

YELKEN YARIŞ ORGANİZASYONLARININ LOJİSTİK SÜREÇLERİ ÜZERİNE KEŞİFSEL BİR ARAŞTIRMA

¹Serim PAKER, ²Batuhan ÇULLU, ³Neslihan PAKER,
⁴Serdar ÇİÇEK

ÖZET

Yelken sporu hem deniz turizmi hem de yarışmacı(müsabık) bir spor branşı olarak Türkiye kıyılarında yaygın olarak görülmektedir. Turizm ve yarışmacı boyutlarının birbirlerini destekledikleri ve besledikleri gözlenmektedir. Yelken sporu; altı-onbeş yaş arası çocuklarda optimist branşından başlayarak her yaştan sporcunun katılabildiği, çok sayıda branşta Türkiye Yelken Federasyonu'nun yönetiminde çok sayıda kulüp tarafından yapılmaktadır.

Yelken sporunun pek çok branşında (optimist, laser, 4.20, 4.70 v.b.) ulusal ve uluslararası yarışlar düzenlenmektedir. Yarış organizasyonlarında lojistik hizmetler zaman zaman spor kulübü, zaman zaman da yarış düzenleyicileri veya federasyonlar tarafından planlanmakta ve gerçekleştirilmektedir. Lojistik sürecinin insan boyutunda; sporcular, antrenörler, hakemler ve organizasyon çalışanlarının koordinasyonu, malzeme boyutunda ise; hakem, emniyet/kurtarma ve antrenör tekneleri, yarış tekneleri, direkler, yelkenler, emniyet ekipmanları, mazot, kumanya v.b. malzemenin parkura ulaştırılması ve yarışlar süresince yarış organizasyonunda servisi söz konusudur. Yelken yarışları genellikle iki-beş gün arası sürmekte ve hava şartlarına göre hakem heyeti parkurda, sürede, kurallarda değişiklikler yapabilmektedir. Yarışın lojistiğinden sorumlu olan hizmet sağlayıcılar çok sayıda değişken ile baş etmek zorunda kalmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; yelken yarış organizasyonlarını lojistiğin temel fonksiyonlarından olan müşteri hizmetleri yönetimi, lojistik iletişimi, envanter kontrolü, malzeme aktarımı, yedek parça/ hizmet desteği, konum yeri seçimi, ulaştırma/ trafik yönetimi ve depolama/saklama başlıkları altında keşifsel olarak incelemek, süreçlerin etkinleştirilmesi için öneriler sunarak; organizasyon ve spor lojistiği yazınına katkı sağlamaktır.

Anahtar sözcükler: Deniz Turizmi, Lojistik Yönetimi, Yelkencilik

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

² Arş. Gör. Batuhan ÇULLU Adnan Menderes Üniversitesi İşletme Fakültesi batuhan.cullu@adu.edu.tr

³ Neslihan PAKER Yaşar Üniversitesi Meslek Yüksekokulu pakerneslihan@gmail.com

⁴ Serdar ÇİÇEK Dokuz Eylül Üniversitesi Doktora Öğrencisi serdar_cicek@hotmail.com

1. GİRİŞ

Yelken yarış organizasyonları, sporcuları, organizasyon çalışanlarını, hizmet sağlayıcılarını ve pek çok paydaşı kapsayan büyük ve karmaşık sportif etkinliklerdir. Özellikle uluslararası katılımlı yarışlarda dünyanın çok uzak noktalarından yarış parkuruna malzeme, insan, bilgi ve para ulaştırılmaktadır.

Optimist yarışları gibi yaşı küçük sporcular için düzenlenen organizasyonlar farklı güçlükler içermekte olup, katılımcı sporcu ve ülke sayısı arttıkça yarışlar daha karmaşık bir yapıya evirilmektedir. Deneyimli yarış organizatörleri süreçleri geçmişten getirdikleri birikimleri ile yönetebilmekte ancak bu konuda tümleşik bir çalışma, rehber veya yazın eksikliği bulunmaktadır.

Uluslararası katılımlı yelken yarışlarında çeşitli görevlerde bulunmuş, gözlemler yapmış olan yazar ekibi yelken yarışlarına bir lojistik süreç gözüyle bakarak tüm süreci açıklamayı hedefleyen bir akış diyagramı ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır.

Konunun önemli taraflarından olan Türkiye Yelken Federasyonu'nun kurumsal yapısı da konu içerisinde detaylandırılarak anlatılmaya çalışılmıştır.

2. YELKENCİLİK VE DENİZ TURİZMİ

Spor etkinlikleri, düzenledikleri destinasyonun pazarlanmasında önemli rol oynayan etkili çekim unsurları olup (Özdemir, 2014, s. 58-59), tüketimleri üretildiği alanla sınırlı kalmayan, medya kanalıyla çok daha geniş kitlelere sunulabilen ürünlerdir (Yıldız, 2010, s. 106-107). Dolayısıyla, spor etkinlikleri özellikle görsel ve işitsel medyanın da kullanılmasıyla, destinasyona dair bilgi ve prestiji yaygınlaştırmaya önemli derecede yardımcı olan (Özdemir, 2014, s. 58-59) ve bu bağlamda turistik ürün olarak da tanımlanabilen hizmetlerdir.

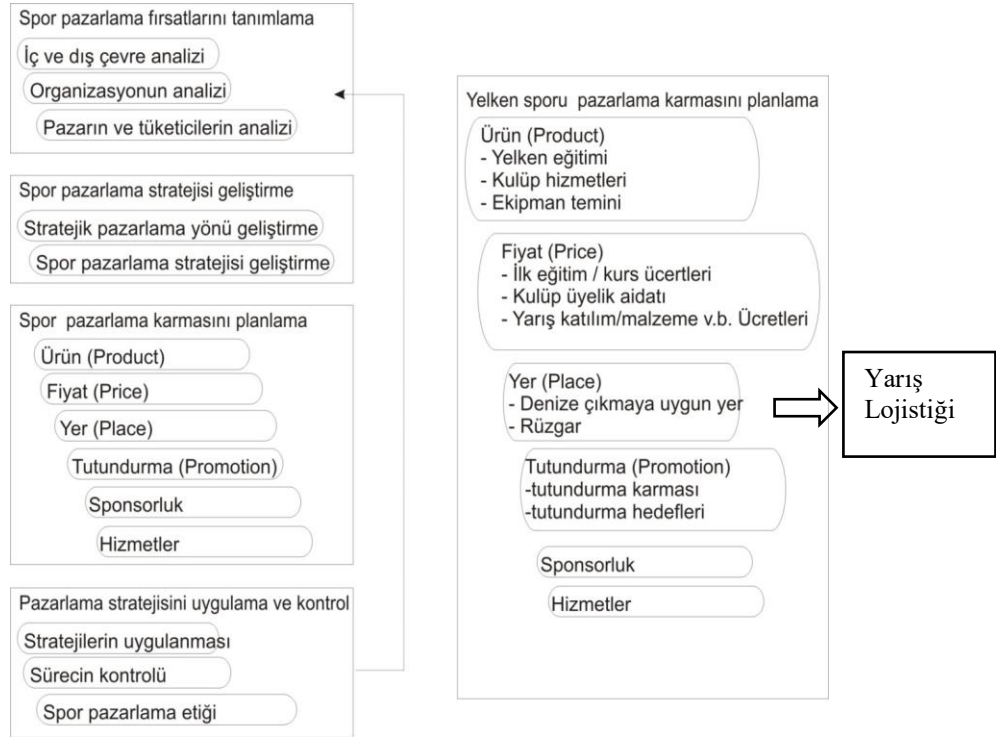
Öte yandan, deniz turizmi, çevrelendiği destinasyona ciddi düzeyde sosyo-ekonomik katkılar sunan ve deniz araçları ile denizde yapılan turistik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'nin deniz turizminden sağladığı döviz girdisi yılda yaklaşık 5 milyar dolardır (DTO, 2015, s. 4). Deniz turizminin, ülkemize çok ciddi ekonomik katkı sağlamakta olduğu kabul edilebilir bir gerçek olup, desteklenmesi son derece önemlidir.

Orams (1999), deniz turizminin doğal ve kültürel kaynaklara olduğu kadar, dalış sporu ve yelkencilik gibi sportif etkinliklere dayalı olarak da geliştiğini ve talep edildiğini vurgulanmaktadır. Özellikle uluslararası ölçekte düzenlenen Amerika Kupası gibi yat yarışlarının,

turistlerin yarışın düzenlendiği bölgeye yöneliminde etkili olduğu belirtilmektedir (Orams, 1999, s. 46-53).

Deniz turizmine konu olan yelken yarışları, çok küçük organizasyonlardan devasa küresel etkinliklere ve bir gün içerisinde başlayıp bitebilen yerel etkinliklerden aylarca süren yarışlara kadar çok farklı ölçeklerde düzenlenebilmektedir. Ayrıca hem sportif hem de turistik bir ürün olarak sunulabilmektedir. Tablo 1 yelken sporunun, sportif bir ürün olarak pazarlama karmasını sunmaktadır.

Tablo 1. Yelken sporu pazarlama karması



Kaynak: (Paker, 2011, s. 67)'dan yararlanılarak düzenlenmiştir

3. LOJİSTİĞİN TARİHÇESİ, TANIMI ve GELİŞİMİ

Lojistik kelimesinin kökeni araştırıldığında Yunanca “logistikos” ve Fransızca “logistique”ten geldiği görülmektedir. “Logistikos”un açılımı hesaplama ve mantıkta gelişmişliği belirtirken ; “logistique”nin ise askeri bir iskân teriminden kök aldığı öne sürülmektedir (Russell,

2000, s. 14). Matematik, mantık ve iskân kelimelerinin bileşimi günümüzde kullandığımız anlamıyla “lojistiği” tanımlar hale gelmiştir.

Tarih boyunca çeşitli örneklere bakıldığında, kelimenin anlamıyla işlevinin ne kadar uyumlu olduğunun görülebileceği örnekler vardır. Mısır piramitlerinin yapımından, Sun Tzu'nun savaş taktiklerine, Büyük İskender'in donanmasının başarısından, Roma İmparatorluğunun inşa ettiği yollara kadar tarihin en eski dönemlerinde bile lojistiğin düzenleyici, etkinleştirici ve kolaylaştırıcı etkilerini görmek mümkündür (Tek, Karaduman, 2012, s. 5).

1960'lı yıllara gelindiğinde ise, bu disiplin akademisyenler tarafından işletmelerin fiziksel dağıtımının sağlanması konusunda uygulamaya konulmuştur. Takibinde, şirket içi ve dışı lojistik olarak dikotomi halini almıştır. İşletmeler bazında “lojistik” giderek genişlemiş ve günümüzde bir şirketin işlemlerinin üzerine odaklanmaktan ziyade iç içe geçmiş karmaşık bir düzeni içine alarak tedarik zincirine evrilmiştir. (Tek, Karaduman, 2012, s. 86-88).

Her ne kadar kavramın gelişimi askeri ilerlemeden işletme bilimine doğru bir yön izlemiş olsa da, günümüzde lojistik; yönetimin, planlamanın ve en önemlisi akışın içinde bulunduğu her uygulama için farklı anlamlar ifade edebilmektedir. Örneğin; bir ülkenin tüm vatandaşlarının oy kullanacağı bir seçim, spor ve etkinlik organizasyonları, afet yardımlarının ulaştırılması, uzay istasyonuna deney setlerinin iletilmesi, ülkeler arası enerji iletimi, Afrika kıtasına gıda ve su desteği sağlanması vb. birçok alan için lojistik faaliyetlere başvurulmaktadır. Yelken yarış organizasyonlarının lojistiği, genel lojistik paradigması içinde kendine özgü bir alanda bulunmaktadır.

Lojistik bilimi doğası ve gelişimi gereği son derece interdisipliner alan olduğundan, çalışma konuları üzerinde literatürde çeşitli farklılıklar vardır.

Ömer Baybars Tek ve İlkey Karaduman (2012, s. 855-878) ise “işletme lojistiği” ve “kar amaçsız örgütler ve kamu lojistiği”ni birbirinden ayırmışlardır. Kar amaçsız örgütlerde yapılan lojistik çalışmalarını “kamu lojistiği”, “askeri lojistik”, “kar amaçsız örgütlerde lojistik” ve “afet lojistiği” alt başlıklarına bölmüşlerdir

Günümüz çalışmaları araştırıldığında “enformasyon lojistiği” ve “uzay lojistiği”nin de lojistiğin alt dalları olarak ortaya çıkmaya başladığını fark edebiliriz (Haftor, Kajtazi, 2009; Willems, Willems, Hajdasinski, 2009; Bobkowska, 2015; Lee, vd., 2008; Shull, vd., 2006).

Tüm bunlarla beraber; Stephan Hays Russell (2000, s. 14), lojistiği; “askeri veya mühendislik lojistiği”, “işletme lojistiği”, “organizasyon lojistiği” ve “işlem lojistiği” olarak dört ayrı alt kategoride yönetimin bir branşı olarak kabul eder. Buna göre organizasyon lojistiğini de lojistik yönetiminin bir dalı olarak değerlendirebiliriz.

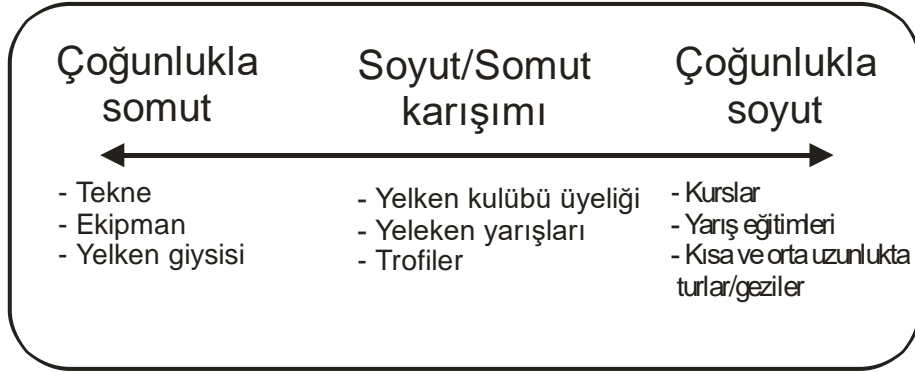
4. ORGANİZASYON LOJİSTİĞİ

Spor etkinlikleri, şirket buluşmaları, konser, festival vb. organizasyonların yönetimi yüksek müşteri gereksinimlerine bağlı olarak süre kısıtları, esneklik, maliyet – etkinlik ve teknik güvence gereksinimi gerektirir (Harjes, Scholz-Reiter, 2012, s. 303). Bu nedenle lojistik işlemler başarılı organizasyonların kuruluşu, işleyişi ve kapanışında önemli rol oynamaktadır.

İlkay Karaduman'ın yazınında anonim bir alıntı yaptığı “lojistik nefes gibidir: kesildiğinde hissedersiniz” sözü tam olarak organizasyon lojistiğine uygundur (Tek, Karaduman, 2012, s. 4). Bunun nedeni organizasyon lojistiğinin sahne arkasında çalışıyor olması ve organizasyonu destekleyen bu işlevlerden, katılımcıların çoğunun farkında olmamasıdır (Allen, vd., 2011, s. 452). Lojistik hizmetler ancak kesintiye uğradığı takdirde organizasyon sırasında eksikliği fark edilir hale gelir.

Yelken sporcusunun talep ettiği ürün ve hizmetler soyuttan somut unsurlara kadar geniş bir aralık içerisinde yer almaktadır.

Tablo 2. Yelken ürün/hizmet süreci



Kaynak: (Paker, 2011, s. 69)

Literatür içerisinde yapılan araştırmalarda Stephan Hays Russell'ın çalışması konunun ana hatlarını aşağıdaki gibi tanımlamıştır (Russell, 2000, s. 14);

“Organizasyon lojistiği, bir organizasyonun gerçekleşmesi için gereken kaynakları bir araya getiren aktiviteler ağıdır.”

Aynı zamanda Stephan Russel Hay çalışmasında Craig William'ın röportajına yer vermiştir. Bu röportajda, organizasyon lojistiğinin karakteristik özellikleri şu şekilde tanımlanmıştır:

“Organizasyon programına bağlı olarak kaynakların yerleştirilmesi ve geri çekilmesi, belirgin olasılıklar için planlama ve organizasyon yönetim ekibi için güçlü lojistik fonksiyonlarını sunmasıdır.” (Russell, 2000, s. 14), (Williams, 1998).

Ioannis Minis ve arkadaşlarının olimpiik oyunlardaki lojistik operasyonları kaleme aldıkları makalelerinde lojistik ve organizasyon arasındaki organik bağ ise şu şekilde tanımlanmıştır;

“Olimpiyat benzeri büyük bir organizasyonun sahnelenmesi için dış müşteriler, fonksiyonel alanların yönetimi ve alanların lojistik faaliyetleri ile alakalı planlama, yönetim, yürütme, takip etme, depolama, ulaştırma, dağıtım, kurulum ve tüm ekipmanların toparlanması gibi uçsuz bucaksız zorluklar için lojistiğe ihtiyaç vardır” (Minis, Paraschi, Tzimourtas, 2015, s. 622).

Tüm bunlara ek olarak akademik yazın ve kitaplarda organizasyon yönetiminin alt başlığı olarak lojistik yönetiminin ele alındığı ancak tam kelime karşılığı ile “organizasyon lojistiği” teriminin kullanıldığı kaynaklar da bulunmaktadır (Allen, vd., 2011; Getz, 2007; Westerbeek, vd, 2005; Shonk, 2011).

4.1. Organizasyon Lojistiğinin Fonksiyon ve İşlevleri

Buna göre organizasyon lojistiğinin unsurlarını Stephan Hays Russell Tablo 3'deki gibi örnek göstermiştir.

Tablo 3: Organizasyon Lojistiğinin Temel Unsurları

Beceriler	Protokoller	Servisler
- Organizasyon öncesi planlama, tedarik ve sahne kurulumu	- Lojistikçi Otoritesi	- Ekipmanların alana getirilmesi
- Organizasyon anında destekleme	- Stratejik planlama	- Malzemelerin alana getirilmesi
- Geri Toplanma	- Taktik planlar	- Tesis operasyonları
	- Tedarik sistemi	- Envanter yönetimi
	- Taşıma ağı	- Malların korunması ve kontrolü
	- İhtiyaç Algoritmaları	- Esnek müdahale
	- Geçici karar yeri kurulumu	- Performansçıya destek servisi
	- İletim ve depolama	

	<ul style="list-style-type: none"> - Tesis planları - Servis anlaşmaları - Beklenmedik durumların planlanması - Paketleme ve birleştirme - Tersine lojistik faaliyetleri - Ulaşım ve trafik yönetimi 	<ul style="list-style-type: none"> - İzleyici destek servisi - Medya destek servisi - Organizasyon sonrası yeniden konuşlanma - Enerji ihtiyaçlarının karşılanması -
--	--	---

Kaynak: (Russell, 2000, s. 15)

Johhny Allen ise organizasyon lojistiğinin önem arz ettiği noktaları tedarik, taşıma, iletişim, akış kontrolü, bilgi ağı şeklinde özetlemiş ve tedarigi müşteri, ürün ve tesis olarak üç parçaya ayırmıştır. Taşıma için lojistiğin maliyet azaltıcı etkisinden bahsederken; iletişim için lojistiğin diğer departmanlarla özellikle de pazarlama ile olan bağlayıcı ilişkisini irdelemiştir. Malzeme, izleyici ve ürün hareketliliğinin önemini “akış kontrolü” başlığında incelerken bilgi akışını bundan ayrı tutmuş ve “bilgi ağı” olarak ayrıca irdelemiştir (Allen, vd., 2011, s. 453-454).

Organizasyon yönetimi literatüründeki diğer kaynaklar ile lojistik yazınıni birleştirilerek organizasyon lojistiğinin temel fonksiyonları ve karşılık gelen işlevleri Tablo 4’deki gösterilmiştir.

Tablo 4: Lojistik Fonksiyonlara Göre Organizasyon Lojistiğinin İşlevleri

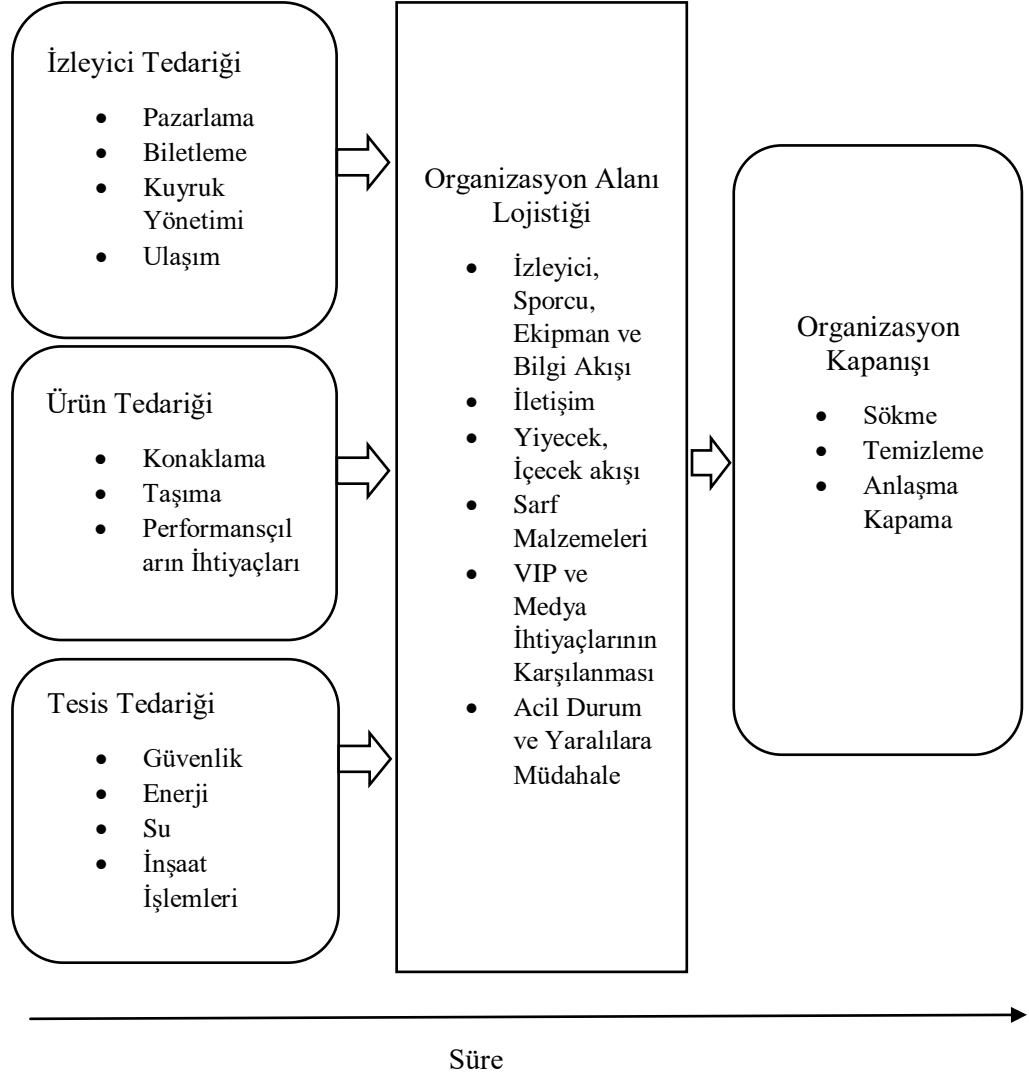
Fonksiyonlar	İşlevler
Depolama ve Saklama	<ul style="list-style-type: none"> - Sarf malzemeleri - Yiyecek ve içecek - Enerji kaynakları - Su
Tedarik	<ul style="list-style-type: none"> - Ekipman - Performansçı - Sarf malzemeleri - Yiyecek ve içecek
İletişim	<ul style="list-style-type: none"> - Birimler arası - İzleyiciler ile organizasyon arası - Performansçılar ile organizasyon arası - Organizasyon ile yerel otoriteler arası

Ulaştırma ve Trafik Yönetimi	<ul style="list-style-type: none">- İzleyici- Performansçı- Bilet- Sarf malzemeleri- Yiyecek ve içecek- Ekipman- Kuyruk yönetimi
Tersine Lojistik	<ul style="list-style-type: none">- Ekipmanın geri gönderilmesi- Söküm- Alanın tekrar tertip edilerek teslim edilmesi- Atık yönetimi
Yedek Parça ve Hizmet Desteği	<ul style="list-style-type: none">- Bakım ve onarım

(Allen, vd., 2011; Getz, 2007; Shonk, 2011; Russell, 2000; Westerbeek, vd, 2005; Tek, Karaduman, 2012; Shone , Parry, 2004; Harjes, Scholz-Reiter, 2012; Greenwell, Danzey-Bussell, Shonk, 2014; Minis, Paraschi, Tzimourtas, 2015)

4.2. Organizasyon Sürecine Göre Lojistik İşlemler

Johnny Allen organizasyon sürecine göre lojistik işlevlerin sırasını aşağıdaki tablo göstermiştir.



Tablo 5: Lojistik işlevlerin sırası

(Allen, vd., 2011, s. 453)

Organizasyon lojistiğinde ürünler sadece mal ve hizmetleri değil aynı zamanda performansçılar ve organizasyon için gerekli ekipmanlar anlamına da gelmektedir. Bir organizasyonun en büyük ürünü ise performansçılardır. Lojistiğin klasik tanımı bağlamında düşünüldüğünde, performansçılardan ve ekipmanların doğru zamanda, doğru yerde olmalarının organizasyon lojistiğinin temel işlevlerinden biri olduğu sonucunu doğurur.

Bu durumda performansının organizasyonun yapılacağı yerleşim yerine kadar tüm ulaşımlarının planlanması ve uygulanması, konaklama yerinin belirlenmesi, konaklama yerinden organizasyon alanına kadar ulaşımı ve performansının organizasyon sırasında ihtiyaç duyacağı yiyecek/içecek, kıyafet, ekipmanın tedarik edilmesi ve depolanması organizasyon lojistiğinin ürün yönünden ele alınması gereken işlevleridir.

4.2.1. Müşteri Tedariği

Bir organizasyonda “müşteri” kavramı etkinliği izlemek için para veren kişiler anlamına gelmektedir (Allen, vd., 2011). İşletme lojistiğinde olduğu gibi, organizasyon lojistiğinin de pazarlama ile kuvvetli bir bağı olmaktadır. Bir organizasyonun pazarlama faaliyetlerine bağlı olarak talep belirlenmekte ve organizasyonun lojistik faaliyetleri bu veriler ışığında kurgulanmaktadır. Kalacak yer temini, enerji ve su ihtiyacı, güvenlik ihtiyaçları, atık alanı kapasitesi, izleyici alanı büyüklüğü vb. lojistiğin sorumlu olduğu fonksiyonlarda pazarlamanın talebe olan etkisi göz önünde bulundurulmalıdır.

Aynı zamanda biletlerin müşteriye doğru zamanda, doğru yerde ve doğru şekilde, sağlam biçimde ve doğru maliyetle ulaştırılması da lojistiğin işlevidir. Bunu gerçekleştirmek için biletin ulaştırılacağı dağıtım kanalının belirlenmesi (posta, elektronik, kanal aracılığıyla, etkinlik anında) ve bu kanalların takibiyle beraber biletlerin geri toplanması işlemlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Tüm bunlara ek olarak, etkinlik alanına gelecek olan izleyici trafiğinin yönetimi de lojistiğin gerçekleştirmesi gereken bir işlemdir. Alan içi (tuvalet, yemek, sahne önü vb.) ve dışında oluşabilecek muhtemel kuyrukların minimize edilmesi organizasyonun sağlıklı işleme için elzem bir lojistik sorumluluk olmaktadır.

Son olarak izleyicilerin ulaşımlarının planlanması, müşteri tedariki altında gerçekleştirilen lojistik işlemi olup; kişilerin hangi ulaşım modları ile ulaşabileceğinin belirlemek; gerekirse yerel otoritelerle toplu ulaşım sistemlerini planlamak yine organizasyon lojistiğinin bir işlevidir.

Yelken yarışları organizasyonları, etkinliğin doğası gereği canlı izleyicisi az olan bir etkinliktir. Yarış denizde ve çoğu zaman karadan uzakta olduğu için genellikle sadece kamera kayıtları ile canlı veya sonradan izleyicisi ile buluşturulabilirler.

4.2.2. Organizasyon Alanı Lojistiği

İşletme lojistiğinin iletişim fonksiyonu altında müşteri ile şirket arasında ve şirket içerisinde iletişim kurulması bulunmaktadır (Tek, Karaduman, 2012, s. 22). Organizasyon lojistiği ise etkinlik ile izleyici

arasındaki ve organizasyon birimleri arasındaki iletişimi düzenleme işlevine sahiptir. Bu işlevin amacı, izleyicilerin tabela, gösterge, pano vb. işaretçilerle istedikleri noktaya en optimum şekilde ulaşmalarını sağlamak iken; telsiz, hoparlör, bilgi sistemleri vb. aracılıyla doğru bir şekilde yönlendirmektir.

Aynı zamanda güvenlik işlevi; olası bir afet, yangın, yaralanma veya acil bir durumda doğru yönlendirmeleri yapar, ambulans ve sağlık hizmetlerine en hızlı ulaşımı sağlar.

Bunların dışında lojistik, atık yönetimi, yiyecek ve içecek dağıtımını, medya desteği sağlanması, yedek parça ve tamir işlemleri ile organizasyon alanında ürün, müşteri ve hizmetlerin akışından sorumludur.

4.2.3. Organizasyon Kapanışı

Bir organizasyonun kapanışında lojistiğin görevi organizasyon sonrası söz konusu alanda olmaması gereken hiçbir şeyin kalmamış olmasıdır. Bu süreç ekipmanların uygun şekilde ambalajlanmasını, envanter kontrolünü, kiralanan ürünlerin sağlam ve uygun koşullarda geriye gönderilerek anlaşmaların kapanmasını gerektirmektedir. Bu noktada tersine lojistik fonksiyonundan bahsedilebilir. Atıkların toplanması ve bertaraf edilmesi, geçici tesislerin sökülmesi, gerekli kuruluşların bilgilendirilmesi de bu kapanış işlemlerinin lojistiği ilgilendiren bölümleridir.

5. TÜRKİYE YELKEN FEDERASYONU KURUMSAL YAPISI

Dünya’da yelkenin kurumsal olarak yapılması Paris’te 1907 yılının Ekim ayında yapılan toplantıda oluşturuldu ve IYRU (International Yacht Racing Union) olarak adlandırıldı. Ancak Türkiye’nin Uluslararası Yat Yarış Birliği’ne (IYRU) üyeliği, çok daha sonra, 1932 yılında gerçekleşmiştir. IYRU, 5 Ağustos 1996 yılında itibaren ISAF (International Sailing Federation olarak anılmaya başlanmış ve en son Kasım 2015’te isim değişikliğine giderek “World Sailing” – ismiyle faaliyetlerine devam etmiştir (World Sailing, 2015).

Uluslararası Yelken Federasyonu (ISAF), Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından tanınan ve yelken sporunun dünya da resmi olarak faaliyetlerinin yürütüldüğü organizasyondur.

ISAF’ın temel sorumlulukları;

- Yelken sporunun uluslararası arenada tanıtımı,
- Olimpik ve Paralimpik Yelken oyunlarının yönetimi,

- Yelken yarışlarında kullanılan, kuralların ve düzenlemelerinin geliştirilmesi,
- Yelken hakem ve yarış yöneticilerinin eğitimi,
- Yelken sporunun dünya çapında gelişimi,
- Yelken sporu ile ilgili tüm konularda sporcuları temsil edilmesi.

ISAF'ın üyeleri, ülkelerdeki ulusal yelken otoriteleri ve sınıf birlikleridir. Ülkemizde ise ISAF'a bağlı olarak yelken faaliyetleri Türkiye Yelken Federasyonu (TYF) çatısı altında yürütülmektedir.

Ülkemiz yelken sporunun gelişimi şu şekildedir; 1850 senelerinde ilk olarak yapılmaya başlanan yelken sporu, dönemin Büyükkada, Moda ve Yeşilköy sahillerindeki kulüplere bağlı yat sahiplerinin aralarında yaptığı yarışlar ile başlamıştır. 1914-1923 seneleri arasında, çeşitli savaşlar nedeni ile durulan yelken faaliyetleri 1923 senesinde Yelken, Kürek ve Yüzme dallarını kapsayan Su Sporları Federasyonu'nun kurulması ile tekrar güncelleşmiştir.1957 senesinde Yelken branşı Su Sporları Federasyonu'ndan ayrılarak 25 Mayıs 1957'de Türkiye Yelken Federasyonu (TYF) resmen kurulmuştur (www.tyf.org.tr)

Yelken sporunun icrasını düzenleyen kural ve gelenekleri dünyada Uluslararası Yelken Federasyonu, ülkemizde de Başbakanlık Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü bünyesindeki Türkiye Yelken Federasyonu yürütür.

Yelken Federasyonunun kurumsal yapısı ise; Başkan, Yönetim Kurulu, Merkez Hakem Komitesi, Teknik Kurul, Sınıf Sekreterlikleri, Eğitim Kurulu Organizasyon Komitesi, Sağlık Kurulu ve Hukuk Kurulu ile İllerde İl Yelken Temsilcisi, İl Tertip Komitesi İl Hakem Kurulu ve Yelken Kulüpleri ve Yönetim teşkil eder.

Yelken Federasyonunun ana tüzüğünde yer alan amacı; yelken sporunu tanıtmak, geliştirmek ve yaygınlaştırmaktır. Bu doğrultuda Yelken Federasyonu, İl Temsilcilikleri ve Yelken Kulüpleri yelken okulları açar, çeşitli sporcu, Milli Takım ve eğitim kampları düzenler, ülkemiz sularında yarışlar düzenler, sporcu ve hakem eğitim seminerleri yapar, Uluslararası platformda ülkemizin her konuda en iyi şekilde temsil edilmesini temin eder.

Ülkemizde Yelken Federasyonu tarafından tescil edilmiş yelkenli tekne sınıfları vardır. Bunlar;

- Olimpik kategoride: Laser, 470, Finn, RS:X
- Olimpik olmayan kategoride: Optimist, 420, Pirat, Techno293, Dragon, Yat ve Radyo Kontrollü Yat sınıflarıdır (www.tyf.org.tr)

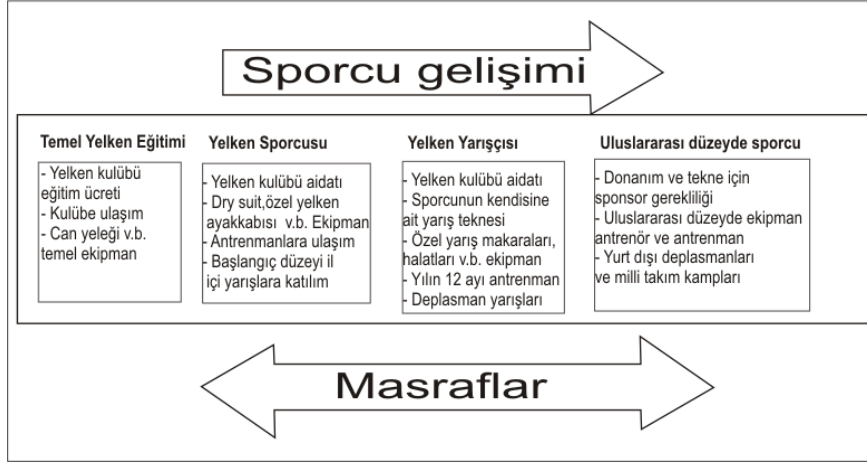
Yukarıda da belirtildiği gibi, yelken federasyonunun amaçlarından bir tanesi de ülkemiz denizlerinde ve iç sularında yelken

yarışlarını düzenlemektir. Bu yarışları da kendi bünyesinde bulunan Genel Yarış Talimatı, İlke Kararları ve Yelken Yarışı Düzenleme Talimatı başta olmak üzere diğer düzenlemeler ve talimatlar çerçevesinde yapar.

Öte yandan, bireyler tarafından yelken sporu yapılmak istediğinde, yelken sporcusunun gelişimi ve yarış etkinliklerine katıldığı zamanlarda sporcuyu, sporcunun ailesini ve sporcunun kulübünü bekleyen değişken maliyetler vardır. Tablo 6 söz konusu maliyetlerin sporcunun gelişimine bağlı değişimi konusunda bilgiler vermektedir.

Tablo 6:

Yelken Sporcusu gelişim/masraf değişim süreci



Kaynak: (Paker, 2011, s. 71)

6. BİR YELKEN YARIŞININ LOJİSTİĞİ: AKIŞ DİYAGRAMI HAZIRLANMASI

Bir yelken yarış organizasyonunun yarış öncesi, süresince ve sonrasında sağlanan hizmetler lojistik bakış ile değerlendirilmeye çalışılmış ve aşağıdaki akış diyagramı oluşturulmuştur. Diyagram oluşturulurken, bilimsel araştırma yöntemlerinden gözlem yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca yarış organizasyonlarında görev almış kişilerle, genellikle birden çok kere görüşülerek veri toplanmış, akış üzerinde konuşulmuş, Türkiye’de ve yurt dışında katılımcı veya organizasyon çalışanı olarak içerisinde buldukları organizasyonları anlatmaları

istenmiş akış diyagramı edinilen yeni bilgiler ve öneriler kullanılarak tekrar elden geçirilmiştir.

Bir optimist yelken yarışları düzenlenirken ilk iş tarihe karar verilmesi adımdır. Tarih belirlenirken TYF ve IODA takviminde yer alan diğer yarışlar, mevsimsel özellikler gibi kriterler dikkate alınır. Uluslararası katılımlı yarışların çekiciliği yarışa katılan takımların gücü ile doğru orantılıdır. Örneğin Singapur ve Tayland optimist branşında iddialı takımlardır ve Türkiye’de düzenlenen bir yarışa bu ülkeler gibi güçlü takımların katılması yarışın çekiciliğini artıracaktır. Güçlü ekipleri çekmenin yollarından birisi ise Olimpiyatlar, dünya şampiyonaları gibi büyük organizasyonların öncesinde yarış düzenlemektir. Örneğin optimist dünya şampiyonası öncesi güçlü ekipler denizi, iklimi uygun bir ülkede turnuvalara katılarak takımını şampiyonaya daha iyi hazırlamayı hedeflerler.

İkinci adım bütçe belirlenmesidir. Malzeme, insan, ulaşım v.b. tüm masraf kalemleri belirlenen hedefler üzerinden çalışılır, sponsorlar, destekçiler ve diğer kaynaklar belirlenir ve taslak bütçe çıkartılır.

Bütçe de oluşturulduktan sonra NoR kısaltması ile anılan yarış ilanı (Notice of Race) hazırlanıp ilan edilir. Yarışa dair her türlü bilgi bu ilanda olmalıdır. NoR daha sonra ilgili federasyona (Türkiyede TYF) ve uluslararası branş kurumuna (Optimist için IODA) gönderilir. Onay alınırsa yarış, yarış takviminde yerini alır.

Sonraki adım yarışın tutundurulması için yapılan çalışmaların başlamasıdır. Yarışa katılımcı çekilmesi için iki farklı araç kullanılır. Birincisi internet üzerinden web sitesi kullanılarak yarışın düzenleneceği bölgedeki rüzgarın, deniz suyu sıcaklığının dalga yüksekliğinin, parkurun, beldenin, ülkenin v.b. tanıtımının yapıldığı genele dönük tanıtımlar ve lojistik hizmetlerde sağlanacak kolaylıklar ile cazibenin artırılmasıdır. İkincisi ise, ilişki yönetimi ile organizasyona kulüp, antrenör ve sporcuların davet edilmesidir. Bu süreçte ön kayıtlar başlar ve katılımcılar web sitesi üzerinden ön kayıt formlarını doldurarak kayıtlarını yaparlar. Katılımcılar ulaşım için satın aldıkları biletlerin bir kopyasını yarış organizasyon komitesine ulaştırdıkları zaman ön kayıt kesinleşmiş kabul edilir. Organizasyon yabancı katılımcıların konaklama, transfer, malzeme v.b. taleplerini toplar ve organize eder. Havaalanı, konaklamanın yapıldığı otel ve yarış parkuru arasında transfer üçüncü taraf bir işletmeye devredilebilir veya organizasyon tarafından yapılabilir. Bazı durumlarda konaklama için anlaşılan işletme yemek ve ulaşım hizmetlerini de sağlayabilmektedir. Yurt dışından gelen katılımcılara geldikleri ülkede yarış için sporcu sayıları kadar yelkenli tekne (örn. Optimist) tahsis edilir. Ayrıca organizasyonun türüne göre her ekibe bir de antrenör botu temin edilebilir. Eğer organizasyonu üstlenen kurumda yeterince yelkenli tekne ve antrenör botu bulunmuyorsa kesinleştirilmiş kayıt sayısı üzerinden organizasyon tekne kiralama yapar. Türkiye’de

tekne kiralayan işletme sayısı sınırlıdır bu sebeple organizasyon komitesi yarıştan uzun zaman önce kiralama yapacağı tekneleri talep etmelidir. Türkiye’den gelen kulüpler sporcularını ve teknelerini özel treylerler kullanarak (Şekil 1) kendileri getirir ve eğer yardıma ihtiyaçları olursa otel, transfer ve yemek gibi konularda organizasyon komitesinden destek talep ederler.



Şekil 1: Optimistler ve antrenör botları treyler üzerinde

Kaynak: (www.optisa.org.au, 2016)

Bütün bu düzenlemeler sonrası, her bir ekibin karşılanma zamanları, konaklayacakları otelin detayları, rezervasyon bilgileri v.b. katılımcılara bildirilir. Kayıtlar NoR’da belirtilmiş tarihte kapatılır ve kesinleşmiş katılımcı listesi belirlenir ve web sitesinden ilan edilir.

Ödüller (armağanlar, kupalar, madalyalar) ile ilgili çalışmalar yapılır. Sponsor logoları, bayrak ve flamalar, etkinlik giysileri v.b. tasarımları ve siparişleri gerçekleştirilir.

Ulusal ve uluslararası hakemler ilgili federasyonlar tarafından atanır, görevli hakem listesi web sitesinden ilan edilir. Hakem heyeti genellikle yarış alanına sporculardan birkaç gün önce gelir ve mevcut rüzgar ve deniz durumuna bağlı parkur/şamandıra çalışmalarını yürütürler.

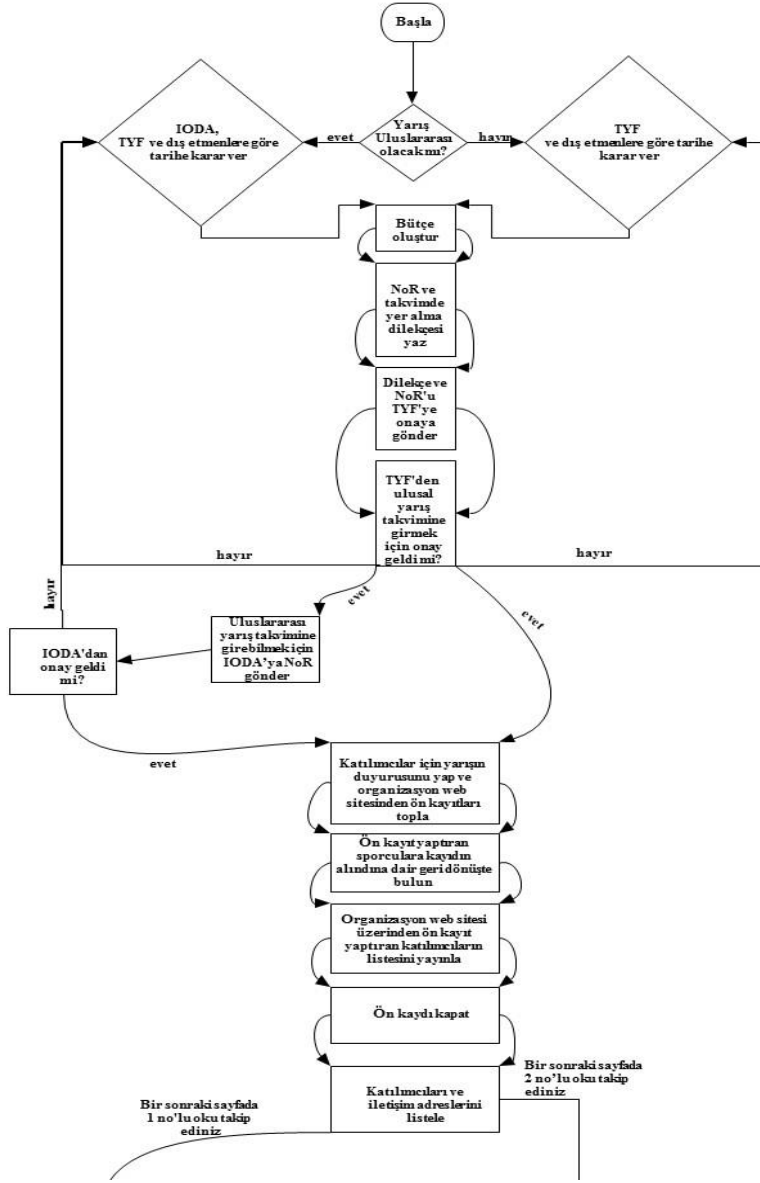
Gerekli ekipmanlar, yarış tekneleri, antrenör ve kurtarma botları yarış alanında hazır bulunur ve gerekli kontrolleri yapılır. Antrenör ve kurtarma botlarının yakıtları temin edilir.

Yarışmacıların yarış alanına gelişi sonrası, açılış töreni gerçekleştirilir. Bazı organizasyonlarda, şehir merkezinde tüm takımların, bayrakları ve flamaları ile katıldıkları, toplu bir resmi geçitte düzenlenir. Yarışlar NoR’da ilan edilmiş tarihler arasında gerçekleştirilir. Yarışlar

sonrasında kapanış/ödül törenleri ile etkinlik sonlanır. Sonuçlar web sitesi üzerinden duyurulur.

Yabancı katılımcıların geri dönüşleri organize edilir, transferleri sağlanır. Kiralanmış malzeme tekne ve botlar önceden anlaşılmiş yöntemle geri gönderilir. Bu işlem ile yarış organizasyonu sona erer.

Sürece ait akış diyagramı aşağıdaki şekil-2'deki gibi gösterilmiştir.

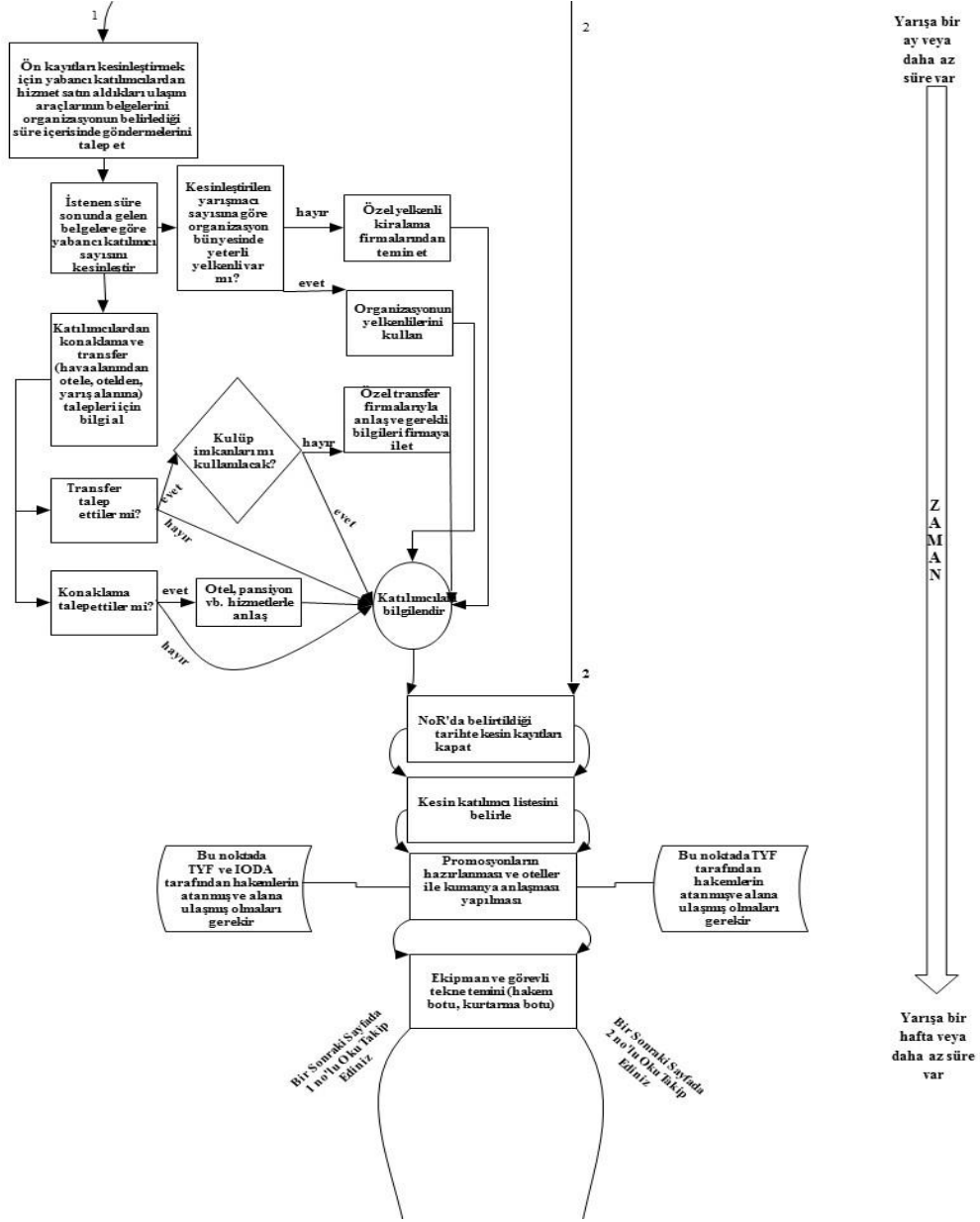


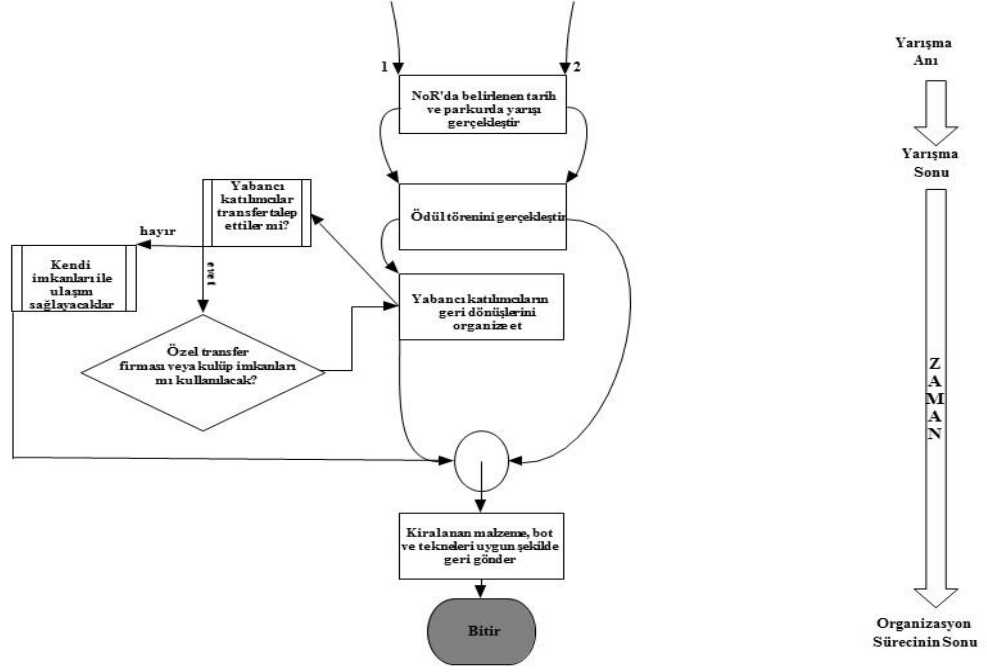
Organizasyon Sürecinin Başlangıcı

Yarıya bir yıl veya daha uzun süre var

Z
A
M
A
N

Yarıya bir ay veya daha fazla süre var





Kısaltmalar:

NoR - Notification of Race
 TYF - Türk Yelken Federasyonu
 IODA - International Optimist Dinghy Association

Şekil 2: Yelken Yarışlarında Organizasyon ve Lojistik Süreç Akış Diyagramı

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yelken yarışları, gerek su sporlarının gerekse deniz turizminin bir parçası olarak, teknik anlamda olduğu kadar, lojistik yönüyle de geliştirilmesi ve desteklenmesi gereken bir hizmet karmasıdır. Özellikle uluslararası katılımcılı yarışlar, ülke tanıtımında son derece önemli rol oynarlar. Yarış organizasyonunun başarısı, sonraki yıllarda tercih edilebilirlik üzerinde de etkilidir ve bu konu bir yelken kulübünün yılda katılabileceği yurt dışı yarış sayısının 2-3 ile sınırlı olduğu dikkate

alındığında son derece kritik bir öneme sahiptir. Yarış takvimi belli olduğu zaman kulüpler çok titiz bir değerlendirme süreci sonrasında katılacakları etkinlikleri seçerler. Katılınacak etkinliklere karar veren çoğu zaman antrenördür. Sporunun ailesi ekonomik gücü oranında çocuklarını yarışa gönderirler. Bu sebeple NoR ile duyurulmuş her detay katılımcı sayısını etkilemektedir. Dolayısıyla, yarış organizasyonlarının düzenlenmesi öncesi, sonrası ve yarışma sırasında kaynak kısıtlarının da dikkate alındığı, bir dizi lojistik adımın titizlikle planlanması ve kontrolü zorunludur. Öte yandan, ulusal ve uluslararası yarışlar incelendiğinde, yarış organizasyonlarının kişilerin tecrübelerine dayalı olarak yürütüldüğü ve çoğu zaman deneme-sınama yöntemine başvurulduğu görülmektedir. Bu konu hakkında, ilgili yazın da son derece yetersizdir. Konu gerek akademik gerekse uygulayıcılar yönlü araştırılmaya ve geliştirilmeye açıktır. Uluslararası yelken yarışlarını konu alan bu çalışmada, uluslararası yarış organizasyonunda yer alan kişilerin gözlemlerine dayalı olarak, yelken yarışlarının lojistik akış diyagramı oluşturularak söz konusu alan boşluğuna katkıda bulunulmak istenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, konunun özellikle federasyon boyutlarında yapılması gereken işlemler dizisi bellidir. Ancak, sürecin diğer lojistik adımlarıyla ilişkilendirilmesi ve hatasız, optimum yaklaşımlarla yönetilmesine dair gözlenen mevcut uygulamalar hataya ve dolayısıyla kayıplara açıktır. Öte yandan, yelken yarışları çoğu kulüp tarafından sadece sportif bir faaliyet olarak algılanmaktadır. Oysa ki, bir turistik çekim unsuru olarak, içinde bulunduğu destinasyona potansiyel sosyo-ekonomik katkısı son derece yüksektir. Dolayısıyla, deniz turizminin bir parçası olarak dikkate alınıp, ilgili pazarlama karmasının etkin bir şekilde geliştirilmesi gerekmektedir.

Yelken yarışlarına dair ileride yapılacak olan araştırmalar için katılımcıların (izleyici, kulüp, sporcu, aile) organizasyon beklentilerinin ölçülmesi önerilebilir. Söz konusu beklenti ölçeğinin tasarımı, bir ucu salt turistik diğer ucu salt sportif olan bir seçki oluşturularak, ilgili değişkenler ve varsa farklı beklentiye sahip yarışçı tipleri araştırılabilir, buna bağlı organizasyonlar düzenlenmesi tavsiye edilebilir.

Yelken Yarış Organizasyonu



Şekil 3. Yelkenci turistik-sportif algı hattı

Örneğin sportif odaklı yarışmalarda, turistik unsurlar daha geride tutulabilecek iken, turistik odaklı yarış organizasyonları gelen konukların çevreyi gezmeleri ve cazibe noktalarına uğramaları için farklı bir yarış gündemi planlayabilirler. Bu boş gün aynı zamanda olumsuz hava şartları sebebiyle yarış yapılamayan gün olursa elde yedek gün olarak da değerlendirilebilir. Beklentideki farkın kaynağı, katılımcının turistik-sportif algı hattında (Şekil 2.) nerede bulunduğu ile ilgilidir. İlave olarak, bu bağlamda, yelken yarışının, içinde bulunduğu destinasyonun turizm master planı çevresinde, yerel yönetimin liderliğinde ve diğer paydaşların ortak katılımıyla daha etkin bir organizasyona dönüşebilmesi konusunda araştırmalar yapmak, yelken yarışmalarının deniz turizmine daha çok katkı sağlayacak bir alan olarak gelişmesinde son derece önemli rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., Harris, R. (2011). *Festival&Event Management, 5th Ed.* Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Antoine-Henri Jomini, P. (1862). *Cis de l'art de Guerre.*
- Baker, C. B. (1905). *Transportation of Troops and Material.* Kansas: Hudson Publishing.
- Ballou, R. H. (1992). *Busines Logistics Management.* New Jersey: Prentice Hall .
- Bobkowska, A. E. (2015). Information Logistics as a Paradigm. *Federated Conference on Computer Science and Information Systems* (s. 1613–1621). Gdansk: ACSIS.
- DTO, İ. (2015). *Deniz Turizmi: Deniz Turizminin Dünü, Bugünü ve Sürdürülebilirliği.* İzmir: İMEAK DTO.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events.* Oxford: Elsevier Ltd.
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., Shonk, D. J. (2014). *Managing Sport Events.* Champaign, IL: Human Kinetics.
- Haftor, D. M., Kajtazi, M. (2009). *What is Information Logistics: An explorative study of the Research Frontiers of Information Logistics.* Ljungby: Linnaeus University.
- Harjes, F., Scholz-Reiter, B. (2012). Autonomous Control in Event Logistics. *Proceedings of the International Conference on Modeling and Applied Simulation,* (s. 302-307). Napoli.
- Lee, G., Jordan, E., Shishko, R., Weck, O. d., Armar, N., Siddiqi, A. (2008). Modeling and Simulating Space Logistics . *American Institute Aeronautics and Astronautics Space.* San Diego.
- Magee, J. F., Capacino, W. F. (1985). *Modern Logistics Management.* New York: John Wiley & Sons Inc.
- Mahan, A. T. (1890). *The Influence of Sea Power Upon History.* Naval War College Lectures.
- Minis, I., Paraschi, M., Tzimourtas, A. (2015). The design of logistics operations for the Olympic Games . *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management,* 621-642.
- Orams, M. (1999). *Marine Tourism: Development, Impact and Management .* London & New York: Routlege.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması.* Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paker, S. (2011). *Denizde Sportif Faaliyetlere Yönelik Tüketici Davranışı Analizi.* İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Russell, S. H. (2000, 4 24). Growing World Of Logistics. *Air Force Journal of Logistics,* 12.

- Shone, A., Parry, B. (2004). *Successful Event Management: A Practical Handbook*. London: Thomson.
- Shonk, D. (2011). *The encyclopedia of sports management and marketing*. Thousand Oaks: Sage.
- Shull, S. A., Gralla, E. L., Silver, M., Weck, O. d. (2006). Logistics Information Systems for Human Space Exploration: State of the Art and Emerging Technologies. *Spaceops*. American Institute of Aeronautics and Astronautics, Inc.
- Tek, Ö. B., Karaduman, İ. (2012). *Lojistik Yönetimi*. İstanbul: Ekonomi Yayınları.
- Westerbeek, H., Smith, A., Turner, P., Emery, P., Green, C., Leeuwen, L. v. (2005). *Managing Sport Facilities and Major Events*. New South Wales: Allen & Unwin.
- Willems, A., Willems, J., Hajdasinski, A. (2009). *Information Logistics Research Report: Frameworks in the healthcare industry*. Breukelen : NRI .
- Williams, C. (1998, Mar). No one says no to event logistician. Conducting the Olympics is logistics.
- World Sailing. (2015, 01 29). *Sailing.org*. World Sailing: <http://www.sailing.org/about/history.php#.VqtYLTZum3A> adresinden alındı
- www.optisa.org.au. (2016, 01 04). <http://www.optisa.org.au/wp-content/uploads/2010/09/Nordic-Trailer.jpg>. www.optisa.org.au: <http://www.optisa.org.au/wp-content/uploads/2010/09/Nordic-Trailer.jpg> adresinden alındı
- Yıldız, S. M. (2010). *Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.