştığından ve bölgede ciddi çevresel sorunların sonuçlarıyla karşılaşmakta olduğundan bahsetmektedir. Dolayısıyla, yeni marinalar yapmak yerine, sürdürülebilirlik için mevcut marinaların kullanım oranı ve verimliliğinin artırılması gerekliliğine dikkat çekmektedir.

Deniz Ticaret Odası Bodrum Şubesi'nin yaptığı bir çalışmaya göre; Edremit Körfezi -Antalya Faselis arasında yatçılığa uygun toplam 239 adet koy bulunmaktadır. 2013 yılı itibari ile 41 adet koy geri dönüşümsüz bir şekilde tahrip olmuştur. 104 tanesi Milli Park kapsamında koruma altına

alınmış, 94 adedi ise yoğun yapılaşma ve çevre baskısı ile korumasız bir şekilde tahribat altında bulunmaktadır (DTO, 2015).

Türkiye’de, deniz turizminin sürdürülebilirliği konusunda yapılan çalışmalar ve yayınlanmış istatistikler son derece sınırlıdır. Bu çalışma, alandaki boşluğa tespitlerde bulunarak ve önerilerde bulunarak katkılar koymayı hedeflemektedir.

5. Metodoloji

Çalışmada mürettebatlı yat kiralama konusunda faaliyet gösteren yat işletmeleri ve paydaşlarının temsilcileri ile yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniği kullanılmış, elde edilen veriler incelenerek mürettebatlı yat kiralamanın sürdürülebilirliği üzerine çıkarımlar elde edilmeye çalışılmıştır. Görüşme yapılan sektör temsilcileri Tablo 1’de listelenmiştir.

Tablo 1: Görüşmeci Listesi

		Kamu denetçisi	Yat işletmecisi/ acentesi	Yat Kaptanı	Yat imalatçısı	Yat tasarımcısı	STK temsil cisi
1	Berna Doğan	X					
2	Aydın Kurtoğlu		X	X	X		
3	Yücel Köyağasıoğlu			X	X	X	
4	Mustafa Demiröz			X			X
5	Ali Demirtokat			X			
6	Hasan Hüseyin Koç		X	X			
7	Nur Yılmaz		X		X	X	
8	Fethi Kasırğa			X			X

Yüz yüze görüşme gerçekleştirilen kişiler ve görüşmeci olarak seçilme sebepleri aşağıdaki gibidir:

Berna Doğan, Kültür Turizm Bakanlığı İzmir İl Müdürlüğünde memur olup, deniz turizmi işletme belgesi verilmesi işlemlerinde ve deniz turizmi araalarının denetlenmesinde görevlidir. İzmir bölgesinde deniz turizmi bölgelerini, mavi tur teknelerini, günübirlik tur teknelerini, su sporları işletmelerini denetlemektedir. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi'nde 5 ay süre ile yat kaptanlığı kursu almış, başarı ile bitirmiştir. Dokuz Eylül Üniversitesi Deniz Turizmi Tezsiz Yüksek Lisans programı öğrencisidir.

Aydın Kurtoğlu, ahşap tekne imalatı, günübirlik gezi ve mavi tur işletmeciliği, yat kaptanlığı ve yat kaptanlığı eğitmenliği yapmıştır. 20 yıldır sektörün içerisinde yer almaktadır.

Yücel Kyatasioğlu, STS Bodrum okul gemisi kaptanı, yat tasarımcısı, mimar, ressam, yazar, ahşap tekne ve klasik yelken duayenidir. 50 yılın üzerinde deniz tecrübesi vardır.

Mustafa Demiröz, YDO (Yüksek Denizcilik Okulu) mezunu uzak yol kaptanı, yat kaptanı, "Bodrum Denizcilerini ve Yolcu Gemilerini Koruma ve Kalkındırma Derneği" -1970 yılında kurulmuş Türkiye'nin en eski ve en çok üyeli denizcilik sivil toplum kuruluşu - başkanı ve turizmcidir.

Ali Demirtokat, 25 yıllık yabancı bayraklı mavi tur guleti kaptanıdır.

Hasan Hüseyin Koç, delüks sınıf gulet kaptanıdır. 7 yıldır pazarın en özel teknelerinde kaptanlık yapmaktadır.

Nur Yılmaz, gulet işletmecisi, yat tasarımcısıdır. Daha eskiden ahşap tekne tersanesi, yat acentesi, ve turizm acentesi sahibidir. 30 yıldır sektörde yer almaktadır. Sektörün en tanınan isimlerinden birisidir.

Fethi Kasırđa, yat (gulet) kaptanı, PROYAD (Profesyonel Yatılar Derneği) yönetim kurulu üyesidir.

Yüzyüze görüşmelerin tamamının ses kayıtları alınmış daha sonra görüşmeler üzerinde içerik analizi yapılmıştır. Toplam kayıt dosya boyutu 504 MB, toplam kullanılabilir ses kayıt süresi 13 saat 33 dakika olarak gerçekleşmiştir.

6. ARAşTIRMA BULGULARI VE ANALİZ

Yapılan görüşmelerde sekiz katılımcının yedisi tarafından kuvvetle vurgulanan, sürdürülebilirliğe dair en önemli sorun; deniz suyu kalitesinin süratle düşmesi konusu olmuştur. Yat kaptanları ve işletmecileri deniz

suyunun en önemli kirleticisi olarak karasal sıvı atıkları görmektedir; özellikle “derin deşarj” yönteminin bir arıtma yöntemi olarak kullanılmasının orta ve uzun vadede denize ve çevreye geri dönülemez zararlar verdiği düşünülmektedir.

İkinci en önemli vurgulanan problem olarak, deniz turizmi için kullanılan koyların, adaların ve diğer uğrak alanlarının süratle yapılaşma (otel ve ikinci konut) ve kirlenme sebebiyle kullanılamaz hale gelmesi görülmektedir.

Sürdürülebilirliğin üç boyutunun da incelenmeye çalışıldığı araştırmada, en önemli sorun unsurlarının çevre boyutunda yoğunlaştığı anlaşılmıştır.

Çevre boyutu

- Karasal sıvı atık arıtma tesislerinin denizi kirlettiğine inanılmaktadır.
- Arıtma yapılmadan ve arıtmadan sonra derin deşarj yapılan bölgelerde kirlilik gözle görülebilir boyutlarda artmıştır. Başta denizkestaneleri olmak üzere canlı çeşitliliği azalmıştır.
- Mavi bayraklı plajlar ve marinalar yeterince denetlenmeden mavi bayrak sertifikası almaktadırlar.
- Mavi kart uygulaması gerçek bir fayda sağlamaktan çok uzaktadır. Tekneler sistemi uygulamak istese bile marinalar ve kıyı tesisleri henüz gerekli alt yapıya sahip değildir.
 - Yoğun sezonda marinalar özellikle büyük gezi teknelerine mazeret bildirerek (arızalı, şu an tank dolu, görevli izinde v.b.) büyük miktarda sıvı atığı almaktan imtina etmektedirler.
 - Özellikle Göcek bölgesinde aynı koya demirleyip aylarca kalkmayan tekneler denetlenememektedirler. Atıklarını geceleri denize verdikleri tahmin edilmektedir.
 - Altyapı hazırlığı olan marinalarda da alım tesisleri yakıt istasyonuna konmuş durumdadır. Bu durum sıklıkla bağlama yerinden ayrılmayan tekneler için güçlük oluşturmaktadır. Tekne sadece atık vermek için, sefere çıkacakmış gibi hazırlık yapmak, yerinden kalkmak, yakıt istasyonuna gitmek ve pis su tanklarını bastıktan sonra tekrar bağlama yerine dönüp, tekneyi neta etmek zorunda kalmaktadır.
 - Tekerlekli kara tankerleri ile atık toplayan yerlerde tankerler atık miktarını ölçememekte, verilen atığın miktarı tekneye sorularak makbuza işlenmektedir.

- Mavi kartlar pek çok yerde elektronik olarak işlenememekte, makbuz alınıp daha sonra işlenmek üzere teknede saklanmaktadır. Bu durum asıl yasal zorunluluğun pis suyu kontrollü bir şekilde uygun yere vermek değil *yeterince* makbuz almak olduğu algısına yol açmaktadır.
- Balık çiftliklerine bu ülkenin elbette ihtiyacı vardır. Ancak, yasal olarak çiftliğin kıyıda 1 mil açığa çıkartılması gerekmekte ve muhtelif gerekçeler ile bu kural esnetilmektedir. Balık çiftliği konumlanmış koylarda deniz turizmi yapılamamaktadır.

Ekonomik boyut

- Gulet tipinin geçirdiği değişim üzerine:
 - Gulet boyları sürekli büyümektedir.
 - Kamara büyüklüğü artmaktadır.
 - Banyo tuvalet, iklimlendirme, konforlu yataklar ve büyük dolaplar artık standart olmuşlardır.
 - Kamaralar arası ses ve ısı yalıtımı yeni teknelerde önemli bir konudur. Eskiden sözkonusu yalıtım yok denecek kadar azken teknede kalan konuklar bunun bilincinde, teknedeki diğer konukları rahatsız etmemeye özen göstererek yaşamaktaydı.
 - Eskiden Türkiye “*Tibet*” gibiydi – otantik, el değmemiş, ıssız, doğal. Şimdi Türkiye kıyıları *turistik destinasyon* olarak pazarlanmaktadır. Gelen konunun konfor beklentisi değişti. Artık otantik tatil seçen turisti çekecek yeterli sayıda ıssız ve doğal koyumuz da kalmamıştır.
 - Kabin charter bitmiştir. Eskiden 20m teknede 6 kabin, toplam iki duş, kullanışsız kabinler, birbirini ilk kez gören 6 aile tatile çıkmaktaydı. Kamaralarda sadece valiz bırakılır ve herkes yukarda yatardı. Sonraları, güvertede de “orada ben yatıyordum”dan başlayan sıkıntılar başladı. Rahatsızlık artınca gruplara tekne olarak kiraya verme tercihi ön plana çıkmaya başladı. Günümüzde artık çok nadir kabin charter yapılmaktadır.
- Yatlar 11-12 metreye kadar aile için uygundur, 11-18 arası ölü/az karlı boy bölgesidir. 24 metrede yasal kurallar değiştiği için çok tekne vardır. 24’ün üzerine çıkılacaksa 30 m’nin üzerine çıkılır.
- Otellerde %8 olan vergi oranı, yatlarda %18 olarak alınmakta bu yat işletmecisini çok zorlamaktadır.

- ÖTV'siz yakıt kullanımına dair güçlükler vardır. ÖTV'siz yakıtın Türk bayraklı ticari yatlar tarafından Türkiye sularında kullanımı gereklidir. Yurtdışına çıkıldığında harcanan yakıtın ayrıca hesaplanıp, ÖTV vergisinin ayrıca ödenmesi gerekmektedir.
- Çekek yeri sayısı çok azalmıştır. Eskiden çekek yerleri ve karada kışlama yapılabilecek yerlerin sayısı çok fazlayken bir kısmı yasal sebeplerden kapatılmış, bir kısmı otel v.b. turizm alanlarına dönüştürülmüştür. Kalan az sayıdaki çekek yeri de çok pahalıdır. Bu maliyet kalemi, özellikle alt fiyat segmentinde rekabet etmeye çalışan tekneleri zorlamaktadır. Eskiden sezon sonunda guletlerin tamamı karada kışlarlar, 1 Mayıs'da tekrar denize inerlerdi. Artık çok sayıda ahşap gulet kışı denizde geçirmekte, hakkını vererek teknelerine bakım yapılamamaktadır. Guletlerin, bu güçlükte dolayı, sadece bir haftada temel bakımı yapılmakta ve sezona hazırlanmaktadır.
- TTK 940 uyarınca yabancı bayrak çekmiş yatlar, Türk karasularında faaliyet gösterebilmektedirler. Vergilerde ve benzeri ödemelerde rekabetçi avantaj sağlayabiliyor olmaları, satış fiyatlarını aşağıya çekmektedir.
- Gulet işletmecilerinden bazıları, kendisine *özel tekne* olarak bir gulet satın almış ancak kendi ve ailesinin tatil yaptığı süre- örneğin yılda bir ay- dışında kalan sürelerde teknelerini kiraya vermekte olan kişilerin işletmeleridir. Daralan pazardan düşük fiyat vererek pay alan, karlılık kaygısı düşük olan bu tip işletmeciler, pazarda tepki çekmektedir. Bu tip bir guletin kaptanı olan Ali Demirtokat'a göre de mürettebatlı yat kiralamanın sürdürülebilir olmasının tek yolu pazarın bu tip işletmelerle devam etmesidir.
- Guletler yapıları gereği, sertifikalı, ehliyetli olsalar da tatil yapmak isteyen müşterinin kaptansız kiralamak isteyebileceği türden tekneler değillerdir. Özel yapıları bazı kullanım güçlükleri getirmekte ve her guletin o tekneye özgü deneyim gerektiren karakteristikleri deneyimli kaptan ihtiyacını doğurmaktadır. Gulet filosunun zaman içerisinde bareboat kiralamaya çevrilmesi mümkün görülmemektedir.

Sosyal boyut

- Yat aşçısı bulmak çok güçleşmiştir. Türk personel yatta görevi ne olursa olsun ileride yat kaptanı olmayı hedeflemektedir. Bütün yat aşçıları da altı yıl gibi bir sürenin sonunda yat kaptanlığına geçiş yapmaktadırlar. Süper yatlarda Türk yat aşçısı bulunamamakta, Türk

yat sahipleri de özel yatlarında yabancı yat aşçısı istihdam etmek zorunda kalmaktadırlar.

- Yat müşterisinin ve yat işletmelerinin yat personeli olarak kadın çalışan tercihi artmıştır. Özellikle delüks ve süper delüks sınıf tekneler en az bir kadın çalışan istihdam etmeye çalışmaktadırlar.
 - Özellikle aile olarak gelen müşteri bir kadın personel görünce kendisini daha rahat hissetmektedir.
 - Özellikle charter teknelerinde bayan stajyer talebi çok yüksektir.

Meslek Yüksekokullarının ve Denizcilik Meslek Liselerinin açılması gelecekte eğitilmiş deniz turizmi çalışanı bulunabilmesi, yat personelinin sürdürülebilirliği açısından çok olumlu bir gelişmedir. Ancak okulların eğitmen bulma sorunu vardır. Yüksekokullarda ve liselerde sektör deneyimli öğretim elemanı istihdamı önünde yasal güçlükler vardır. Deneyimlerini genç nesillere aktarmak isteyen eğitmenler kalıcı kadrolarda görevlendirilememektedir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mürettebatlı yat kiralama, deniz turizminin Türkiye’de doğuşunun simgesi “mavi tur” ile özdeşleşmiş gulet tipi yatların en yaygın kullanıldığı, gezi tekneciliğinin gözde bir türüdür. Yatçılık ve dolayısıyla deniz turizmine önemli düzeyde sosyo-ekonomik katkıları olmasının yanı sıra, Türkiye’nin deniz kültürü denildiğinde ilk akla gelen değerleri arasında da sayılmaktadır. Türkiye’de deniz turizminin ilk adımlarının atıldığı ’80’li yıllardan günümüze, mürettebatlı yat kiralama, aynı zamanda hızla gelişen turizmin de bir parçası olarak, sürdürülebilirliği konusunda uygulanabilir stratejiler üzerine çok fazla odaklanılmadan bugünlere gelmiştir. Ayrıca, mürettebatlı yat kiralama doğuşunda son derece mütevazî isteklere sahip, bakir doğayı yaşamayı isteyen müşteriler tarafından talep edilmekteyken, zaman içerisinde lüks bir pazar kimliğine dönüşmüş ve bu ihtiyaçlara cevap olarak değişmekteyken, ekonomik anlamda sürdürülebilirliğinden kan kaybetmekte olduğunu fark edememiş ve bu konuda gereken tedbirler alınmamıştır. Pazarın artan talebi her ne pahasına olursa olsun karşılanmaya çalışılırken, deniz turizminin ana kaynağı “deniz” ve “sahiller” ihmal edilmiş, geri dönüşümü güç kayıplar yaşanmıştır.

Mürettebatsız yat kiralama sürdürülebilirlik üzerine bu araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde, pazar paydaşlarının geleceğe çok umutlu bakmadığı gözlenmiştir. Çok geç başladığımız deniz turizmini çok erken tükettiğimiz görüşü hakimdir. Alınabilecek önlemler herkesçe bilindiği halde

çok geç kalındığı, artık alınacak önlemlerin mürettebatlı yat kiralama pazarının geleceğini kurtarmada yeterli olamayacağı kanısı yaygın bir şekilde ifade edilmektedir. Yerli müşteriden yeni tekne siparişleri azalmakla beraber devam etmektedir. Mevcut tekneler, özellikle yaşlı teknelerin büyük çoğunluğu, uygun bir alıcı bulmak üzere satılığa çıkartılmışlardır. Denizciler derneği başkanı Mustafa Demiröz'e göre Bodrum'da her on mavi tur teknesinin sekizi satılıktır. Eski ve köklü tekne işletmecileri birer birer pazarı terk etmektedir. Halen pazarda olanlar da filolarını küçültme ve yeni yatırım yapmama kararı almışlardır. Personelli yat kiralama pazarında eğilim, kabin çarter pazarının tamamen terk edilmesi, büyük ve konforlu, üst fiyat sınıfı guletlerin kullanımının artması yönündedir. Az sayıdaki kamara, turistik hizmet çeşitliliği, eğitilmiş personel ve yüksek hizmet kalitesi ile üst fiyat dilimli pazarı hedefleyen işletmeler karlılıklarını sürdürebilmişlerdir.

Sürdürülebilirliğe dair en sevindirici gelişme; yat işletmeciliğinin, başta kaptan olmak üzere turizm ve ağırlama hizmetleri konularında bilgi sahibi, yabancı dil kullanabilen yeni bir işgücü pazarına evrilmiş olmasıdır. Okullarda yetişen ve guletlerde staj yapan bu yeni nesil personel, çevre konusunda da daha bilinçli, deniz kaynaklarını koruma konusunda duyarlı bir yat çalışmanı kuşağına geçişin habercisi olmaktadır.

Mürettebatlı yat kiralama ve genel olarak deniz turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması için zaman geçirilmeden önlemler alınması ve hayata geçirilmesi gerekmektedir. Ancak bu önlemlerin, sürdürülebilirliğin ana unsurları ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarını içeren ve tüm paydaşlarını kucaklayan stratejik bir yaklaşımla düzenlenmesi gerekmektedir. Çalışmanın sonuçları bu unsurlar çerçevesinde değerlendirilerek aşağıda belirtilen öneriler geliştirilmiştir:

Ekonomik:

- Yat işletmecilerinin sivil toplum kuruluşları altında birleşerek, fiyatlandırma konusunda ortak tavır belirlemeleri ve yat işletmecileri arasında haksız rekabetin önlenmesi
- Sektörün çalışma standartlarının oluşturulması
- Kaliteli ve sektörün ekonomik olarak karşılayabileceği bakım onarım tesislerinin artırılması
- Uygun fiyatlı kışlama alanlarının yaygınlaştırılması,
- Marinaların, geniş fiyat aralığında, uygun bağlama olanakları sunması

- Genel olarak sektörün tedarikçileri ile ortak projeler geliştirilmesi, ortak bir sinerji yaratılması
- Görsel ve işitsel medyanın gezi tekneciliği haberlerine yer vermesi, öneminin herkesçe bilinir ve kucaklanır olmasının sağlanması

Sosyal:

- Yat turizminin yapıldığı destinasyonlarda yerel halkı da içine alan ortak projelerin geliştirilmesi,
- Eğitimli personel sayısını artıracak meslek okullarının açılması
- Sektörde deneyim sahibi eğitimcilerin istihdamını kolaylaştırıcı yasal düzenlemelerin yapılması, böylece mürettebatlı yatçılığa dair bilginin ve tecrübenin de sonraki nesillere aktararak, sürdürülebilirliğinin sağlanması
- Yat işletmecilerinin özellikle yerel halkı istihdam etmede öncelik tanınması

Çevresel:

- Derin deşarj dahil karasal sıvı atıkların denize verilmesinin önlenmesi,
- Teknelerin katı ve sıvı atıklarının kara tesislerine verilmesi uygulamalarının düzenlenmesi ve kolaylaştırılması,
- Atık kabul tesislerinin yaygınlaştırılması,
- Deniz kirliliğini takip konusundaki denetimlerin sıklaştırılması,
- Deniz turizmi denetimcilerinin, sürdürülebilirlik ve deniz turizmi konusunda yetkin olması
- Gerek koyların gerekse deniz kıyılarının taşıma kapasitesi göz önünde bulundurularak deniz turizmi faaliyetlerine konu olması ve sınırlamalar getirilmesi,
- Deniz turizmine uygun olan koyların aşırı yapılaşmaya karşı korunması
- Çevre konusunda farkındalığı artırıcı eğitimlerin, mürettebatlı yat kiralama konusunun tüm paydaşlarına yaygınlaştırılması

Bu bağlamda, söz konusu önerileri dikkate alan stratejik bir turizm master planı oluşturmalı ve bir an önce uygulamaya alınmalıdır. Aksi takdirde, bu hızla tüketilmesi halinde, Türkiye deniz turizmi pazarında kısa süre içerisinde cazibesini yitirecek ve sahip olduğu pazar payını rakip ülkelere bırakma riski ile karşı karşıya kalacaktır.

Öte yandan, çalışmanın örneklemini İzmir ve Bodrum'da yaşayan sektör temsilcilerden seçilmiştir. Gelecek çalışmalarda, Türkiye'de mürettebatlı yatçılığın yaygın olarak gözlemlendiği diğer destinasyonlarına örneğin Marmaris, Antalya ve İstanbul bölgelerine de yaygınlaştırılması önerilmektedir. Ayrıca, nitel çalışmalar sonrası, sürdürülebilirlik konusunda değişkenlerin belirlenmesi, ölçek geliştirilerek nicel bir çalışmaya dönüştürülmesi ve aynı zamanda gelecek çalışmalara müşteri boyutunun da dahil edilmesi mürettebatlı yat kiralama ve dolayısıyla deniz turizminin sürdürülebilirliğine çok büyük katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Chapman, T. (2005) *Sustainable Waterfront Marina Development*. International Congress on Coastal& Marine Tourism. s: 33-40.
- Cheben, J., Lancaric, D., Savov, R. ve Toth, M. (2015) *Towards Sustainable Marketing: Strategy in Slovak Companies*. Sustainable Business Marketing, Cilt 17, Sayı 40. s: 855-871.
- Dam, Y, K, V. ve Apeldoorn, P, A, C. (1996) *Sustainable Marketing*. Journal of Macro Marketing, Fall, s: 45-56.
- David, L. (2011) *Tourism ecology: towards the responsible, sustainable tourism future*. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 3 (3), s: 210-216.
- Erkurt, O. ve Paker, S. (2014) *Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi*. 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu. s: 49-61.
- Fazenda, N, Silva, F.N. ve Costa, C. (2010) *The plan as part of a sustainable tourist destination development process*. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Cilt 2, Sayı 4. s: 428-440.
- Gilmore, A. ve Simmons, G. (2007) *Integrating sustainable tourism and marketing management: can National Parks provide the framework for strategic change?*. Strategic Change, August, s: 191-200.
- Higham, J. ve Lück, M. (2002) *Urban Ecotourism: A Contradiction in Terms*. Journal of Ecotourism, Cilt 1, Sayı 1. s: 36-51.
- İMEAK DTO. (2015) Deniz Turizmi Dergisi.
- İnan, H. ve Zeren, D. (2005) *Developing Marine Tourism Marketing Strategies for Turkey*. International Congress on Coastal& Marine Tourism. s: 117-125.
- Johnston, R.J. ve Tyrell, T. J.(2007) *Management exercises and trainer's note in sustainable tourism and dynamics*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Cilt 1, Sayı 4. s:328-337
- Kumar, V., Rahman, Z., Kazmi, A, A. ve Goyal, P. (2012) *Evolution of sustainability as marketing strategy: Beginning of new era*. Social and Behavioral Sciences, Cilt 37. s: 482 – 489.
- Mitchell, R, V., Wooliscroft, B. ve Higham, J. (2010) *Sustainable Market Orientation: A New Approach to Managing Marketing Strategy*. Journal of Macro marketing. s:160-170
- Obermiller, C., Burke, C. ve Atwood, A. (2008) *Sustainable business as marketing strategy*. Innovative Marketing, Cilt 4, Sayı 3. s:20-27
- Orams, M. (1999). *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. London & New York: Routledge.

- Özdemir, G.(2014) *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık. s: 34-40.
- Paker, S. (2011) *Denizde Sportif Faaliyetlere Yönelik Tüketici Davranışı Analizi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.
- Pırnar, İ. (2005) *Impacts of Marine Tourism and Sustainable Management Applications*. International Congress on Coastal& Marine Tourism. s:138-148.
- Pomeroy, A., Noble, G. ve Johnson, L.V. (2011) *Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable Tourism*. Journal of Sustainable Tourism, Cilt 19, Sayı8. s: 953–969.
- Türkay, O. (2011). *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*.www.nobelyayın.com. s.:459-473.
- United Nations World Tourism Organization. (2004). *UNWTO sustainable tourism development conceptual definition*. Erişim Tarihi:12.11.2015.<http://www.unwto.org/sdt/mission/en/mission.php?op=1>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.
<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3621.pdf> Erişim Tarihi:10.11.2015
http://www.turcev.org.tr/icerikDetay.aspx?icerik_id=36 Erişim Tarihi:08.11.2015
www.360derece.info Erişim Tarihi:07.11.2015
<http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx> Erişim Tarihi:05.11.2015
<http://www.icomia.com/> Erişim Tarihi:12.11.2015
http://mavikart.cevre.gov.tr/brosurler/mavi_kart_Turkce_Brosur.pdf Erişim Tarihi:12.11.2015
<http://www.proyad.org/> Erişim Tarihi:10.11.2015
<http://www.circularecology.com/sustainability-and-sustainable-development.html>Erişim Tarihi:11.11.2015
<http://www.sunsail.com/> Erişim Tarihi:24.01.2016
<http://www.dentur.org.tr/tr-TR/default.aspx> Erişim Tarihi 24.01.2016

EK-1

Sürdürülebilir “mürettebatlı yat kiralama” yarı yapılandırılmış görüşme soruları*

- 1) Kısaca kendinizden bahseder misiniz?
- 2) Yat turizmi ve deniz turizmi ile ilginiz/ geçmişiniz nedir?
- 3) Sizce yat turizmi (Mavi Tur, Bareboat, Kabin Chartering, Günübirlik turlar) yıllar içersinde nasıl değişti?
- 4) Gulet tipleri nasıl değişti ? (Boy ve kabin sayısı yönüyle) Neden?
- 5) Yat turizmi müşterisi nasıl değişti? (Profil, Davranış, Beklenti)
- 6) Koılar nasıl değişti? (Çevresel, müşteri tarafından tercih edilebilirlik)
- 7) Mavi bayrak ve mavi kart uygulamaları hakkında ne düşünüyorsunuz?
- 8) Hizmet sunucular nasıl değişti? (Hizmet çeşitliliği, kalitesi, personeli, işletme tipleri)
- 9) Yat işletmelerinin sürdürülebilirliği nasıl sağlanıyor? İşletme tecrübesi sonraki nesillere nasıl aktarılıyor? İşletme sahipleri bu konuda eğitimli insanlar mı?
- 10) Yat işletmeleri buldukları ortama nasıl ekonomik katkılar sağlıyor?
- 11) Devletin yat işletmeciliğine bakış açısını değerlendirebilir misiniz? Mevzuat ve denetimleri yeterli buluyor musunuz?
- 12) Sürdürülebilirlik deyince ne anlıyorsunuz?
- 13) Yat işletmeciliğinin geleceğini nasıl görüyorsunuz? Gelişmesi ve sürdürülebilirliği konusunda neler yapılabilir?

* Sorular yazılı olarak katılımcılara verilmemiştir ve görüşülen uzmanın alt yapısına, görüşmenin derinleştiği yöne göre sorulan soruların sayısı, sırası değiştirilerek sorulmuş bazı sorular bazı katılımcılara hiç sorulmamıştır.