

MARINA HİZMETLERİNİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BİR MARINA UYGULAMASI

¹Ali Cemal TÖZ, ²Gamze ARABELEN, ³Oğuz ATİK,
⁴Can AKALTAN

ÖZET

Deniz turizmi alanında faaliyet gösteren marina işletmeleri, ülke turizmini hem ulusal hem de bölgesel olarak destekleyen, önemli hizmet sağlayıcı işletmelerdir. Ulusal ve uluslararası alanda marinacılık sektöründe artan talebe bağlı olarak pazarın büyümesine neden olan gelişmeler, değişen müşteri beklentileri ve artan rekabet düzeyi; marina işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması adına hizmet kalitesinin artırılmasını gerekli kılmaktadır. Bu araştırmanın amacı, marinalarda sunulan hizmetlerin marina müşterilerinin memnuniyeti açısından değerlendirilmesini ölçmek ve marina yöneticilerine geliştirilmesi gereken hizmet alanlarında önerilerde bulunarak geleceğe yönelik olarak yapılacak yatırım planlarına katkıda bulunmaktır.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda nicel araştırma yöntemi seçilmiş ve veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda, marinaların hizmet sunduğu ana müşteri kitlesi olan özel yatlar ile bu yatlarla gelen yat sahipleri ve misafirlerine ve marinaları yalnızca ziyaret amaçlı kullanan mevcut ve potansiyel müşterilere anket yapılmış ve sunulan hizmetler müşteri memnuniyeti açısından değerlendirilmiştir. Anket sonuçları doğrultusunda, marina müşterilerinin aldıkları hizmetten memnuniyet düzeyleri, hizmet aldıktan sonra hizmetle ilgili olarak düşündüklerine bağlı davranışları kapsayan davranışsal niyetleri, beklentileri ve geliştirilmesini istedikleri hizmet alanları belirlenmeye çalışılmış ve marina yöneticilerine geleceğe dönük yatırım planlarının gerçekleştirilmesinde yardımcı olunmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Hizmet kalitesi, marina işletmeleri, müşteri memnuniyeti

¹Yrd.Doç.Dr. Ali Cemal TÖZ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; ali.toz@deu.deu.tr

²Yrd.Doç.Dr. Gamze ARABELEN, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; gamze.arabelen@deu.edu.tr

³Yrd.Doç.Dr. Oğuz ATİK, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir oguz.atik@deu.edu.tr

⁴Can AKALTAN, IC Çeşme Marina Yatırım ve Turizm İşletmeleri A.Ş., İzmir; can.akaltan@cesmemarina.com.tr

1. GİRİŞ

Marina işletmeleri, deniz turizmi açısından önemli role sahip hizmet sağlayıcı aktörler arasındadır. Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda deniz turizmi pazarının büyümesine paralel olarak artan talep ışığında marinacılık sektöründe yaşanan büyümeye bağlı gelişmeler, marina sayılarının ve bağlama kapasitelerinin artmasına sebep olmuş ve uluslararası düzeyde rekabetin ön plana çıkmasına olanak sağlamıştır. Rekabet ortamında yaşanan değişimler, marina işletmelerinin müşterilerini memnun etmek amacıyla sağladıkları hizmetlerin kalite düzeylerinde iyileştirme yapma ihtiyacını doğurmuştur.

Bu araştırmanın temel amacı, Çeşme'de hizmet veren IC Çeşme Marina'dan hizmet alan müşterilerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesini sağlamak ve bu bulgular ışığında işletmenin faaliyetlerini ve sağladığı hizmetleri müşterinin memnuniyetini arttırmaya yönelik iyileştirmesi hususunda önerilerde bulunmaktır. Böylelikle, marina yöneticilerinin geleceğe yönelik olarak yapılacak yatırım planlarına da katkı sağlanmasına çalışılacaktır.

2. MARİNA İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Geçmiş yıllara oranla giderek artan bir öneme sahip olan marina işletmeleri, deniz turizmi alanında faaliyet gösteren hizmet işletmeleri arasında yer almaktadır (Arlı, 2013: 61; Onay, 2014: 60). Gerek denizcilik gerekse turizm sektörünün önemli zincirini oluşturan marinalar, günümüzde yalnızca yatların ve teknelerin güvenli bağlama yerleri olarak değil, aynı zamanda bünyelerinde barındırdıkları sosyal alanları, eğlence, spor ve kültürel faaliyetleri ile yeni yaşam alanları olarak hizmet vermektedirler (Gedik, 2008; Atlay ve Cerit, 2008: 406). Dolayısıyla marina işletmeciliği, diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi, hizmetlerin pazarlanması ve sunumu aşamasında, müşterilerle yakın ilişki kurmayı ve hizmet kalitesinin artırılarak müşteri memnuniyetinin sağlanmasını gerektirmektedir (Hart ve Johnson,1999: 9-17; Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1985: 46). Özellikle son yıllarda deniz turizmi ve marinacılık sektörüne yönelik yapılan çalışmalarda gözlenen artışlar, marina işletmelerindeki kapasite artışları ve marina kullanıcılarının beklentilerinde hizmet kalitesinin ön plana çıkmasına bağlı değişimler, her geçen gün var olan rekabetin artmasına neden olmakta; bu durum da işletmeleri daha kaliteli hizmet sunmaya yönlendirmektedir.

Hizmet pazarlaması yazınında, hizmet işletmelerine yönelik yapılan araştırmalarda, algılanan hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyeti

ve davranışsal niyetler üzerinde etkisi olduğu ortaya konmuştur. Yapılan çoğu çalışma, bu ilişkiyi desteklerken, algılanan hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetini farklı şekilde etkilediğini göstermektedir (Rust ve Zahorik, 1993:195; Heskett ve Schlesinger, 1994:167; Cronin ve Taylor, 1992; Anderson vd. 2004:175; Woodside vd., 1989:7). Hizmet pazarlaması yazınında, marina işletmeciliğine yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında, marina kullanıcılarının yat limanı tercihinde etkili olan unsurlar, marinalarda sunulan hizmet kalitesini belirleyen unsurlar ve bunların müşteri memnuniyeti ve satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin vurgulandığı görülmektedir. Tablo 1’de marina işletmelerinde hizmet kalitesine yönelik olarak yapılmış araştırmalar derlenmiş ve yat limanı tercihinde etkili olan algılanan hizmet kalitesi unsurları ortaya konmuştur. Tabloda görüldüğü üzere, marina işletmelerinde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetine yönelik çalışmaların az olması nedeniyle, bu araştırmanın sonuçlarının gerek hizmet pazarlaması yazınına, gerekse uygulamacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 1: Marinalarda Hizmet Kalitesine Yönelik Yapılmış Çalışmalar

Yazar/Yazarlar	Yıl	Çalışmanın Adı	Çalışma Bulguları
Durukan, Ç.	2004	“Ege Bölgesindeki Yat Bağlama Tesislerinin Müşteri Yönlü Değerlendirilmesi	<ul style="list-style-type: none">- Tesisin yetkilileri ve çalışanlarının güvenilirliği,- Tesisin yat bağlama ücretlerinin etkililiği,- Tesisin prestiji
Arlı, E.	2012	“Yat Limanı İşletmeciliğinde Algılanan Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Tekrar Tercih Etme Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Genel Memnuniyet Düzeyi Üzerindeki Etkisi”	<ul style="list-style-type: none">- Fiziksel koşullar,- Heveslilik,- Karşılık verebilme,- Güven duyma,- Ulaşılabilirlik,- Tekneye yönelik hizmet,- Güvenlik,- Empati,- Profesyonellik
Coşar, B ve Nas, S.	2014	“Deniz Turizminde Yat Liman Tercihini Etkileyen Faktörlerin Tespiti: Çeşme Bölgesi yat Limanları Üzerine Bir Çalışma”	<ul style="list-style-type: none">- Güvenlik,- Tesisin temizliği,- Yaşam alanı ve sosyal aktiviteler,- Profesyonel teknik ekip ve tersane desteği,- Etkin palamar hizmeti,- Ücretsiz havuz hizmeti,- Etkili iletişim sağlanması,- Uygun fiyat,- Restoran, kafe ve internet erişiminin yeterliliği,- Etkin su arıtma sistemi,- Hava koşullarına uyum sağlama,- Spor salonu ve alışveriş merkezi hizmeti,- Deniz suyunun temizliği

Onay, M ve Keçeciler, D.	2014	“Marina İşletmelerinde Stratejik Planlamaya Yönelik Çeşme Marina’da Bir Uygulama Modeli”	<ul style="list-style-type: none">- Fiziksel yeterlilik ve çekicilik;*Ortak yaşam alanındaki fiziksel unsurların yeterli ve çekici olması,*Ortak yaşam alanındaki fiziksel unsurların temiz ve hijyenik olması,*Ortak yaşam alanındaki fiziksel unsurların çeşitliliği,- Ulaşılabilirlik;*Problemlerin çözümü için yönetime ulaşabilme- Güven duyma,- Personelin hevesliliği,*Personelin güler yüzlü ve nazik olması*Marina kullanıcılarına kişisel olarak ilgi gösterilmesi- Profesyonellik*Hizmetlerin ilk seferde ve doğru bir şekilde yerine getirilmesi
Dikeç G. ve Töz, A.C.	2015	“Marinalarda Sunulan Hizmetlerin Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Belirlenmesi”	<ul style="list-style-type: none">- Fiziksel varlıklar;*Alt yapı ve üst yapı elemanlarının modern ve teknolojik olması,*Ortak kullanım alanlarının yeterli sayıda ve temiz ve hijyenik olması,*İnternet erişiminin kolay ve hızlı olması,*Çekme- atma ve tamir-bakım hizmetleri,*Atık alım tesisleri ve yakıt ikmal operasyonları hizmetleri*Otopark kapasitesinin yeterli olması*Sosyal/sportif faaliyet alanlarının yeterli sayıda ve çekici olması*Deniz suyunun temizliği*Engelli marina kullanıcılarına yönelik özel ekipman ve sistemlerin sağlanması- Güvenilirlik;- Personelin hevesliliği;*Personelin güler yüzlü, yardımsever ve kibar olması,*Bilgi ve beceri düzeyi,*İletişim beceri düzeyi,*İyi giyimli, bakımlı ve temiz olması

			<ul style="list-style-type: none"> - Güvenlik; - Müşteri beklentileri; *Beklenen hizmetin tam ve zamanında yerine getirilmesi *Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının tam olarak anlaşılabilmesi *Uluslararası standartlara uyabilme becerisi ve düzeyi *Müşterilerden alınan geri bildirimlerin değerlendirilmesi ve gerekli iyileştirmelerin sağlanması
Karaosmanoğlu, C ve Kazançoğlu, I.	2015	“Yatçıların Marina Tercihinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Marina Bağlılığı Üzerindeki Etkisi”	<ul style="list-style-type: none"> - Güvenilirlik; *Sorunların üst yönetime ulaştırılması, *verilen sözün vaat edilen şekilde yerine getirilmesi, *Şikâyetlerin dikkate alınması, *Aksaklık ve özel durumlar için önceden bilgilendirme yapılması, *detaylı ve doğru kayıt tutulması - Yatlara yönelik profesyonel hizmet; *Marinaya giriş-çıkış hizmetlerinin yeterli olması, *Yakıt istasyonlarından alınan hizmetin yeterli olması *Güvenlik için gerekli tedbirlerin alınması - Personel kalitesi; *Güler yüzlü ve yardımsever olması, *İyi giyimli, bakımlı ve temiz görünüşlü olması, *Problemlerin dikkate alınması ve zamanında çözülmesi - Fiziksel ortam; *Ortak kullanım alanlarının temiz ve hijyenik olması, *İskelelerin kullanımının rahat olması - Sosyal faaliyetler; *Yeterli ticari alan ve sosyal faaliyetin sağlanması,

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablodan da anlaşıldığı üzere marinalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri Servqual ölçeğinde belirtilen gruplandırma ile yakından ilişkilidir. Ancak son yıllarda yapılan çalışmalar göstermektedir ki marinanın doğal çevresi ile ilgili değişkenler de ön plana çıkmaktadır. Özellikle bölgenin doğal dokusunun bozulmamış olması, deniz suyunun temizliği ve marina içindeki yeşillik alanların varlığı önem düzeyi yüksek çevre değişkenleri içerisinde kabul edilmektedir. Ayrıca son yıllarda pek çok sektörde olduğu gibi hizmet sektöründe de hizmet alanlar açısından fırsat eşitliğinin sürdürülebilirliği açısından her gruptan ve fiziki özelliklere sahip müşterilerin aynı hizmeti alabilecek uygun altyapı yatırımları ön plana çıkmaktadır. Özellikle engelli ve yaşlı müşteriler için uygun altyapıya sahip marinalar da tercih sebebi olarak değerlendirilmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, Çeşme'de hizmet veren IC Çeşme Marina'dan hizmet alan müşterilerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesini sağlamak ve bu bulgular ışığında işletmenin faaliyetlerini ve sağladığı hizmetleri müşterinin memnuniyetini arttırmaya yönelik iyileştirmesi hususunda önerilerde bulunmaktır. Böylelikle, marina yöneticilerinin geleceğe yönelik olarak yapılacak yatırım planlarına da katkı sağlanmasına çalışılacaktır.

4. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE SÜREÇLERİ

Araştırma modeli, araştırma kapsamında yapılan bütün aşamaları gösteren ana özettir. Araştırmaya ilişkin tüm verilerin ve bu verilerin arasındaki etkileşimlerin ifade edildiği, aynı zamanda araştırmaya yön veren fikri belirten bir gösterimdir.

Araştırmanın birinci aşamasında yazın taramasından elde edilen hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti değişkenleri, akademik uzmanlar ve sektör temsilcilerinden alından geribildirimler ışığında belirlenmiştir. Araştırmanın son aşaması ise, nitel araştırmada elde edilen veriler kullanılarak IC Çeşme Marina tarafından sunulan hizmetlerin, marina müşterilerinin memnuniyeti üzerindeki etki düzeyinin belirlenmesini sağlamak amacıyla saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılan saha araştırmasında hizmet kalitesi değişkenleri ve memnuniyet düzeyleri test edilmiştir. Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.

Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli



Bu araştırmanın modelinin oluşturulmasında nitel ve nicel yöntemler olmak üzere karma araştırma metoduna başvurulmuştur. İlgili karma metot temel olarak; yazın taraması, araştırmanın birinci kısmını oluşturan nitel araştırma ve araştırmanın ikinci kısmını oluşturan nicel araştırma yöntemlerinden oluşmaktadır.

4.1. Nicel (Kantitatif) Araştırma: Saha Araştırması

Çalışmadaki temel amaç, nitel araştırma sonucunda saptanan hizmet kalitesi değişkenlerinin, marina müşterilerinin memnuniyetine etkilerinin ortaya konmasıdır. Bu amaç doğrultusunda bir saha araştırmasının uygulanması gerekmektedir. Aşağıda bu saha araştırmasına ait süreçler anlatılmaktadır.

1. Aşama: Yazın taraması ve nitel araştırma sonucunda elde edilen değişkenler doğrultusunda anket yargıları oluşturulmuştur. Bu süreçte anket yargıları başta benzer anlam taşıyan ifadeler tek bir ifadeye dönüştürülerek yeniden düzenlenmiştir. Marina müşterileri ile ilgili profil soruları; müşterilerin demografik özellikleri, yatçılık tecrübeleri, tekneyi kullanım amaçları, tekne tipi ve teknedeki görevlerinin ne olduğu, teknenin genel özellikleri (yatak kapasitesi, tam boy, genişlik, draft, bayrak) ve marinayı kullanım amaçlarını tespit etmeye yönelik oluşturulmuştur. *Memnuniyet Düzeyi, Davranışsal Niyetler, Geliştirilmesi İstenilen Alanlar, Marinanın Tercih Edilme Sebepleri, Memnuniyetsizlik Duyulan Hizmetler, Talep Edilen Yeni Hizmetler* ayrı bölümlerde yer alan sorularla oluşturulmuştur.

2. Aşama: Saha araştırmasına yönelik pilot anket uygulamasının gerçekleştirilmesi amacıyla anket formunda yer alan ifadelerin içeriklerinin, kapsamlarının, anlaşılabilirliklerinin uygun olup olmadığı test edilmiştir. Alınan yorumların tümüne ilişkin düzeltmeler yapılmış ve anket formunun geçerliliğinin kontrol edilmesi sürecinde de anket içeriği tekrar gözden geçirilmiştir.

3. Aşama: Marina müşterilerinin görüşlerini almak üzere 01.08.2015 ve 15.09.2015 tarihleri arasında IC Çeşme Marina'dan hizmet alan müşterilere anket soruları yüz yüze anket tekniği ile uygulanmıştır.

4.2 Saha Araştırmasının Örnekleme ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın ana kümesini IC Çeşme Marina'dan hizmet alan bütün müşteriler (yat sahipleri, yat kaptanları ve ziyaretçiler) oluşturmaktadır. Ancak tüm müşterilere ulaşmak gerek sezon koşulları gerekse zaman kısıtı nedeniyle mümkün olmadığından örneklem 01.08.2015-15.09.2015 tarihleri arasında marinayı ziyaret eden ve/veya marınadan hizmet alan müşterilerden oluşmaktadır. Toplam 144 müşteri çalışmaya katılmış olup 75 müşteri yalnız kara birimlerinden faydalanan misafirler 69 müşteri ise marınada teknesi ile konaklayan müşterilerden oluşmaktadır.

IC Çeşme Marina gerek kara tarafı hizmetleri (restoran, bar, kafe, alışveriş merkezleri vb.) gibi gerekse de deniz tarafı hizmetleri açısından çok yönlü bir marınadır. Dolayısıyla bu marınadan hizmet alan müşteriler de hem kara hem deniz tarafından faydalanan marınanın deniz tarafı müşterisi ile yalnız kara tarafında yer alan işletmelerden faydalanan misafirlerden (günü birlikçi, yazlık sahibi, otel müşterisi vb.) oluşmaktadır. Bu sebepten dolayı deniz tarafı müşterisine 2 anket uygulanmış olup kara tarafı müşterisine ise yalnız kara tarafında verilen hizmetlerin değerlendirilmesi istenmiştir.

Örneklemin belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi oldukça yaygın kullanılan ve araştırmacıya hız kazandıran bir yöntemdir. Bu yöntemde araştırmacı yakın olan ve erişilmesi kolay olan durumu seçerek arzu edilen örneklem büyüklüğüne ulaşmaya kadar devam eder.

4.3. Saha Araştırmasından Elde Edilen Veri ve Bilgilerin Analizi

Bir ölçüm aracının güvenilirliği çeşitli yöntemlerle hesaplanmakla birlikte, içlerinde en yaygın olanı içsel tutarlılık (internal consistency) yöntemidir (Yılmaz ve Sünbül, 2009: 200). Çalışmamızda bu yöntemde hesaplanan Cronbach Alpha güvenilirlik ölçütü kullanılmıştır. Cronbach (1951) tarafından geliştirilen alfa katsayısı yöntemi, maddeler doğru-yanlış olacak şekilde puanlanmadığında, 1-3, 1-4, 1-5 gibi puanlandığında, kullanılması uygun olan bir iç tutarlılık tahmin yöntemidir (Öncü, 1994). Aşağıda güvenilirlik aralıkları ve açıklamaları sunulmuştur.

Güvenilirlik Aralıkları

$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Ölçek düşük güvenilirliktedir.
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Ölçek oldukça güveniliridir.
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güveniliridir.

Kaynak: Çoruhlu ve Demir, 2014: 100.

Saha araştırması sonucu elde edilen veriler SPSS 21,0 (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı) paket programında elektronik ortama aktarılmış ve analiz edilmiştir. Saha araştırması analizlerinde öncelikli olarak güvenilirlik analizleri kapsamında veri toplama aracı için *iç tutarlılık analizi gerçekleştirilmiş olup Cronbach Alfa değerleri incelenmiştir*. Bu bilgiler ışığında deniz tarafı anketlerinin güvenilirlik değeri 0,961 kara tarafına uygulanan anketlerin güvenilirlik değeri ise 0,846 olarak hesaplanmıştır.

5. BULGULAR VE SONUÇLAR

Araştırmada, deniz hizmetlerine ilişkin anket çalışması marinanın deniz hizmetleri kullanıcılarına, kara hizmetlerine ilişkin anket ise deniz hizmetleri kullanıcıları ve marinaya dışarıdan gelen, tekne sahibi olmayan ve deniz hizmetlerinden faydalanmayan müşterilere uygulanmıştır. Çalışma, “Geliştirilmesi İstenilen Alanlar” (Tablo 2), “Memnuniyetsizlik Duyulan Hizmetler” (Tablo 3) ve “Marinanın Tercih Edilme Sebepleri” (Tablo 4) olmak üzere hizmet kalitesine gösterge oluşturacak 3 ana başlık üzerinden yürütülmüştür.

Araştırma bulgularına göre, hem deniz hem de kara tarafını kullanan marina müşterileri, ‘*sosyal ve sportif aktiviteler*’i en çok geliştirilmesi istenen hizmet alanı olarak belirlemiştir. Buna göre; deniz tarafı marina kullanıcıları %67,2’lik oranla, kara tarafı marina kullanıcıları ise % 60,9 oranla ‘*sosyal ve sportif aktiviteler*’i en çok geliştirilmesi istenen alan olarak değerlendirmiştir. Deniz tarafı marina kullanıcılarının önemli olarak gördükleri ve geliştirilmesini istedikleri ön plana çıkan diğer hizmet alanları ise sırasıyla, %50 oranla mağazalar ve yönetimsel ve idari faaliyetler, % 40,6 oranla ise restoran ve kafelerdir. Deniz hizmetleri kullanıcıları açısından restoran ve kafeler, personel kalitesi, mağazalar, yönetimsel/idari faaliyetler alanlarında oranların düşük çıkması olumludur. Kara hizmetlerinde ise güvenlik önlemleri ve fiziksel koşullar geliştirilmesi en az istenen alanlar olarak ön plana çıkmaktadır.

Tablo 2: Geliştirilmesi İstenen Hizmet Alanları

Geliştirilmesi İstenilen Alanlar	Deniz	Kara
Fiziksel Koşullar	%34,4	%14,1
Emniyet Önlemleri	%29,7	%32,8
Sosyal ve Sportif Aktiviteler	67,2%	%60,9
Restoran ve Kafeler	%10,9	%40,6
Personel Kalitesi	%17,2	%28,1
Güvenlik Önlemleri	%32,8	%6,2
Temizlik ve Hijyen	%31,2	%32,8
Mağazalar	%7,8	%50,0
Yönetimsel ve İdari faaliyetler	%12,5	%50,0
Çevresel koşullar	%23,4	%20,3
Diğer	%45,3	%45,3
Çekrek Yeri Hizmeti	%26,6	-
Ücretlendirme	-	%32,8

Gerek kara gerekse deniz tarafı marina kullanıcılarının aldıkları hizmetlerden memnuniyetsizlik duydukları alan yine **‘sosyal ve sportif aktiviteler’** olmuştur. Memnuniyetsizlik duyulan hizmetlerde deniz tarafında yüzde 40,7 oranla sosyal ve sportif aktiviteler ön plana çıkarken kara tarafında yüzde 57,9 oranla sosyal ve sportif aktiviteler, yüzde 42,1 oranla **temizlik, hijyen ve mağazalar** dikkat çekmektedir. Deniz tarafında ise kullanıcıların memnuniyetsizlik duyduğu diğer alanlar; **fiziksel koşullar** ve **güvenlik önlemleri**dir. Diğer alanlarda duyulan memnuniyetsizlik düzeyleri bu hizmet alanlarına kıyasla daha az düzeydedir.

Tablo 3: Memnuniyetsizlik Duyulan Hizmet Alanları

Memnuniyetsizlik Duyulan Hizmetler	Deniz	Kara
Fiziksel Koşullar	%33,3	%21,1
Emniyet Önlemleri	%22,2	%28,1
Sosyal ve Sportif Aktiviteler	%40,7	%57,9
Restoran ve Kafeler	%13,0	%21,1
Personel Kalitesi	%13,0	%14,0
Güvenlik Önlemleri	%24,1	%26,3
Temizlik ve Hijyen	%16,7	%42,1
Mağazalar	%7,4	%42,1
Yönetimsel ve İdari faaliyetler	%9,3	%24,6
Çevresel koşullar	%14,8	%10,5
Ücretlendirme	%27,8	%26,3
Diğer	%3,7	%8,8
Yok	%20,4	%5,3

Deniz tarafı marina kullanıcıları tarafından %79,4 oranla ‘coğrafi konum’ marinanın tercih edilme sebepleri arasında en önemli

sebepler olarak belirtilirken; marinanın ‘‘çeşme’’de bulunması %72,1 oranla ve marinadan alınan ‘‘hizmet kalitesi düzeyi’’ ise %45,6 oranla diğer önemli sebepler arasına girmiştir. Deniz tarafı marina kullanıcıları tarafından tercih edilme sebepleri arasına giren diğer faktörler sırasıyla, ‘‘dinlenme’’, ‘‘yeme içme’’, ‘‘alışveriş’’ ve ‘‘gece hayatı ve eğlence’’ dir.

Yalnızca kara tarafını kullanan marina müşterileri %76,2 oranında tercih etme nedeni olarak ‘‘yeme içme’’ yi belirtirken, ikinci ve üçüncü sırada ‘‘alışveriş (%57,1)’’ ve ‘‘dinlenme (%41,3)’’ olanağını önemli neden olarak görmüşlerdir. Marinanın yerinin ‘‘çeşme’’de olması kara tarafını kullanan müşteriler tarafından da %41,3 oranında önemli tercih etme sebebi olarak görülmüştür.

Tablo 4: Marinanın Tercih Edilme Sebepleri

Marinanın Tercih Edilme Sebepleri	Deniz	Kara
Gece Hayati ve Eğlence	%23,5	%17,5
Alışveriş	%27,9	%57,1
Dinlenme	%33,8	%41,3
Hizmet Kalitesi	%45,6	-
Coğrafi Konum	%79,4	%23,8
Çeşme	%72,1	%41,3
Yeme İçme	%30,9	%76,2
Prestij	%22,1	-
Sosyal Etkinlikler	%13,2	%19,0
Diğer	%8,8	%11,1

Marinanın *deniz hizmetlerini kullanan (tekne sahibi/yat kaptanı)* katılımcıların marinayla ilgili deniz tarafı hizmetlerden memnuniyetlerine ilişkin toplanan veriler detaylandırılmış ve aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Ankette beşli ‘‘likert’’ ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan hizmet unsurlarıyla ilgili olarak hiç memnun değilse 1’i, çok memnunsarsa 5’i işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre ‘‘3’’ *ne memnun ne de memnun değil* anlamına gelmektedir.

Deniz hizmetlerinin detaylı değerlendirilmesinde, fiziksel özellikler ve çevre konusunda *deniz suyu temizliği* ve *otopark alanları* ile ilgili memnuniyetsizlik olduğu görülmektedir. Ayrıca müşterinin *yedek parça ve yat malzemeleri satan mağazalarla* ilgili çok da memnun olmadığı görülmektedir. Marinada *internet hizmetlerinin* yeterli olmadığı sonucu da ortaya çıkmaktadır. Genel olarak deniz hizmetleri kullanıcılarının marinada verilen diğer hizmetlerden memnun olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 5: Deniz Hizmetlerinin Değerlendirilmesi

Fiziksel Özellikler, Çevresel koşullar	
Marinanın alt yapı (ulaşım, iletişim vb.) olanaklarının yeterliği	4,2
Marinanın üst yapı (yanaşma ve çekek yerleri, duş- tuvalet vb.) olanaklarının yeterliği	4,4
Marinanın genel çevre düzenlemesi	4,2
Marinanın deniz suyunun temizliği	3,1
Marinanın konaklama tesislerinin (marina konukevi) fiziksel koşulları	3,8
Marina otoparkının kapasitesi ve fiziksel koşulları	3,2
Temizlik ve Hijyen	
Ortak kullanım (duş & tuvalet vb.) alanlarının temizliği	4,4
Ortak kullanım (duş & tuvalet vb.) alanlarının sayısı	4,4
Marinada verilen temizlik hizmetlerinin yeterliği	4,4
Hizmet Kalitesi, Yönetimsel ve İdari faaliyetler	
Marinada verilen ön büro hizmetlerinin yeterliği	4,6
Marinada verilen palamar hizmetlerinin yeterliği	4,2
Marinada verilen teknik servis hizmetlerinin yeterliği	4,3
Marinanın engelli kullanıcılar açısından yapmış olduğu düzenlemeler	4,7
Yat yanaşma yeri hizmetlerinin yeterliği	4,1
Yakıt ikmal hizmetlerinin yeterliği	4,0
Atık alım hizmetlerinin yeterliği	4,1
Marinada yedek parça/yat malzemesi tedariki sağlayan yat marketin hizmetleri	3,2
Marinada müşteri geribildirim (görüş, şikâyet, öneri) sisteminin işleyişi	4,1
Marinada verilen internet hizmeti (hız, erişim vb.)	2,7
Yat çekek yeri hizmetlerinin yeterliği	3,9
Güvenlik, Emniyet	
Marinada yürütülen acil durum eğitim ve yönetimi faaliyetleri	3,5
Marinada sağlanan güvenlik hizmetleri	4,2
Marinada tekne giriş ve çıkış prosedürlerinin zamanlaması	4,2
Personel Kalitesi	
Ön büro personelinin hal hareket ve tavırları	4,5
Ön büro personelinin bilgi ve beceri düzeyleri	4,5
Ön büro personelinin giyiminden ve dış görünüşü	4,8
Ön büro personelinin müşterilere yönelik ilgisi	4,7
Ön büro personelinin müşterilere ayırdığı zaman	4,7
Ön büro personelinin müşterileri yönlendirmesi	4,5
Palamar personelinin bilgi ve beceri düzeyleri	4,4

Palamar personelinin giyiminden ve dış görünüşü	4,5
Palamar personelinin müşterilere yaklaşımı	4,4
Teknik servis personelinin bilgi ve beceri düzeyleri	4,4
Teknik servis personelinin giyiminden ve dış görünüşü	4,4
Teknik servis personelinin müşterilere yaklaşımı	4,4
Güvenlik personelinin giyiminden ve dış görünüşü	4,4
Güvenlik personelinin müşterilere yaklaşımı	4,4
Temizlik personelinin giyiminden ve dış görünüşü	4,5
Temizlik personelinin müşterilere yaklaşımı	4,6
Genel Tutum, Niyet (1 Kesinlikle Katılmıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum)	
Marinadan tekrar hizmet almayı düşünürüm	4,3
Marinayı arkadaşlarıma öneririm	4,2
Marina ile ilgili bir sorun yaşarsam hemen marinayı değiştiririm	3,2
Marina ile ilgili bir sorun yaşarsam hemen marina yetkililerine bildiririm	4,5
Marina bu bölgede konaklama açısından ilk tercihimdir	4,5
Marinanın ücretlendirme politikası değişse bile marinadan hizmet almaya devam ederim	3,2
Marina ile ilgili bir sorun yaşarsam şikâyette bulunurum	4,3

Marinanın *kara hizmetlerini kullanan* katılımcıların (deniz hizmetleri kullanıcıları ve dışarıdan gelenler) marinayla ilgili kara hizmetlerinden memnuniyetlerine ilişkin toplanan detaylandırılmış veriler aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Ankette beşli “likert” ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan hizmet unsurlarıyla ilgili olarak hiç memnun değilse 1’i, çok memnunsarsa 5’i işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre “3“ *ne memnun ne de memnun değil* anlamına gelmektedir.

Kara hizmetlerinin detaylı değerlendirilmesinde restoran ve kafelerle ilgili olarak müşterinin sayı ve çeşitlilik konularında memnuniyetsizliği olduğu görülmektedir. Mağaza sayısı ve hizmetlerine ilişkin ortalamalar da düşük çıkmıştır. Marinada düzenlenen sosyal ve sportif faaliyetlerin yeterliliği ve ulaşılabilirliği ile marinada düzenlenen aktivitelere ilişkin marina müşterilerine yapılan bilgilendirme hizmetlerinde memnuniyetsizlik olduğu görülmektedir. Kara tarafında temizlik ve hijyen ile ilgili ortalamaların düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Kara Hizmetlerinin Değerlendirilmesi

Restoran ve Kafe	
Kafe ve restoranların sayısı	3,2
Kafe ve restoranların temizliği	3,9
Kafe ve restoranlarda alınan hizmetin yeterliği	3,7
Kafe ve restoranların çeşitliliği	3,1
Mağazalar	
Mağazaların sayısı	3,1
Mağazalarda verilen hizmetin yeterliği	3,1
Mağazaların çeşitliliği	3,8
Personel Kalitesi	
Kafe, restoran ve mağazada çalışan personelin giyim ve dış görünüşü	3,8
Kafe, restoran ve mağazada çalışan personelin müşteriye yaklaşımı	4,0
Kafe, restoran ve mağazada çalışan personelin, müşterilere yönelik ilgisi	3,9
Kafe, restoran ve mağazada çalışan personelin hizmeti yerine getirme süresi	3,9
Kafe, restoran ve mağazada çalışan personelin bilgi ve beceri düzeyi	3,9
Kafe, restoran ve mağazada çalışan personelin, söz verilen hizmeti yerine getirme becerisi	4,0
Hizmet Kalitesi, Yönetimsel ve İdari faaliyetler	
Cafe, restoran ve mağazalardaki müşteri geribildirim (görüş, şikâyet, öneri) sisteminin işleyişi	3,7
Kafe, restoran ve mağaza yetkililerinin sorunları çözme becerisi	3,7
Bir sorunla karşılaşıldığında, yetkili personele ulaşılma süresi	3,6
Marinada düzenlenen aktivitelere ilişkin marina müşterilerine yapılan bilgilendirme hizmeti	3,0
Sosyal ve Sportif Aktiviteler	
Sosyal etkinliklerin (konser vb.) çeşitliliği	3,7
Marinada düzenlenen sosyal ve sportif faaliyetlerin yeterliliği ve ulaşılabilirliği	2,9
Ücretlendirme	
Kafe, restoran ve mağazalarda verilen hizmetlerin ücretlendirme politikası	3,2
Güvenlik	
Marinada sağlanan güvenlik hizmetlerinin yeterliği	3,6
Temizlik ve Hijyen	
Ortak kullanım (duş & tuvalet vb.) alanlarının temizliği	3,2
Ortak kullanım (duş & tuvalet vb.) alanlarının sayısı	2,9
Otopark hizmetinin fiziksel koşulları ve yeterliği	3,1

Genel Tutum, Niyet (1 Kesinlikle Katılmıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum)	
Marinada tekrar hizmet almayı düşünürüm	3,9
Marinayı arkadaşlarıma öneririm	3,8
Marina ile ilgili bir sorun yaşarsam hemen marinayı değiştiririm	3,4
Marina ile ilgili bir sorun yaşarsam hemen marina yetkililerine bildiririm	3,7
Marina bu bölgede konaklama açısından ilk tercihimdir	3,3
Marinanın ücretlendirme politikası değişse bile marinadan hizmet almaya devam ederim	3,2
Marina ile ilgili bir sorun yaşarsam şikâyette bulunurum	4,0

Katılımcıların düşünce ve taleplerini yazabilmeleri için ayrılan bölümde üzerinde durulan hususlar şöyledir;

Kara hizmetleri için geliştirilmesi istenen veya talep edilenlerde özellikle *gece hayatı ve eğlenceyle* ilgili olarak daha çok festival, canlı müzik, konser, daha çok mekân, daha çeşitli restoran ve menüler ön plana çıkmaktadır. Spor alanları, otopark, çocuklar için alanlar, kahve mekânları, konaklama imkânları talep edilen diğer hizmetlerdendir. Az da olsa deniz kirliliğinden şikâyet vardır. Ücretlerin aşağıya çekilmesi diğer bir talep olarak tespit edilmiştir.

Deniz hizmetleri için; *internet hizmeti* ve kaptanlar veya tekne sahipleri için *özel dinlenme yeme içme alanları* üzerinde çok fazla durulmaktadır. Kaptanların tekne dışında vakit geçirebilecekleri bir kafeterya benzeri mekân talebi olduğu görülmektedir. *İnternet* en çok tekrar eden taleptir. *Palamar görevlilerinin sayısı ve eğitimi, tonozların sıkıntılı olduğu, su basıncı sorunları, revir eksikliği, aydınlatma eksikliği, ponton güvenliği, otopark alanının kısıtlı olması, spor alanlarının eksikliği* diğer üzerinde durulan konulardır.

Bu çalışmada örneklem olarak Çeşme marinayı kullanan müşteriler tercih edilmiştir. Sonraki çalışmalar için bölgedeki diğer marinalar ile bu çalışma tekrarlanarak karşılaştırma yapılabilir. Veriler yüksek sezonun sonunda toplanmıştır. Aynı veriler yüksek sezon döneminde tekrar toplanıp değerlendirmeye tabi tutulabilir. Örneklem büyüklüğü her ne kadar bilimsel bir çalışma için yeterli olsa da sonraki çalışmalarda daha geniş bir kitleye uzun dönemli bir çalışma uygulanabilir. Bu çalışma farklı bölgelerde uygulanarak karşılaştırma yapılabilir. Sonuç olarak sonraki çalışmalar için örnek teşkil edebilecek bu çalışma kurumların kendilerini geliştirmeleri için bir kaynak niteliği taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Anderson, E., W., Fornell, C. ve Mazvancheryl, S. K. (2004) ‘‘Customer Satisfaction and Shareholder Value’’, *Journal of Marketing*, Cilt: 68, s: 172-185.
- 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, s:19-32.
- Arlı, E. (2013) ‘‘Marina İşletmeciliğinde İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Tekrar Satın Alma Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi’’. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:13, Sayı:1, s:61-67.
- Atlay Işık, D. ve Cerit, A.G. (2008). ‘‘Yat Turizminde Yeşil Pazarlama Stratejileri: Keşifsel Bir Araştırma’’. 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Çukurova, 403-416.
- C. Karaosmanoğlu ve İ. Kazançoğlu (2015) ‘‘Yatçıların Marina Tercihinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Marina Bağlılığı Üzerindeki Etkisi’’. Dokuz Eylül Üniversitesi II. Ulusal Liman Kongresi, doi: 10.18872/DEU.b.ULK.2015.0029
- Coşar, B. ve Nas, S. (2014). ‘‘Deniz Turizminde Yat Limanı Tercihini Etkileyen Faktörlerin Tespiti: Çeşme Bölgesi Yat Limanları Üzerine Bir Çalışma’’. 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir.
- Cronin, J.J. ve Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-Examination and Extension, *Journal of Marketing*, Cilt:56, s:55-68.
- Çoruhlu, Y.E. ve Demir, O. (2014) ‘‘Vakıf Taşınmazların Yönetim Sorunlarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Durum Tespiti Çalışması’’, *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, s:94-106,
- Dikeç, G. ve Töz, A. (2015) ‘‘Marinalarda Sunulan Hizmetlerin Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Belirlenmesi’’, Dokuz Eylül Üniversitesi II. Ulusal Liman Kongresi, doi: 10.18872/DEU.b.ULK.2015.0026
- Durukan, Ç. (2004) ‘‘Ege Bölgesindeki Yat Bağlama Tesislerinin Müşteri Yönlü Değerlendirilmesi’’. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gedik, M. (2008). *Türkiye’de Yatçılık ve Marina Sektöründe Durum.*, http://www.kaptanhaber.com/index.php?sayfa=yazar&id=25&yazi_id=100305, Erişim Tarihi: 12.12.2015
- Hart, W.C., Johnson, M.D.(1999) ‘‘Growing The Trust Relationship’’, *Marketing Management*, Cit: 8, Sayı:1, s.9-17.

- Onay, A. ve Keçeciler D. (2014) ‘*Marina İşletmelerinde Stratejik Planlamaya Yönelik Çeşme Marina’da Bir Uygulama Modeli*’. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 6, Sayı:2. ISSN: 1309 -8039 (Online), s:59-72.
- Öncü, H. (1994). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: Matser Basım.
- Parasuraman, A., Zeithaml Valarie A., Berry Leonard L. (1985) “*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*”. Journal of Marketing, Cilt:49, Sayı:1, s:41-50.
- Rust, R.T., Zaborik, A.J. (1993) “*Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share*”. Journal of Retailing, 69(2): 193-215.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A.M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 21: 195-203.
- Woodside, A.G., Frey, L.L. ve Daly, R.T. (1989) “*Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention*”. Journal of Health Care Marketing, Cilt: 9, Sayı:4, s:5-17.