

TÜRKİYE'DEKİ KRUVAZİYER LİMANLARININ MEVCUT DURUMU, POTANSİYELİ VE GELİŞİMİNE YÖNELİK ÖNERİLER

Hatice AKPINAR¹, Fevzi BİTİKTAŞ²

ÖZET

Küreselleşen dünyada önemli bir gelişme gösteren turizm sektörünün yeni eğilimi olan kruvaziyer turizmi, ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır. Dünya'daki kruvaziyer turizmine paralel olarak son yıllarda kruvaziyer liman sayısı ve kapasitelerinde artışlar gözlenmektedir. Kruvaziyer limanları yolcuların gezip görebilecekleri cazibe noktalarının bulunduğu bölgelere konumlandırılmaktadır. Türkiye sahip olduğu konumu, coğrafi özellikleri, doğal, tarihi ve kültürel mirasları ile kruvaziyer turizmde önemli bir potansiyel arz etmektedir. Türkiye limanlarına uğrayan gemi sayısı ve yolcu sayısındaki hızlı artış göz önünde bulundurulduğunda, mevcut kruvaziyer limanlarının durumlarının incelenmesinin önemli bir kez daha anlaşılmaktadır. Bu çalışma artan rekabet ortamında Türkiye'nin sahip olduğu kruvaziyer limanlarının mevcut durumları değerlendirilmiştir. Çalışmada ayrıca yarı yapılandırılmış yüzyüze görüşme ve ikinci el veri kaynaklarından yararlanılarak ve Türkiye'nin sahip olduğu kruvaziyer turizmi potansiyeli gözönünde bulundurularak kruvaziyer limanlarının daha etkin kullanımına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Deniz turizmi, Kruvaziyer Turizmi, Kruvaziyer Limanlar.

1.GİRİŞ

Kruvaziyer turizmi; deniz taşımacılığı, yolculuk, turizm ve serbest zaman dinlencesi karşımı ile (Wild ve Dearing, 2000: 315-333), yolcuların, bir seyahat programı ve gemi servisleri için ücret ödedikleri; en az 100 kişi ve en az bir geceyi gemide geçirdikleri serbest zaman dinlencesi olarak belirtilmektedir (Lekakou ve Pallis, 2004: 1-14).

¹ Araş. Gör. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sürmene Deniz Bilimleri Fakültesi, Trabzon, hatice.akpinar@deu.edu.tr

Araş. Gör. Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir

² Araş. Gör., Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Balıkesir, fevzi.bitiktas@deu.edu.tr

Araş. Gör. Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir

Bir başka tanımda kruvaziyer turizmi; ulaşım ve konukseverlik aktivitelerinin karışımı olan nadide bir serbest zaman dinlencesi olarak tanımlanmaktadır. Kruvaziyer ürünü geminin kendisi ve seyahat programından oluşmaktadır (UNWTO 2010). Gemiler ya da gemilerin uğrak yaptıkları destinasyonlar seyahat programı oluşturmada başlıca rolü üstlenirken, kruvaziyer yolcularının tecrübelerini zengileştiren, yolcuların yerel kültürü, tarihi ve yaşam biçimlerini öğrenmelerine fırsat sağlayan cazibe noktaları olarak görülmektedirler (Marusic vd., 2012: 3-16). 1970'li yıllara dayanan modern kruvaziyer turizmi, seyahat ve turizmin endüstrisinin en dinamik, en hızlı büyüyen bölümlerindendir (Marti, 2004: 199–211).

Modern kruvaziyer endüstrisinin ortaya çıkışı 1960'lı yılların sonu 1970'li yılların başlarına denk gelmektedir. Bu yıllarda kurulan NCL (Norwegian Cruise Line-1966), RCI (Royal Caribbean International-1968) ve CCL (Carnival Cruise Lines-1972) kruvaziyer şirketleri kuruluşlarından bu yana en büyük kruvaziyer şirketleri arasında yer almaktadırlar. 1970 ve sonrası inşa edilen kruvaziyer gemileri ortalama 1000 kişi kapasiteli iken günümüz kruvaziyer gemileri 6000 kişi kapasiteye kadar ulaşmıştır. Şu an faaliyet gösteren yolcu gemileri çoğu ortalama 3000-4000 yolcu kapasitesine sahip yolcu gemileridir (Rodrigue ve Notteboom, 2012:1-26).

Kruvaziyer sefer rotaları planlanan seyahat programları yanında, limanlarda ve yakınlarında sunulan hizmetler, yolcuların memnun kalacakları çevre gezileri, yeterli ve uygun hava yolu ulaşım ve imkanları gibi birçok farklı konu ve seçeneklerden etkilenmektedir (Marti, 2004: 199–211). Kruvaziyer endüstrisi dünya pazarlarına sağladığı hizmet ürünü olan liman uğrakları ile şüphesiz ki küresel, politik ve ekonomik değişikliklerden önemli derecede etkilenmektedir (Bagis ve Dooms, 2014: 6-15). Akdeniz'in kruvaziyer pazarındaki yeri daha çok bölgenin doğal (jeolojik şekil ve iklim) ve kültürel özellikleri nedeni ile daha da güçlenmektedir (Lekakou ve Pallis, 2004: 1-14). Kruvaziyer hatlar ve hava yolları işbirlikleri ile her şey dahil hava/deniz yolu paket sunumları ile dünya kruvaziyer turizmi büyümesine devam etmektedir. Bu yüzden yolcuların sefer halindeki gemiye uygun limanda katılabilmeleri için konu limanın katılım limanı olması ve bağlantılarının uygun olması gerekmektedir (Marti, 2004: 199–211).

Kullanım şekillerine göre kruvaziyer limanlar üç kategori altında sınıflandırılmaktadır. İlk olarak “ana liman” şeklinde sınıflandırılan kruvaziyer limanları yolculuğun başlangıç ve/veya bitiş noktası olan limanlardır. İkinci katagoride olan kruvaziyer limanları “uğrak liman” adı altında sınıflandırılmaktadır. Uğrak limanlar kruvaziyer gemilerinin seyahat programları dahilinde ziyaret ettikleri limanlardır. Üçüncü

sınıflandırma olan “hibrit limanlar” ilk iki sınıflamanın karışımı olan, herhangi bir yolculuğun başlangıç ya da bitiş noktası olurken başka seyahat programlarının ziyaret limanlarıdır (Lekakou vd., 2009: 215-240).

2. KRUVAZİYER DESTİNASYONLARI VE ÖNEMİ

Karayipler ana kruvaziyer pazarını oluştururken son yıllarda artan Akdeniz pazarı, pazar paylarının dağılımını az da olsa değiştirmeye başlamıştır. Ana kruvaziyer pazarlarının yanı sıra niş pazar şeklindeki bölgesel pazarlar da kruvaziyer yolcularına hizmet vermektedir. Bu niş pazarlar tarihi (Hansa Birliği şehirleri gibi) ya da doğal çekiciliği olan özel bölgeleri (Alaska gibi) içermektedir (Rodrigue ve Notteboom, 2012: 1-26). Kruvaziyer yolculuk seçenekleri yakın yolculuk ya da uzun yolculuk opsiyonları ile global bir hizmet yelpazası sunmaktadır (Marti, 2004: 199–211).

Kruvaziyer gemilerin sayı ve kapasiteleri arttıkça uğrak yaptıkları kruvaziyer limanlarında artan bir yoğunluk yaşanmaktadır. Özellikle Batı Avrupa limanları gibi birçok önemli uğrak limanı şehrin içinde sıkışmış ve genişleme imkanı olmayan limanlardır. Bu tarz sıkışmış limanların genişlemesi, büyük gemilere hizmet verebilmesi için yeni rihtim yapılarının inşası pek mümkün değildir. Yoğunluğun giderilmesi ve artan karışıklığın önlenmesi için Doğu Akdeniz ve hatta Karadeniz limanları alternatif limanlar olarak hizmet verme ve yeni seyahat programı alternatifleri olma konusunda yerlerini almaktadırlar (Bagis ve Doms, 2014: 6-15).

Kruvaziyer yolcular için sunulan farklı seyahat programları doğrudan ulaşım amaçlı olmayıp yolcuların keyifli zaman geçirebilmeleri ve katıldıkları programdan memnun kalmaları üzerine planlanmaktadır. Bu sebeple planlamanın ilk aşamalarından olan yolculuk programlarının uygun limanları ve cazibe merkezlerini kapsaması kruvaziyer şirketlerin ilk önceliklerindedir. Kruvaziyer yolcuların sunulan seyahat programlarını beğenip tercih etmeleri ile belirlenen kriterler neticesinde uğrak yapılan limanlarda değişiklikler yapılmakta, yeni destinasyonlar eklenmekte ve mevcut destinasyonlar programdan çıkarılmaktadır (Lekakou vd., 2009: 215-240).

Kuzey Amerika/Karayipler ve Akdeniz destinasyonları ılıman iklim ve ilginç liman alternatifleri ile kruvaziyer hatlar için uygun seyahat programları alternatifleri olarak yer almaktadırlar. Ancak Karayipler denildiğinde akıllara ilk gelen güneş-kum-deniz üçlüsü yanında Akdeniz limanları daha çok tarihi, kültürel ve doğal liman alternatifleri ile yolculara hitap etmektedir. Özellikle Doğu Akdeniz limanları eşsiz

doğası ve kültürel mirasları ile kruvaziyer yolcular için ilginç cazibe merkezleridir (Bagis ve Dooms, 2014: 6-15; Rodrigue ve Notteboom, 2012: 1-26).

Kruvaziyer turizmi uygun liman özellikleri, limanların kruvaziyer yolcularına sundukları doğal ve tarihi cazibe merkezleri ile eğlenceli ve farklı gemi aktivitelerinin özel birleşiminden oluşan özel bir endüstridir. Kruvaziyer sistemin en temel bileşeni müşterilerine sunduğu ve yolculuğun seçilmesini etkileyen en önemli özelliği olan seyahat programıdır. Kruvaziyer işletmelerin müşterileri için özenle hazırladıkları bu seyahat programları uğrak yapılacak limanlardan ve bu limanların yolcuların ilgisini çekecek kültürel, tarihi ve doğal cazibe merkezleri yanında şehrin alış veriş imkanları ve eğlence kültürü gibi çeşitli seçim kriterlerinden oluşmaktadır. Doğu Akdeniz pazarının gittikçe artan oranda dikkat çekmesi ve son zamanlarda Doğu Akdeniz limanlarının özellikle büyük kruvaziyer hatlarının seyahat programları içerisine dahil edilmesi Batı Akdeniz limanlarında artan yoğunluk yanında Doğu Akdeniz limanlarının cazibe merkezlerinin önemi nedeniyledir (Bagis ve Dooms, 2014: 6-15).

Kruvaziyer hatların yolcuların ilgisini çekecek ilginç seyahat programları oluşturmaları, bu programları oluştururken filolarındaki kruvaziyer gemilerini uygunluklarına göre en az maliyet ya da en fazla gelir esasına göre konuşturulmaları gerekmektedir. Filolarındaki mevcut kruvaziyer gemi konuşturulmaları pazarın durumu ve seyahat programının özellikleri ve dönemsel arz ve talep dengeleri dahilinde belirlenmektedir. Bu arada geminin teknik özellikleri ile uğrak yapılması planlanan limanların özelliklerinin karşılaştırılması, uygun uçak ve ulaşım alternatifleri, planlanan limanda kalma süreleri, planlanan geminin konu limana yanaşıp yanaşamayacağını belirlenmesi gerekmektedir. Limanların rıhtım boyları, su derinliği gibi özelliklerinin değerlendirilmesi seyahat programları belirlenirken önem arz etmektedir (Rodrigue ve Notteboom, 2012: 1-26).

Kruvaziyer hatları arasındaki rekabet hatların farklılaşma çabaları arttıkça daha da yoğun hale gelmektedir. Hatlar kruvaziyer yolcuları etkilemek ve rekabetçi strateji olarak farklılaşmak adına değişik seyahat programları oluşturmaktadırlar. Uğrak yapılacak ve ziyaret edilecek limanların cazibe alternatifleri kruvaziyer hatların rekabetçi stratejilerini belirlemede büyük öneme sahiptirler (Marusic vd., 2012: 3-16). Bu nedenle limanlar kruvaziyer limanları etkilemede ve seyahat programlarına dahil olabilmek için mevcut potansiyelleri olan tarihi, kültürel ve doğal miraslarını en iyi şekilde kullanabilmeli, alternatif ulaşım alt yapılarını yenilemeli ve geliştirmeli, liman şehri ve civar şehir yaşam ve stillerini en iyi şekilde tanıtabilmelidirler.

Kruvaziyer yolcu istek ve tecrübelerine göre değişebilen seyahat programları, eklenecek yeni limanların tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri göz önünde bulundurulduğunda kruvaziyer hatlar için potansiyel gelir sağlayabilmektedir (Rodrigue ve Notteboom, 2012: 1-26). Özetle kruvaziyer hatların Akdeniz limanlarında genişlemesi ve pazar payının giderek artması, pazarın içerisinde yer almak isteyen ve paylarını arttırmak isteyen limanlar için fırsatlar sunmaktadır. Türkiye kruvaziyer limanları mevcut potansiyelleri değerlendirildiğinde Doğu Akdeniz için uygun liman alternatifleri ile hatlara ilginç cazibe merkezleri sunmaktadır. Türkiye'nin kruvaziyer liman potansiyellerinin değerlendirilmesi ve gelişimine yönelik önerilerin belirlenmesi pazar içindeki yerini belirlemede ve pazar payını arttırmada çok önemlidir.

3. KRUVAZİYER LİMANLAR VE CAZİBE MERKEZLERİ

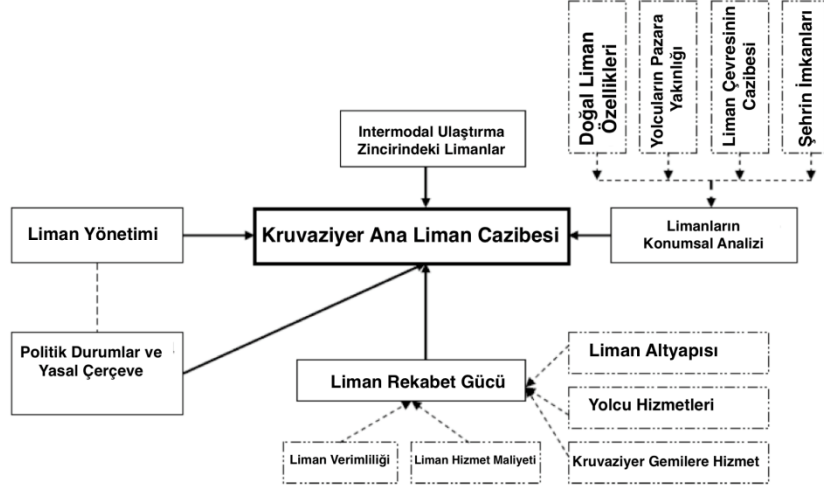
Bir limanın başarılı bir liman sayılabilmesi için birçok kriter dahilinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Coğrafi, tarihi, ekonomik ya da insan kaynakları gibi unsurlar buna dahil edilebilir. Konum itibari ile dünyada farklı konularda hizmet verebilen limanlar kurulmuştur. Bu limanlar kuruluş aşamasında bir dizi karar ve analiz neticesinde konuşlandırılmışlardır. Geçmişte ya da yakın tarihte kurulmuş olsun, tüm limanlar belli bir var oluşa hizmet etmektedir. Var oluş sebepleri eski önemini yitirmiş ya da tamamen ortadan kalkmış olabilir. Limanların kuruluş yerleri sadece konum bakımından değil ayrıca sağladığı katkı bakımından da önem arz etmektedir. Mevcut limanların konumlarının değerlendirilme yollarından biri de limanların sahip oldukları mevki ve durum (site and situation) niteliklerinin belirlenmesidir. Bu nitelikler yalnızca limanların kuruluş kararlarına değil aynı zamanda operasyonel başarılarına da katkı sağlamaktadır (Mccalla, 2008: 440-453; Marti, 1990: 157-164).

Mevki nitelikleri, fiziksel altyapı elverişliliği ve gereksinimleri, gemiler ve yolcular için yerel denizcilik hizmet sağlayıcıları, gemiler için uygun derinlikte yaklaşım kanalı ve uygun uzunlukta liman rıhtımları, yolcuların ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterli kapasitede yolcu terminali, gemiler için yeterli manevra alanı gibi daha çok mikro ölçekte belirleyici faktörleri içermektedir. Bir de bölgesel düzeyde çevre paydaşları içine alan durum nitelikleri limanların başarılarındaki en önemli faktörlerdendir. Durum faktörleri daha çok bölgesel cazibe olanaklarını içermektedir. Kruvaziyer şehrinin ve çevresinin turistik potansiyeli kruvaziyer operatörler için limanın seyahat programına dahil edilmesindeki en önemli etkidir (Bagis ve Dooms, 2014: 6-15).

Birçok kruvaziyer limanı daha çok tarihi şehir merkezlerine yakın kurulmuştur. Limanın varlığı ile birlikte artan turist potansiyeli ile şehir ve çevresinde gelen yolculara yönelik barlar, restoranlar, alışveriş imkanı

sunan dükkanlar gibi çarpan etkisi ile yerel ekonomide bir artış görülmektedir. Gemi seyahati öncesi, sonrası ya da uğrak yapıldığı sırada liman kenti ve çevresinde gezen yolcu ziyaretleri esnasında yaptıkları harcama ile liman kentinde ekonomik canlılık sağlamaktadır. Ayrıca kruvaziyer gemilerin limana uğramasından kaynaklanan pilotaj, römorkaj, gemi personeli liman harcamaları, gemilerin ihtiyaçları doğrultusunda yakıt ve kumanya temini, gerekli durumlarda gemi denetimi, yolcuların şehir turu ve gezileri için otobüs ve taksi gibi yerel ulaşım araçlarının kullanımı, gemi işlemleri için yerel acenta kullanılması gibi olası gemi harcamaları da liman kentine katkı sağlamaktadır (Rodrigue ve Notteboom, 2012: 1-26).

Kruvaziyer turizm incelendiğinde, müşteriler için yaratılan değer ile daha çok onlar için sunulan cazibe noktaları ve sunulan rotaların tecrübeye dayanan algıları anlaşılmaktadır (Rakusic ve Seric, 2012: 115-126). Bu algılama neticesinde limanların sahip oldukları kültürel ve tarihi kaynakların kruvaziyer yolcuların ilgisini çekmedeki önemi de bir kez daha anlaşılmaktadır (Andriotis ve Agiomirgianakis, 2010: 390-404). Lois ve Wang, 2004 yılında müşteri tatmini üzerine yaptıkları çalışmalarında kruvaziyer müşterilerinin seçim kriterleri olarak ilk sırada yolcuların algıları neticesinde şekillenen cazibe noktaları olarak belirlemişlerdir (Lois ve Wang, 2005: 142-152). Müşteri tatmini turizm karar ve davranışlarında merkezi bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Sunulan alternatif seyahat programları dahilinde satın alma kararı veren kruvaziyer yolcuları, yolculuk tatminlerini daha çok sunulan program dahilinde oluşturmaktadırlar (Andriotis ve Agiomirgianakis, 2010: 390-404). Şekil 1’de ise farklı bir çalışmada sunulan kruvaziyer limanların caziplik çerçesini görselleştirilmiştir.



Şekil 1: Kruvaziyer Limanların Caziplik Çerçevesi

Kaynak: Lekakou vd., 2009: 221

Lekakou ve arkadaşları (2009), kruvaziyer pazarında ana liman olmak için yaptıkları çalışmalarında, ana liman cazibe çerçevesini dört eksen çevresinde açıklamışlardır. İlk olarak kruvaziyer yolcuların pazara olan yakınlıkları, ikinci olarak kruvaziyer limanın doğal özellikleri, üçüncü olarak kruvaziyer yolcuların şehirde daha güzel vakit geçirmelerini sağlayan liman çevresi cazibe noktaları, dördüncü olarak ise şehrin imkanları olarak belirtmişlerdir (Lekakou vd., 2009: 215-240). Bu çalışmada belirtilmek istenen potansiyel kriterleri arasında kruvaziyer limanların seyahat programlarına dahil olma ve seyahat programlarındaki uğranma sayılarını arttırmada şehrin yolculara iyi vakit geçirebilmeleri için sunduğu restoran, kafe, alışveriş dükkanları gibi imkanlar, şehir imkanları başlığı ile; kruvaziyer limanların doğal güzellikleri ve şehrin ve çevresinin tarihi ve kültürel mirasları ise liman çevresinin cazibe merkezleri başlığı ile incelenmiştir.

Karayip destinasyonları daha çok güneş-eğlence-deniz üçlüsü ile hatırlanırken Akdeniz limanları tarihi ve kültürel yerlerin çeşitliliği ve her destinasyonun kendine has özellikleri ile akıllarda kalmaktadır (Marusic vd., 2012: 3-16). Akdeniz pazarında uğrak yapılan limanlar arası zaman kısalığı limanlarda geçirilebilen zamanın bir nebze de olsa artmasını sağlamış böylece yolcuların liman şehri ve çevresindeki doğal, tarihi ve kültürel cazibe noktalarında zaman geçirme ve daha iyi keşfetme şansları artmıştır (Rodrigue ve Notteboom, 2012: 1-26).

Akdeniz kruvaziyer pazarı Batı Akdeniz ve Doğu Akdeniz olmak üzere iki alt pazara ayrılmaktadır. Kruvaziyer hatlar pazarları özelinde hazırladıkları seyahat programları ile bölgenin antik çağlardan gelen Roma-Yunan-Mısır gibi kültürel ve tarihi mirası ile yolcu potansiyellerini arttırmaktadırlar (Lekakou vd., 2009: 215-240).

Kruvaziyer limanların hatların seyahat programlarına dahil olabilmeleri ve uğrak sayılarını arttırabilmeleri için sahip oldukları potansiyeli etkin kullanabilmeleri ve kruvaziyer müşterilerin ilgilerini çekebilmeleri gerekmektedir.

4. KRUVAZİYER LİMANLARIN MEVCUT DURUMU VE POTANSİYELİ

Kruvaziyer limanların mevcut potansiyelleri analiz edilirken mevki ve durum niteliklerinin belirlenmesi ve etikili kullanılmasının operasyonel başarıdaki etkisi daha önceki çalışmalarda önemle ele alınmıştır (Lekakou vd., 2009: 215-240; Bağis ve Dooms, 2014: 6-15; Mccalla, 2008: 440–453). Özellikle kruvaziyer limanlarının kruvaziyer gemiler tarafından uğrak liman olarak seçilmesi, geminin rotası üzerinde seyahat programında dahil edilmesi ve programda devamlı kalabilmesi için cazibe merkezlerini kruvaziyer pazarında etkin kullanabilmesi şarttır. Limanların mevcut durumlarını değerlendirirken eksikliklerin belirlenmesi ve ivedilikle kruvaziyer yolculara hitap edebilecek revizeler ile düzeltilmesi hem liman şehrinin hem de civar bölgesinin çarpan etkisi ile olumlu yönde gelişmesinin anahtarıdır.

4.1. Dünya Kruvaziyer Turizminin Değerlendirilmesi

Kruvaziyer turizmi dünya turizm endüstrisi içerisinde popüler ve hızlı büyüyen bir sektördür. Kruvaziyer turizmine olan talep gemileri etkilemiş, büyüyen gemiler de kruvaziyer limanlarına olan talebi arttırmıştır. Dünya çapında 1990 ve 2014 yılları arasında yolcu sayısı 4.4 milyondan 22.7 milyona ulaşmıştır (Gököz: 2010: 170). Yıllar itibariyle dünya kruvaziyer yolcu sayısı tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Dünya Kruvaziyer Yolcu sayısı

Yıl	Kruvaziyer yolcu sayısı
1990	4.400.000
2009	17.216.000
2010	18.421.000
2011	19.377.000
2012	20.335.000
2013	20.976.000
2014	22.700.000
2018 (Tahmin)	24.146.000

Kaynak: TURSAB Kruvaziyer Raporun’undan yazarlar tarafından güncellenmiştir.

2014 yılında Dünya’da kruvaziyer gemi ile seyahat eden yolcu sayısı, büyük çoğunluğu ABD’li turist (%84) olmakla birlikte, 22.7 milyon kişiye ulaşırken 2018 yılında bu rakam 24.1 milyona yükselmesi beklenmektedir. 2015 yılı itibariyle kruvaziyer gemi şirketlerinin sahip olduğu gemi varlığı 40 milyar dolara ulaşırken, gelirlerin %71.8’ine ve yolcuların %79.4’üne üç büyük kruvaziyer şirketi olan Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises ve Norwegian Cruise şirketleri sahiptir. Ayrıca yolcuların limanlarda yapacağı doğrudan harcamaların 2015 yılında 19.2 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (DTO, 2015b)

Günümüzde en çok ilgi çeken destinasyonlar, Güney Amerika (Karayipler), Akdeniz, Avrupa, Alaska, Bahamalar, Batı Meksika, Transatlantik, Avustralya, Yeni Zelanda, Güney Pasifik, Trans Kanal, Güney Amerika ve Hawai’dir. Akdeniz havzasına olan kruvaziyer gemi ve yolcu talebi son zamanlarda önemli bir artış göstermiş, Karayipler ve Bahamalar’dan sonra en çok pay alan bölge haline gelmiştir (Sezer, 2014: 53-54). Bu kapsamda FCCA verilerine göre 2014 yılında Karayipler /

Tablo 2: Küresel Kruvaziyer Turizminden Bölgelerin Aldığı Pay, 2014.

Bölge	Aldığı Pay (%)
Karayipler/Bahamalar	35,5
Akdeniz	19,5
Avrupa (Akdeniz hariç)	10,6
Asya	6,0
Avustralya/Yeni Zelanda/G.Pasifik	6,0
Alaska	4,5
Güney Amerika	2,9
Diğer	15,0

Kaynak: FCCA, 2015.

Bahamalar %35.5, Akdeniz %19.5, Avrupa %10.6, Avustralya, Yeni Zelanda ve G.Pasifik %6.0, Asya %6.0, Alaska %4.5, Güney Amerika %2.9 ve diğer destinasyonlar %15.0'lik bir paya sahiptir.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın verilerine göre kruvaziyer turizminin Amerika, Avrupa ve Asya bölgelerindeki gelişmeler aşağıda özetlenmiştir (Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, 2014; FCCA, 2015)

- *Amerika Bölgesinde Gelişmeler:* Dünya'da 1990'dan beri yaklaşık 200 milyon yolcu CLIA Kuzey Amerika markasıyla seyahat etmiştir. Kuzey Amerika'da son 30 yılda, yıllık ortalama %7,6 büyüyen kruvaziyer yolcu sayısının yarısını orta yaş grubu oluşturmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre kruvaziyer yolcuların ortalama yaşı 50 ve bir yıllık geliri 114.000 USD olarak belirlenmiş ve yolculuk yapanların %86'sı gelecek 3 yıl içinde tekrar kruvaziyer yolculuğuna çıktığı sonucuna varmıştır. Bu bölgede 2011 yılında %4,8'lik büyüme gösteren kruvaziyer sektörünün Kuzey Amerika'ya doğrudan etkisi, 18,88 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşmıştır.
- *Avrupa Bölgesindeki Gelişmeler:* Kruvaziyer turizmi Avrupa bölgesi ekonomisine 2011 yılında 36,7 milyar dolarlık ürün ve hizmet katkısı olmuştur. Özellikle Amerikalı kruvaziyer gemi işletmecilerinin gemilerini Avrupa destinasyonlarına çekmesiyle, 250 Avrupa limanında kruvaziyer yolcu ve gemi adamları toplam 3,5 milyar dolar harcama yapmışlardır. Ancak son zamanlarda Avrupa'da süren ekonomik krizin etkisiyle arz-talep arasındaki dengeyi oluşturma amacıyla hat sahipleri Avrupa bölgesine yapılan seferleri azaltmaya eğilimindedir. Baltık ve Akdeniz bölgelerinde ise bu durum daha olumlu seyretmektedir. Örneğin Akdeniz limanlarına gelen gemiler 2008 yılında sefer başına ortalama 1428 yolcu getirmiş iken 2009 yılında bu sayı 1625'e 2010'da 1729'a ulaşmıştır. En çok yolcu ağırlayan limanlar ise Barselona, Roma (Chivitavecchia) ve Venedik limanları olmuştur.
- *Asya Bölgesindeki Gelişmeler:* Son yıllarda yaşadığı ekonomik gelişmelerle birlikte Asya bölgesinin, özellikle Çin'in, gelecek yıllarda kruvaziyer sektörü için önemli bir kaynak olacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle bazı büyük hat sahiplerinin gemilerini buraya kaydırarak bölge kapasitelerini arttırmaya başladığı gözlemlenmektedir.

4.2. Türkiye Kruvaziyer Turizminin Değerlendirilmesi

Türkiye sahip olduğu konumu, doğal güzellikleri ve kültürel mirasıyla kruvaziyer turizmi açısından Akdeniz'de diğer ülkelere göre önemli rekabetçi avantaja sahiptir. Türkiye'de kruvaziyer limanlarının daha çok tarihi, kültürel zenginlikler, eğlence ve halı, kilim gibi hediyelik eşya sunan merkezlere yakın konumlandırıldığı gözlemlenmektedir (GEKA: 2014: 48).

Deniz araçları ile deniz altında, üstünde ve kıyısında yapılan turizm amaçlı ticari faaliyetler olarak tanımladığımız deniz turizminin Türkiye ekonomisinde önemli bir paya sahiptir. 2014 yılında deniz turizmi faaliyetleri Türkiye'ye yaklaşık yıllık 5 milyar dolar döviz girdisi sağlamış, genel turizm döviz girdilerinden aldığı pay %20 olmuştur (DTO, 2015a).

Tablo 3: Türkiye'ye Gelen Kruvaziyer Gemi ve Yolcu Sayısı

Yıl	Gemi Sayısı	Yolcu Sayısı
2003	887	581.840
2004	927	645.264
2005	1.048	757.563
2006	1.317	1.016.314
2007	1.421	1.368.400
2008	1.612	1.605.372
2009	1.328	1.484.194
2010	1.368	1.719.098
2011	1.623	2.191.420
2012	1.587	2.095.673
2013	1.572	2.240.776
2014	1.385	1.790.125

Kaynak: DTO, 2015a

Türkiye'de son 12 yılda sadece 2009 ve 2014 yılında gerileme yaşayan gelen kruvaziyer yolcu sayısı %207 artarak 1.79 milyon yolcuya ulaşarak, dünyadan aldığı pay yaklaşık yüzde 8'e kadar çıkmıştır. Tablo 3'te sunulduğu gibi Türkiye'ye gelen kruvaziyer turistlerinin %30'u İstanbul'a uğrarken, en büyük üç liman (İstanbul, Kuşadası ve İzmir) toplam kruvaziyer yolcularının %75'ini ağırlamaktadır.

Akdeniz içinde hizmet veren kruvaziyer hatlarının, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nde 8, Ege Bölgesi'nde 10, Marmara Bölgesi'nde 4 ve Karadeniz Bölgesi'nde 4 olmak üzere toplam 26 kruvaziyer terminaline uğrayabilmektedirler. Ancak Türkiye kruvaziyer limanları, uğrayan kruvaziyer hatların ana çıkış limanları (home port) olmaktan çok uğrak limanlardır. (GEKA, 2014: 48).

Tablo 4: Türkiye Kruvaziyer Limanları Yolcu Sayısı,2013

Liman	Yolcu Sayısı	Aldığı pay (%)
Alanya	40.843	1,82
Antalya	163.575	7,30
Bartın	2.071	0,09
Bodrum	28.546	1,27
Çanakkale	7.467	0,33
Çeşme	62.741	2,80
Dikili	7.655	0,34
Fethiye	1.067	0,05
Göçek	252	0,01
Güllük	476	0,02
İstanbul	689.417	30,77
İzmir	486.493	21,71
Kaş	1.152	0,05
Kuşadası	577.685	25,70
Marmaris	152.685	6,81
Mersin	1.381	0,06
Mudanya	414	0,02
Samsun	1.281	0,06
Sinop	7.460	0,33
Trapzon	8.115	0,36
Tuzla	0	0,00
Toplam	2.240.776	100,00%

Kaynak: Tursab Kruvaziyer Raporu

Kendi başına bir çekim merkezi olan İstanbul dışında, Kuşadası, Efes ören yeri ve mevcut kruvaziyer rotalara yakınlığı ile kruvaziyer turizminden en çok pay alan bölgedir. (GEKA, 2014: 48). Ege Bölgesi'nin kruvaziyer yolcusu dahil tüm yük tiplerine hizmet verebilen tek limanı olan TCDD İzmir limanının ise 2016'nın ilk yarısında özelleştirmesi planlanmakta ve yeni dönemde yük ve yolcu limanı olarak iki bölüme ayrılması söz konusudur. İzmir Limanı'nın mevcut kapasitesi bölgenin artan yolcu trafiğini karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Daha çok konteyner taşımacılığına odaklanan İzmir Limanı'nın yetersiz rıhtım ve geri sahası nedeniyle kruvaziyer terminalinin büyüme şansı düşüktür. Buna rağmen İzmir Limanı İzmir kentinin kruvaziyer turizmde önemli bir rol oynamış, en çok yolcu misafir eden kruvaziyer limanlarından olmuştur (Oral ve Esmer, 2010).

Diğer taraftan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 'Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefi'nde deniz turizminin geliştirilmesine yönelik kruvaziyer limanlara özel önem verilmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde kruvaziyer limanı projeleri gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007)

5. METODOLOJİ

Çalışmada karşılaşılan zaman kısıtı nedeni ile kolayda örnekleme yöntemi ile TCDD İzmir Liman'ı Kruvaziyer Yolcu Terminali yarı yapılandırılmış görüşme için örnek liman olarak seçilmiş, liman yöneticilerinin sektör ve konu hakkında görüşleri alınırken kar topu örnekleme ile görüşme yapılan yöneticiler tarafından yazarlara tavsiye edilen konu ile ilgili değerli katılımlar sağlayan diğer İzmir Liman'ı yöneticileri ile görüşmeler devam etmiştir.

Görüşülen değerli katılımcıları etkilememek adına önceden yazarlar tarafından literatürden derlenmiş görüşler beyan edilmiş kendilerinden sektör ve Türkiye için görüşleri temin edilmiştir.

Yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler dahilinde elde edilen görüşler literatür ile uyum gösterirken Türkiye özelinde yorumlanmış ve yazarlar tarafından sonuç ve öneriler çerçevesinde belirtilmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye sahip olduğu konum itibari ile Doğu Akdeniz pazarında çok önemli bir yere sahiptir. Turistik özelliklerdeki şehir cazibe merkezleri, antik zamanlardan günümüze taşıdığı tarihi güzellikleri ve coğrafi özelliklerinin getirdiği doğal güzellikleri ile kruvaziyer yolcularının ilgisini her daim çekmektedir.

Şekil 1'de sunulan kruvaziyer limanlar caziplik kriterleri doğrultusunda, Türkiye'de kruvaziyer anlamında ana liman bulunmaması tüm limanların mevcut durumunu etkilemekte ve var olan potansiyelin etkin kullanılmamasına neden olmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de stratejik bir noktanın Doğu Akdeniz ve Karadeniz kruvaziyer pazarlarına hizmet edebilecek şekilde belirlenip kruvaziyer ana limanı yatırımının yapılması gerekmektedir.

Türkiye kruvaziyer yolcu potansiyelinin artırılması kruvaziyer hatlarının Türkiye pazarına olan talebini arttırmada önemli bir etken olabilir. Bu bağlamda Türkiye'deki talebi arttırmak ve kruvaziyer pazarına olan ilgiyi canlı tutmak gerekmektedir.

Türkiye kruvaziyer limanlarının dünya kruvaziyer pazarında rekabet gücünün artırılması ve diğer cazibe merkezleri ile yarışabilmesi için ciddi pazarlama stratejileri belirlenmeli, özellikle tutundurma faaliyetlerine önem verilmelidir. Dünya genelinde gerçekleştirilen kruvaziyer ve turizm fuarlarında Türkiye'nin doğal ve tarihi miraslarının tanıtımı daha yoğun yapılmalı, limanların güzellikleri önemle vurgulanmalıdır.

Türkiye’de kruvaziyer turizmine yönelik liman ve geri sahalarında altyapı eksikliklerinin belirlenip gerekli yatırımlarının yapılması gerekmektedir. Örneğin liman ile cazibe noktaları arasındaki ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi, liman yolcu salonu ve liman rıhtımlarının yenilenmesi, atık alım tesislerinin modernleşmesi gibi yatırımlar sayılabilir.

Devlet teşviki kapsamında kruvaziyer liman harç ve rüsumlarında belli indirim olanakları sağlanmalıdır. Liman hizmetleri maliyetlerinin düşürülmesi kapsamında İzmir örneğinde olduğu gibi, ayak bastı ücretlerinde indirim uygulanması liman talebini arttırmada olumlu bir katkı sağlayacaktır.

Liman paydaşları ile liman arasında yapılacak ortak çalışmalar ile karşılaşılan problemler belirlenmeli, kruvaziyer yolculara daha uygun hizmet sunabilmek adına alınan ortak kararlar uygulanmalıdır. Böylece hem limanın hem de çevresinin ortak paydada buluşması müşteri memnuniyetini arttıracak gelen yolcunun memnun ayrılması kruvaziyer müşteri potansiyelini de arttıracaktır.

Kruvaziyer pazarındaki büyüme ve beklentiler göz önünde bulundurulduğunda Türkiye’nin kruvaziyer pazarındaki önemi gelecek çalışmalara örnek olabilecek düzeydedir. Yapılacak olan yeni çalışmalarda literatür dahilinde belirlenen görüşler çerçevesinde Akdeniz, Ege ve Karadeniz dahilinde limanlar ile yeni görüşmeler yapılabilir. Özellikle liman paydaşları ile yapılacak olan görüşmelerin konuya ayrı bir boyut kazandıracağı ve ortak paydada daha uygun çözümler ile Türkiye’nin Doğu Akdeniz pazardaki konumunu güçlendireceği aşikardır.

KAYNAKÇA

- Andriotis, K. ve Agiomirgianakis, G. (2010). “*Cruise Visitors’ Experience in a Mediterranean Port of Call*”, *International Journal Of Tourism Research*, 12, s: 390–404.
- Bagis, O. ve Doods, M. (2014). “*Turkey's Potential on Becoming A Cruise Hub for The East Mediterranean Region: The Case of Istanbul*”, *Research in Transportation Business & Management Cilt 13*. s:6–15.
- Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, (2014) *Kruvaziyer Sektör Raporu*.
http://www.kugm.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/Kitaplar/20140613_165336_64032_1_64480.pdf Erişim Tarihi: 01.12.2015
- DTO (2015a) *Deniz Turizminin Dünü, Bugünü ve Sürdürülebilirliği*.
Nisan 2015 Sayısı Turizm Eki.
http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/Deniz%20Ticareti%20Dergisi/nisan_ek_15.pdf Erişim Tarihi: 25.11.2015
- DTO (2015b) *Kruvaziyer Turizmi*.
http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/Deniz%20Ticareti%20Dergisi/temmuz_ek_2015.pdf Erişim Tarihi: 28.11.2015
- FCCA, (2015) *Cruise Industry Overview*, <http://www.fcca.com/downloads/2015-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf> Erişim Tarihi: 10.12.2015
- GEKA (2014) *Fethiye Kruvaziyer Liman Çalışması Sonuç Raporu*.
<http://docplayer.biz.tr/1943742-Fethiye-kruvaziyer-liman-calythmasy-sonuc-raporu.html> Erişim Tarihi: 12.12.2015
- Gökgöz, B. (2010) *Dünyada Ve Türkiye’de Kruvaziyer Turizmi Ve Endüstrisi: Karadeniz’e Yönelik Bir Destinasyon Modellemesi*.
Uzmanlık Tezi. Ankara.
- Kuşadası Ticaret Odası. *Dünyada Ve Türkiye’de Kruvaziyer Turizmi ve Kuşadası Limanı*.
<http://www.kuto.org.tr/img/kuto/raporlar/10.pdf> Erişim Tarihi: 08.12.2015
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı. 2007-2013*, Ankara.
- Lekakou, M. B. ve Pallis, A. A.(2004). *Cruising The Mediterranean Sea: Market Structures And Eu Policy Initiatives*, *Journal of Transport and Shipping*, Cilt 2. s:1-14.
- Lekakou, M. B., Pallis, A. A., Vaggelas, G. K.(2009). “*Which Homeport in Europe: The Cruise Industry’s Selection Criteria*”, *An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Cilt 4, Sayı 4. s:215–240.

- Lois, P. ve Wang, J. (2005). “*Choosing a Cruise Destination, and the Level of Passengers’ Satisfaction, their Needs and Expectations: the Cyprus Case,*” *The Journal Of The College Of Tourism And Hotel Management*, Cilt 5. s: 142-152.
- Marti, B. E. (1990). “*Geography and the Cruise Ship Port Selection Process,*” *Maritime Policy & Management*, 1990, s:157-164.
- Marti, B. E. (2004). “*Trends in World and Extended-Length Cruising (1985–2002),*” *Marine Policy & Management*, Cilt 28, s:199–211.
- Marusic,Z., Sever,I., ve Ivandic, N. (2012). “*Cruise Tourism and Society : A Socio-economic Perspective / Chapter 1: Mediterranean Cruise Itineraries and the Position of Dubrovnik*”, s:3-15 , Bremerhaven University of Applied Sciences, Bremerhaven, Germany.
- Mccalla, R. J. (2008). “*Site And Situation Factors In Transshipment Ports: The Case of The Caribbean Basin*”, *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, Cilt 99. s: 440–453.
- Oral, E., Z., (2011). “*Ege Bölgesi Kruvaziyer Liman Yatırımları*”, 7. Kıyı Mühendisliği Sempozyumu, Trabzon.
- Oral, E., Z., Esmer, S., (2010). “*Ege Bölgesi Kurvaziyer Turizminin Mevcut Durumu ve Geleceği.*” *Türkiyenin Kıyı ve Deniz Alanları 8. Ulusal Kongresi.*
- Rakusic, K.ve Seric, N. (2012). “*Cruise Tourism and Society :A Socio-economic Perspective/ Chapter 9: Cruising Routes and Differentiation,* pp. 115-126,” Bremerhaven University of Applied Sciences Bremerhaven, Germany.
- Rodrigue,J.P. ve Notteboom,T. (2012). *The Geography of Cruise Shipping: Itineraries, Capacity Deployment and Ports of Call*, IAME 2012.
- SEZER, İ. (2014). “*Kruvaziyer Turizmi ’nde Dikkat Çeken Bir Nokta: Kuşadası Limanı*”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, Cilt 19, Sayı 32. s: 49-78.
- TÜRSAP. *Kruvaziyer Sektör Raporu.*
http://www.tursab.org.tr/dosya/12193/tursab-kruvaziyer-turizmi-raporu107153521118_12193_5644498.pdf Erişim Tarihi: 28.11.2015
- UNWTO-United Nations World Tourism Organization (2010), *Cruise Tourism Current Situation and Trends*, Madrid, World Tourism Organization.
- Wild, P. ve Dearing, J. (2000). “*Development of and Prospects for Cruising in Europe,*” *Maritime Policy & Management*, Cilt 27, Sayı 4. s: 315-333.