3. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU

GİRİŞİMCİLİK ve YENİ FİKİRLER

Bildiriler Kitabı

EDİTÖRLER

Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK

Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ

26-27 Şubat 2016

Dokuz Eylül Üniversitesi-İZMİR

ONURSAL BAŞKAN

Prof. Dr. Mehmet FÜZÜN, Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörü

BİLİM KURULU ÜYELERİ

Prof. Dr. A. Güldem CERİT, Dokuz Eylül Üniversitesi (Başkan)
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY, Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Atila YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Atilla AKBABA, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Avşar KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Bahri ŞAHİN, Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DEMİR, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz METİN, Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Cevat TOSUN, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Durmuş Ali DEVECİ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hakkı KİŞİ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. İge PIRNAR, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir SEYHAN, Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem TUNA, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ, Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ALTUNÇ, Girne Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa KALKAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ, Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Nazmi KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer KOÇAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Salim SÖĞÜT, İstanbul Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Okan TUNA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Saime ORAL, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman ÖZKAYNAK, Piri Reis Üniversitesi
Prof. Dr. Temel SAHİN, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Ali ULAŞ, Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe BAŞ COLLINS, Bilkent Üniversitesi
Doç. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Erdal ARLI, Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ersan BAŞAR, Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Hülya KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Işıl ÖZGEN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail Bilge ÇETİN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Kpt. Selçuk NAS, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Kpt. Yusuf ZORBA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet SARIIŞIK, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Ozan DÜZBASTILAR, Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Ömür Yaşar SAATÇIOĞLU, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Sabah BALTA, Yaşar Üniversitesi
Doç. Dr. Sadık Özlen BAŞER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Soner ESMER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Şehriban KAYA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Zafer ÖTER, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Barış KULEYİN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Çimen KARATAŞ ÇETİN, Dokuz Eylül Üniversitesi Yrd.
Doç. Dr. Derya ATLAY IŞIK, Muğla Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Devrim YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Didem ÖZER ÇAYLAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Emrah ERGİNER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gamze ARABELEN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Güner ÖZMEN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kpt. Ali Cemal TÖZ, Dokuz Eylül Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Kpt. Burak KÖSEOĞLU, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kpt. Oğuz ATİK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kpt. Serim PAKER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. M. Serdar AYAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mustafa NURAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nil Kula DEĞİRMENCİ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nurser GÖKDEMİR IŞIK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Seçil VARAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Volkan ÇAĞLAR, Dokuz Eylül Üniversitesi

DÜZENLEME KURULU

Eşbaşkan: Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ , Dokuz Eylül Üniversitesi
Eşbaşkan: Yrd. Doç. Dr. Serim PAKER, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Gürhan AKTAŞ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Burcu ÇELİK - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Cemile SOLAK FIŞKIN - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Fevzi BİTİKTAŞ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Resul TEPE - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Volkan BAHÇECİ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Soner SÖYLER - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Mehmet ERTAŞ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Araş. Gör. Zehra Gökçe DÖNER - Dokuz Eylül Üniversitesi

3. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU-İZMİR
PROGRAM

26 Şubat 2016 (Dokuz Eylül Üniversitesi DESEM Bordo Salon-Mavi Salon)

08.00 – 09.00 – KAYIT

09.00 – 09.30 – AÇILIŞ (Bordo Salon)

- **Doç.Dr. Ebru GÜNLÜ** - Sempozyum Düzenleme Kurulu Eşbaşkanı
- **Yusuf ÖZTÜRK** - İMEAK Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi Yönetim Kurulu Başkanı
- **Emel ÇELİK** - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Deniz Turizmi Daire Başkan V.
- **Cemalettin ŞEVLİ** – T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz Ticareti Genel Müdür V.
- **Prof. Dr. Mehmet FÜZÜN** – Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörü

Plaket Töreni

10.00 – 12.00 – PANEL Başkan: Yrd. Doç. Dr. Serim PAKER - Bordo Salon

- **Çağlar ALTUNTAŞ** – SETUR Kuşadası Marina Müdürü
- **Savaş ERCAN** – MSC Gemi Acenteleri Koordinatörü
- **Aziz GÜNGÖR** – GLOBAL Liman Holding Kuşadası ve Bodrum Limanları Genel Müdürü
- **Tunç KURTLUOĞLU** – İMEAK DTO Yat İşletmeciliği Meslek Komitesi Başkanı

12.00 – 13.30 – Öğle Arası

13.30 – 14.45 – 1. OTURUM

Bordo Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, AREL Üniversitesi

- **Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye'nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi**
  Nur Kan, Barış Kuleyin
- **Yükseköğretimde Uzaktan Eğitim Tekniklerinin Uygulanması: Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programının İncelemesi**
  Ali Cemal Töz, Görkem Dikeç
- **Karikatüristler Gözüyle Deniz Turizmi: Turizm Karikatürlerinin Göstergebilim Yaklaşımı ile İncelenmesi**
  Zehra Gökçe Sel, Ceyda Lale, Gürhan Aktaş
- **Koylarımız, Mavi Yolculuk ve Deniz Turizmi'nin Sürdürülebilirliği**
  M.Faruk Okuyucu, İpek Bayraktar Sapmaz

Mavi Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi

- **Thalassoterapi'de Girişimcilik ve Yeni Fikirler**
  Ceren Albayrak, Sezginer Tunçer
- **Çanakkale ve Gökçeada Kıyılarında Yaşayan Deniz Kestanesi Türlerinin İzlenmesi ve Korunması Üzerine Araştırmalar**
  Sezginer Tunçer, Melis Yılmaz
- **Turizm Talebinde Yeni Eğilimler: Balıkçılık Turizmi**
  Mustafa Boz, Sezginer Tunçer
- **Bireylerin Donanımlı Dalış Sporuna Başlama Tercihlerinin Saptanması**
  Serkan Öznur

14.45 – 15.15 – Kahve Arası

15.15 – 16.45– 2. OTURUM

Bordo Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

- **Yatlarda Mavi Bayrak Uygulaması ve Yatçıların Çevresel Farkındalığına Etkisi**
  İlke Koşar Danışman, Gürcan Kaya
- **Mürettebatlı Yat Kiralamada Sürdürülebilirliğin Sağlanması için Gereken Stratejik Pazarlama Kriterlerin Belirlenmesi**
  Serim Paker, Neslihan Paker
- **Teknelerin Gemi ile Taşınmasına Dair Çalışma Haydarpaşa-Fethiye Örneği**
  Duygu Dernek, Birsen Koldemir
- **Türkiye'deki Yat Limanlarında Tekne Güvenliği Üzerine bir Araştırma**
  Özgür Altınkaya, Oğuz Atik
- **Türkiye'de Yatçılık Faaliyetlerinde Mavi Kart Uygulaması ve Uygulamada Yaşanan Sorunlar**
  İlke Koşar Danışman, Elif Koç, Alper Kılıç

Mavi Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Orhan İÇÖZ, Yaşar Üniversitesi

- **Kruvaziyer Turizminde Sürdürülebilirlik Yaklaşımı**
  Reyhan A. Ayazlar, Gökhan Ayazlar
- **Türkiye'deki Kruvaziyer Limanlarının Mevcut Durumu, Potansiyeli ve Gelişimine Yönelik Öneriler**
  Hatice Akpınar, Fevzi Bitiktaş
- **Kruvaziyer İşletmelerin Sosyal Medyadaki Reklamları İle İlgili Tüketici Algılarının İncelenmesine Yönelik bir Çalışma**
  Özlem Özgezmez, Gül Denktaş Şakar
- **Kruvaziyer Gemileriyle Seyahat Eden Yolcuların Destinasyon Algısı: İstanbul Limanı Üzerine bir Çalışma**
  Murat Yapıcı, Birsen Koldemir, Bilal Hişan

16.45 – 17.15 – Kahve Arası

17.15 – 18.45 – 3. OTURUM

Bordo Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Muharrem TUNA, Gazi Üniversitesi, TUADER

- **Mavi Bayrak Uygulamasının Önemi, Ölçütleri ve Ülkelere Göre Durum Değerlendirmesi**
  Remzi Fışkın, Erkan Çakır, Emin Deniz Özkan
- **Marina Hizmetlerinin Müşteri Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi: Bir Marina Uygulaması**
  Ali Cemal Töz, Gamze Arabelen, Oğuz Atik, Can Akaltan
- **Marina İşletmelerinde "Deniz Operasyon İşlemleri" Süreç Analizi: Bir Marina İşletmesinde Uygulama**
  Elif Koç, Çimen Karataş Çetin
- **Marina İşletmeleri ve Kullanıcıların Sürdürülebilir Çevreye Etkisi: İzmir için Kalitatif Bir Çalışma**
  Gökçe Tuğdemir, Hatice Soğukpınar, Melih Özbolat, A. Güldem Cerit
- **Marina Müşterilerinin Marinalarda Aldıkları Hizmetlerin Kalite Düzeylerine Yönelik Algılarının Analizi**
  Görkem Dikeç, Ali Cemal Töz

Mavi Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Mustafa TEPECİ, Celal Bayar Üniversitesi

- **Günübirlik Gezinti Teknelerince Sunulan Hizmetler: Bodrum Örneği**
  Ecem Kayserili, Şirvan Dinçer, Mehmet Özgür Yenilmez, A. Güldem Cerit
- **Çukurova Bölgesi Gezi Teknesi İşletmeciliğinde Jenerik Stratejiler**

Özcan Yaman, Bilge Aksay

- **Seferihisar Bölgesi Günübirlik Gezi Teknelerine Yönelik bir Vaka Analizi**
  H.İ.Halil Kesiktaş
- **Deniz Turizmi Yönetmeliğinin Günübirlik Gezi Tekneciliği Yönünden Değerlendirilmesi**
  Yiğithan Göksu, Oğuz Atik
- **Akdeniz'de Düzensiz Göçmenlik Sorununun Günübirlik Gezi Tekneciliği Açısından Değerlendirilmesi**
  Yiğithan Göksu, Oğuz Atik

27 Şubat 2016 (Dokuz Eylül Üniversitesi DESEM Bordo Salon-Mavi Salon)

09.30 – 11.00 – 4. OTURUM

Bordo Salon – Oturum Başkanı: Prof. Dr. Murat ÖZGÖREN, Dokuz Eylül Üniversitesi

- **Yatlarda Kullanılan Güneş Enerjisi Sistemlerinin Tasarımı Üzerine bir Araştırma**
  Onur Günay, Yiğit Gülmez, Oğuz Atik
- **Kruvaziyer Gemilerinden Kaynaklanan Sera Gazı Salımının İncelenmesi: Kuşadası Limanı Örneği**
  Murat Yapıcı, Barış Kuleyin
- **Kruvaziyer Gemilerin Karbon Salımı Tahmini: Kuşadası Liman Bölgesi için Sistem Dinamikleri Yaklaşımı**
  Yiğit Gülmez, Onur Günay, A.Güldem Cerit
- **Raflı Tekne Depolama Sistemleri Üzerine bir Araştırma**
  Bener Tahmaz, Oğuz Atik
- **Elektrikli Sevk Sistemlerinde, Hatve Kontrollü Pervaneler ile Sabit Hatveli Pervane Mekanizmaları Arasında Enerji Verimliliği Karşılaştırması**
  K. Emrah Erginer, Olgun Konur, Yiğit Gülmez

Mavi Salon - Oturum Başkanı: Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi

- **Bodrum International Optimist Regatta - Bior - Bodrum Uluslararası Optimist Yarışı**
  Volkan Acele, Serdar Çiçek
- **Yelken Yarış Organizasyonlarının Lojistik Süreçleri Üzerine Keşifsel bir Araştırma**
  Serim Paker, Batuhan Çullu, Neslihan Paker, Serdar Çiçek
- **Deniz Turizminde E-Ticaret ve Sosyal Medya Pazarlamaları**
  Barış Bozkurt
- **Çanakkale Deniz Muharebelerinin Denizde Dönemin Şartlarına Göre Tasarlanmış Savaş Gemisinde Kritik Olayların Yaşandığı Yer ve Sıraya Göre Tanıtılması**
  Barış Bulut
- **Spor Turizmi Faaliyetleri Çerçevesinde Masterlar Yüzme Yarışlarının Değerlendirilmesi: Marmaris Bölgesi Örneği**
  Mehmet Altuğ Şahin

11.00 – 11.30 – Kahve Arası

11.30 – 13.00 – PANEL Başkan: Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK - Bordo Salon

- **Özlem AKDURAK** – Çeşme Yelken Gençlik ve Spor Kulübü Başkanı
- **Mustafa DEMİRÖZ** – Bodrum Denizciler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı
- **Dr. Müh. Engin KALAFATOĞLU** - Alaçatı Beach Resort ve Surf Merkezi
- **Doç. Dr. Harun ÖZDAŞ** – Dokuz Eylül Üniversitesi Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü Öğretim Üyesi, Sualtı Arkeoloğu
- **Engin PALAOĞLU** – Engin Deniz ve Doğa Sporları İşletmecisi, Dalış Eğitmeni

İÇİNDEKİLER **Sayfa**

Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye'nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi Nur Kan, Barış Kuleyin	1
Yükseköğretimde Uzaktan Eğitim Tekniklerinin Uygulanması: Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programının İncelemesi Ali Cemal Töz, Görkem Dikeç	14
Karikatüristler Gözüyle Deniz Turizmi: Turizm Karikatürlerinin Göstergebilim Yaklaşımı ile İncelenmesi Zehra Gökçe Sel, Ceyda Lale, Gürhan Aktaş	34
Koylarımız, Mavi Yolculuk ve Deniz Turizmi'nin Sürdürülebilirliği M.Faruk Okuyucu, İpek Bayraktar Sapmaz	57
Thalassoterapi'de Girişimcilik ve Yeni Fikirler Ceren Albayrak, Sezginer Tunçer	70
Çanakkale ve Gökçeada Kıyılarında Yaşayan Deniz Kestanesi Türlerinin İzlenmesi ve Korunması Üzerine Araştırmalar Sezginer Tunçer, Melis Yılmaz	81
Turizm Talebinde Yeni Eğilimler: Balıkçılık Turizmi Mustafa Boz, Sezginer Tunçer	89
Bireylerin Donanımlı Dalış Sporuna Başlama Tercihlerinin Saptanması Serkan Öznur	107
Yatlarda Mavi Bayrak Uygulaması ve Yatçıların Çevresel Farkındalığına Etkisi İlke Koşar Danışman, Gürcan Kaya	116
Mürettebatlı Yat Kiralamada Sürdürülebilirliğin Sağlanması için Gereken Stratejik Pazarlama Kriterlerin Belirlenmesi Serim Paker, Neslihan Paker	125
Teknelerin Gemi ile Taşınmasına Dair Çalışma Haydarpaşa-Fethiye Örneği Duygu Dernek, Birsen Koldemir	146
Türkiye'deki Yat Limanlarında Tekne Güvenliği Üzerine bir Araştırma Özgür Altınkaya, Oğuz Atik	160
Türkiye'de Yatçılık Faaliyetlerinde Mavi Kart Uygulaması ve Uygulamada Yaşanan Sorunlar İlke Koşar Danışman, Elif Koç, Alper Kılıç	183
Kruvaziyer Turizminde Sürdürülebilirlik Yaklaşımı Reyhan A. Ayazlar, Gökhan Ayazlar	197

Türkiye'deki Kruvaziyer Limanlarının Mevcut Durumu, Potansiyeli ve Gelişimine Yönelik Öneriler Hatice Akpınar, Fevzi Bitiktaş	219
Kruvaziyer İşletmelerin Sosyal Medyadaki Reklamları İle İlgili Tüketici Algılarının İncelenmesine Yönelik bir Çalışma Özlem Özgezmez, Gül Denktaş Şakar	235
Kruvaziyer Gemileriyle Seyahat Eden Yolcuların Destinasyon Algısı: İstanbul Limanı Üzerine bir Çalışma Murat Yapıcı, Birsen Koldemir, Bilal Hişan	255
Mavi Bayrak Uygulamasının Önemi, Ölçütleri ve Ülkelere Göre Durum Değerlendirmesi Remzi Fışkın, Erkan Çakır, Emin Deniz Özkan	267
Marina Hizmetlerinin Müşteri Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi: Bir Marina Uygulaması Ali Cemal Töz, Gamze Arabelen, Oğuz Atik, Can Akaltan	289
Marina İşletmelerinde "Deniz Operasyon İşlemleri" Süreç Analizi: Bir Marina İşletmesinde Uygulama Elif Koç, Çimen Karataş Çetin	307
Marina İşletmeleri ve Kullanıcıların Sürdürülebilir Çevreye Etkisi: İzmir için Kalitatif Bir Çalışma Gökçe Tuğdemir, Hatice Soğukpınar, Melih Özbolat, A. Güldem Cerit	329
Marina Müşterilerinin Marinalarda Aldıkları Hizmetlerin Kalite Düzeylerine Yönelik Algılarının Analizi Görkem Dikeç, Ali Cemal Töz	356
Günübirlik Gezinti Teknelerince Sunulan Hizmetler: Bodrum Örneği Ecem Kayserili, Şirvan Dinçer, Mehmet Özgür Yenilmez, A. Güldem Cerit	379
Çukurova Bölgesi Gezi Teknesi İşletmeciliğinde Jenerik Stratejiler Özcan Yaman, Bilge Aksay	397
Seferihisar Bölgesi Günübirlik Gezi Teknelerine Yönelik bir Vaka Analizi H.İ.Halil Kesiktaş	411
Deniz Turizmi Yönetmeliğinin Günübirlik Gezi Tekneciliği Yönünden Değerlendirilmesi Yiğithan Göksu, Oğuz Atik	426
Akdeniz'de Düzensiz Göçmenlik Sorununun Günübirlik Gezi Tekneciliği Açısından Değerlendirilmesi Yiğithan Göksu, Oğuz Atik	441
Yatlarda Kullanılan Güneş Enerjisi Sistemlerinin Tasarımı Üzerine bir Araştırma Onur Günay, Yiğit Gülmez, Oğuz Atik	458

Kruvaziyer Gemilerinden Kaynaklanan Sera Gazı Salımının İncelenmesi: Kuşadası Limanı Örneği Murat Yapıcı, Barış Kuleyin	474
Kruvaziyer Gemilerin Karbon Salımı Tahmini: Kuşadası Liman Bölgesi için Sistem Dinamikleri Yaklaşımı Yiğit Gülmez, Onur Günay, A.Güldem Cerit	485
Raflı Tekne Depolama Sistemleri Üzerine bir Araştırma Bener Tahmaz, Oğuz Atik	507
Elektrikli Sevk Sistemlerinde, Hatve Kontrollü Pervaneler ile Sabit Hatveli Pervane Mekanizmaları Arasında Enerji Verimliliği Karşılaştırması K. Emrah Erginer, Olgun Konur, Yiğit Gülmez	520
Bodrum International Optimist Regatta - Bior - Bodrum Uluslararası Optimist Yarışı Volkan Acele, Serdar Çiçek	537
Yelken Yarış Organizasyonlarının Lojistik Süreçleri Üzerine Keşifsel bir Araştırma Serim Paker, Batuhan Çullu, Neslihan Paker, Serdar Çiçek	554
Deniz Turizminde E-Ticaret ve Sosyal Medya Pazarlamaları Barış Bozkurt	577
Çanakkale Deniz Muharebelerinin Denizde Dönemin Şartlarına Göre Tasarlanmış Savaş Gemisinde Kritik Olayların Yaşandığı Yer ve Sıraya Göre Tanıtılması Barış Bulut	591
Spor Turizmi Faaliyetleri Çerçevesinde Masterlar Yüzme Yarışlarının Değerlendirilmesi: Marmaris Bölgesi Örneği Mehmet Altuğ Şahin	600

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0001

KALKINMA PLANLARI ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'NİN DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Nur KAN [1] ve Barış KULEYİN [1]

ÖZET

Türkiye doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi tüm değerlerini koruma ve kullanma dengesi ile turizm alternatiflerini geliştirerek, turizmden elde ettiği payı artırmayı hedeflemektedir. Deniz turizmi eylem planlarının da yer aldığı Türkiye'nin 2023 yılı hedefleri doğrultusunda deniz turizmi stratejilerinin kalkınma planları açısından tarihsel gelişimi incelenerek içerik analizi yapılmıştır. Türkiye'nin her konuda büyümesini amaçlayarak hazırlanan beş yıllık kalkınma planlarında Türkiye'nin konumu, kültürel ve coğrafik özellikleri ve doğal güzellikleriyle avantajlı olduğu fakat hak ettiği payı alamadığı deniz turizmine ait geçmiş dönem politikaları ve stratejilerinin tarihsel gelişimi bu çalışmanın araştırma sorusunu oluşturmaktadır. Çalışma bu raporlar üzerinden içerik analizi tekniği kullanılarak yapılmıştır. Sonuç olarak Türkiye'nin deniz turizmi kapsamında beş yıllık kalkınma planlarında deniz turizmi için somut hedefler belirlenmediği, birçok avantaja sahip olunmasına rağmen ülke politikası olarak deniz turizminin benimsenmediği ortaya koyulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, İçerik Analizi, Kalkınma Planı

1. GİRİŞ

Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasını hızlandırmak için 30.09.1960 tarihinde kurulan Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (*2011 yılında Kalkınma Bakanlığı olmuştur*) devletin ekonomik, sosyal ve kültürel amaçlarının belirlenmesinde hükümete danışmanlık yapmakta, belirlenen hedefleri gerçekleştirmek için kalkınma planları hazırlamaktadır (KB, 2015).

Dünyada ve Türkiye'de değişen ekonomik ve sosyal koşullar çerçevesinde hazırlanan kalkınma planları ülkenin uzun vadeli yol haritasının belirlenmesinde ve belirlenen hedeflerin ülke politikası haline

gelmesinde önemli bir rol almaktadır. Planlar sadece kamu için değil, toplumun tamamı için uzun vadeli bir bakış açısıyla ortak hedefler oluşturmaya hizmet etmekte, tüm kesimlerin sahiplenmesiyle, toplumsal potansiyelin genelini harekete geçirerek, ekonomik ve sosyal gelişim hızlandırılmakta, kapsamlı bir kalkınma süreci yaşanmaktadır.

Kalkınma planı bir ülkede geçerli ekonomik, sosyal ve siyasal değer yargıları ışığında, belirli bir dönemde toplumun ulaşmak istediği sosyo-ekonomik amaçlara ve sayısal olarak belirlenmiş hedeflere en uygun bir biçimde varmak için, kaynakların belirli organlar tarafından yöneltilmesi olarak uzun bir süreç gerektirmektedir (Kutlu, 2004: 247).

Türkiye doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi tüm değerlerini koruma-kullanma dengesi içerisinde turizm alternatiflerini geliştirerek turizmden elde ettiği payı artırmayı hedeflemektedir. 2023 yılı hedeflenerek hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi içerisinde deniz turizmi eylem planlarına da yer verilmiştir. Yapılan bu çalışmayla; Cumhuriyetin kuruluşunun 100. yılı olan 2023 yılına kadarki 16 yılı planlayan "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" ile birlikte 1963-2018 yılları arasında yayımlanan Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planları, deniz turizmi açısından incelenerek tarihsel gelişimi analiz edilmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, 1963-2018 yılları arası dönemi kapsayan beş yıllık kalkınma planlarını deniz turizmi açısından içerik analizi tekniği ile ele almak ve kaydedilen gelişmeleri ortaya koymaktır. Ayrıca, bu araştırma "*Türkiye'de Deniz Turizmi Stratejileri: İzmir İçin Bir Analiz*" başlıklı hazırlanmakta olan yüksek lisans tezinin literatür taramasının bir bölümünü içermektedir. İleriki aşamalarda, beş yıllık kalkınma planlarının araştırılmasına ilaveten "*Özel İhtisas Raporları*", "*Ulaştırma Şuraları*" ve "*Kültür ve Turizm Bakanlığı planları*" incelenerek çalışma geliştirilecek, konu daha net tartışılır hale getirilecektir. Bu çalışma kalkınma planları ile sınırlandırılmış, çalışmanın hacminin artmaması için diğer incelemeler bildiriye dahil edilmemiştir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada planların incelenmesi içerik analizi tekniği kullanılarak yapılmıştır. İçerik analizi, anlamları yakın olan verilerin karakterize edilerek karşılaştırılması ile ortaya konan sistematik bir tekniktir (Altunışık ve diğerleri, 2012: 324-325). Çalışma esnasında yapılan literatür taramasında beş yıllık kalkınma planlarında "*turizmde tanıtma çalışmaları*" ve "*eğitim*" ile ilgili içerik analizi çalışmalarının

yapıldığı görülmüştür (Demir, 2014; Gönülaçar, 2014). Bu çalışmada toplamda 4.341 sayfadan oluşan 1963 – 1967 yılları Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1968 – 1972 yılları İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1973 – 1977 yılları Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1979 – 1983 yılları Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1985 – 1989 yılları Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1990 – 1994 yılları Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1996 – 2000 yılları Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2001 – 2005 yılları Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2007 – 2013 yılları Dokuzuncu Kalkınma Planı, 2014 – 2018 yılları Onuncu Kalkınma Planı incelenmiştir. Bahse konu on plan ayrı ayrı değerlendirilerek önceden belirlenen sözcük grupları taraması yapılmıştır. Çalışmada 1963-2018 yılları arasını kapsayan toplam 10 adet Beş Yıllık Kalkınma Planında yer alan deniz turizmine ilişkin değerlendirmede bulunmak amacıyla cümle bazında içerik analizi kullanılmıştır. Planlarda "*deniz turizmi*", "*kıyı turizmi*", "*kruvaziyer*", "*yat turizmi*" ve "*su sporları*" anahtar sözcükleri temel alınarak bilgisayar ortamında tarama yapılması suretiyle analiz gerçekleştirilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

1980-1990 dönemi, Türkiye'de turizm sektörünün en hızlı gelişme gösterdiği yıllardır. Söz konusu dönemde yatak sayısı 56.000'den 173.000'e ulaşmış, ülkeye gelen turist sayısı ise 1,2 milyondan 5,3 milyona yükselmiştir (ÖİK, 2014: 11). Çarpan etkisiyle turizm sektörünün alt sektörlerinde de önemli gelişmeler olmuş, Türkiye'nin Batı Avrupa ülkelerinde ilgi uyandıran bir turizm hedefi (destinasyonu) olması bu konuda istihdam ve yatırımları tetiklemiştir.

Türkiye'de turizm sektörü 1991 yılından itibaren iki dönem halinde incelenebilir (ÖİK, 2014: 11);

a) 1991-1997 dönemi: Birinci Körfez Savaşı neticesinde rakip ülkeler seviyesindeki düşük fiyatların benimsenmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu dönemde ikinci belirgin gelişim, 90'lar öncesinde gündemde olmayan yerli turizmin başlamasıdır.

b) 1998 ve sonrası: Türkiye'de turizm sektöründe işletme kavramı ve sürdürülebilirlik oraya çıkmış, yatırımların yönlendirilmesinde farklılıklar yaşanmıştır. Başlangıçta, genellikle inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmalar yatırımcı olarak turizme girmiştir. Bu dönemin bir başka özelliği de, "*her şeyi devletten bekleme*" döneminin turizm sektörü için ortadan kalkmaya başlamasıdır. Ancak, devlet ile özel sektör arasındaki rol paylaşımının detaylı olarak tespit edilmemiş olması, sektördeki verimliliğin düşmesine yol açmaktadır.

Türkiye'de "*deniz turizmi*" kavramından önce "*yat turizmi*" kavramı ortaya çıkmıştır. 04.08.1983'te yürürlüğe giren Yat Turizmi

Yönetmeliği, 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği'nin 60. maddesiyle yürürlükten kaldırılmıştır. Böylelikle kruvaziyer, dalış turizmi, windsurf kitesurf sporları, eğlence amaçlı su üstü sportif faaliyetleri, günübirlik gezi tekneleri, marinalar ve yat işletmeleri gibi kavramlarla birlikte Deniz Turizmi çeşitliliğimiz mevzuatta yer almaya başlamıştır. Bu çeşitliliğe ilave olarak Orams'ın (1999) ifade ettiği üzere; deniz-kum-güneş (*3S-Sun, Sea, Sand*) turizmi, balina gözlem turları, fiyord turları, balık avlama turları gibi başlıklar da deniz turizmi çeşitliliğini oluşturmaktadır.

Bu kapsamda deniz turizminin Türkiye'deki tarihsel gelişimi ortaya konmak amacıyla DPT tarafından yayınlanan beş yıllık kalkınma planları ayrı ayrı incelenerek aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

4.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelemesi

03.12.1962 tarihli ve 11272 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında deniz turizmi / yat turizmi kavramı yer almamaktadır. Türkiye'nin ilk kalkınma planında deniz turizmi ile ilgili olarak "*turizm için küçük iskeleler yapılması*" planlanmış, ilk 3 yıl ikişer milyon olmak üzere toplam 8 milyon TL'lik yatırım yapılması gerektiği belirtilmiştir. Aynı kalkınma planında "*balıkçı barınağı iskeleleri yapılması*" için gereken yatırım tutarının 88 milyon TL yani 10 katı olarak belirlenmiş olması dikkati çekmektedir (DPT, 1963: 396).

4.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

1968 – 1972 yıllarına ait İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda da deniz/yat turizmi kavramına ve bunlarla ilgili herhangi bir stratejik plana rastlanmamıştır.

4.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

1973 – 1977 yıllarını kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turist sayısı, turizm gelirleri ve konaklama tesisleri kapasitesindeki gelişmeler bakımından bir önceki plan hedeflerinin altında kalındığı anlaşılmaktadır (DPT, 1973: 21). Bununla birlikte turist sayısı ve turizm gelirlerinin artış hızları dünyadaki ortalama gelişme hızlarından fazla olmuştur. Öncelik bölgelerinde alt yapı yatırımlarının; hava alanı yapımı, karayollarının iyileştirilmesi, yerleşmelerin su, elektrik ve kanalizasyon tesislerinin yapımı ve "*yat yanaşma yerleri*" inşaatına yönelmesi hedeflenmiştir (DPT, 1973: 619).

4.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

1979-1983 yıllarını kapsayan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer alan hedeflere göre deniz, göl ve nehir kıyılarının toplum yararına kullanılması planlanmıştır. Kamu kuruluşlarına ait kampların ve dinlenme tesislerinin dış turizme açılarak, daha geniş kitlelere yayılmasının deniz turizmi ile bağlantılı tek hedef olduğu söylenebilir (DPT, 1979: 243).

4.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

1985 – 1989 yıllarını kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizm alan ve merkezlerinin geliştirilmesi öncelik taşımaktadır. Devlet; konferans, termal, yat ve kış turizmleri için altyapıyı geliştirmeye ağırlık vermeyi planlamış; bunun için Güney Antalya Projesi'ne benzer altyapı projeleri hazırlanıp uygulanması hedeflenmiştir. Üst yapının geliştirilmesi, yatak kapasitelerinin arttırılması ve özellikle işletmecilik eğitimi konularının Devletçe desteklenmesi ve yabancı sermaye teşviki söz konusu olmaktadır (DPT, 1985: 198). Türkiye'nin tabiî tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av ve su sporları, festival, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli, ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz ve sağlıklı tutma ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda planlanmıştır (DPT, 1985: 120). Deniz turizmi hedefleri bu planlamada da genel olarak diğer turizm çeşitleriyle beraber anılmıştır.

4.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

1990 – 1994 yıllarını kapsayan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Türkiye kıyılarının sanayi, ticaret ve turizm sektörleri yönünden sosyal, ekonomik ve çevresel özelliklerini, mevcut liman kapasitelerini ve sektörel gelişmeye uygun kıyı kesimlerinin potansiyellerini belirleyecek bir çalışma gerçekleştirilmesi planlanmıştır (DPT, 1990: 274). Planlara göre; turizm sektörüne ayrılan kamu kaynakları öncelikle eğitim ve teknik altyapının geliştirilmesine tahsis edilecektir (DPT, 1990: 352). Kıyıların sanayi, ticaret ve turizm yönünden taşıdıkları önem ve özellikleri belirlenerek liman yapımına uygun kıyı kesimlerini tespit edecek kapsamlı bir çalışma yapılması, sektörde kış, av ve su sporları ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve üçüncü yaş turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilmesi deniz turizmine uygun planlar olarak değerlendirilebilir (DPT, 1990: 281).

4.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

1996 - 2000 yıllarını kapsayan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda "*deniz turizmi*" kavramı ilk kez kullanılmıştır. Doğu Akdeniz'e yönelmekte olan uluslararası yat trafiğinin getireceği faaliyetlerin sağlıklı bir yapıya kavuşturulması amacıyla deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerin koordinasyonu için "*Deniz Turizmi Birliği Yasası*" çıkartılması planlanmıştır (DPT, 1996: 299). Mevcut durum analizi yapılmış altyapının finansmanına mahalli idarelerin ve kullanıcıların etkin olarak katılımının sağlanamaması ve kamu finansman imkânlarının kısıtlı olması nedenleriyle Akdeniz-Ege Turizm altyapısı ve kıyı yönetimi (ATAK) projesinin programlanan şekilde yürümediği belirtilmiştir. Diğer taraftan yat limanlarının yetersizliği ve inşaatlarının kaynak sorunu nedeniyle uzun sürmesinin sektörü olumsuz yönde etkilediği belirtilmiş, turizmin çeşitlendirilememesinden kaynaklanan sorunların da devam ettiği rapor edilmiştir.

Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacı ile golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, yat, karavan, kruvaziyer, kongre ve eğlence turizmini geliştirme faaliyetlerine devam edilmesi planlanmıştır. Daha önceki kalkınma planlarına ilaveten Yedinci Kalkınma Planı'nda "*yat ve kruvaziyer turizmi*" kavramları geliştirilmesi planlanan turizm çeşitleri arasında yerini almıştır (DPT, 1996: 162).

Yedinci Kalkınma Planı ile beraber Özel İhtisas Komisyonları Raporları 6 ana başlıkta 22 alt komisyon tarafından hazırlanmıştır. Bu raporlarda turizm veya deniz turizmi komisyonu yer almamıştır. Ulaştırma başlıklı 4 komisyon raporu incelenmiş olup, bu raporların şehir içi ulaşım, demiryolları, petrol ve madencilik konularında olduğu, deniz turizmi, turizm, yat turizmi ve kıyı turizmi kavramlarına hiç yer verilmediği görülmüştür.

4.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi

2001 – 2005 yıllarını kapsayan Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerin eşgüdümü ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulması için Deniz Turizmi Birliği Kanun Tasarısı Çalışmaları tamamlanması planlanmıştır. Mevcut durum analizinde; turistik yerleşim alanlarında önemli bir sorun olarak ortaya çıkan çevre kirlenmesi ve altyapı eksikliklerinin giderilmesi için başlatılan, Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesinin uygulanmasında, yeni bir finans modelinin yaratılamayışı nedeniyle fazla bir mesafe alınamadığı rapor edilmiş, projelerin

yürütülmesinde, idari ve mali sorunların çözümlenmesi ve Hazine garantisine gerek duyulmayacak bir model çerçevesinde proje uygulamasının hızlandırılmasının sağlanması planlanmıştır (DPT, 2001: 167, 171). Hızlı kentleşme, başta kıyı alanları ve denizler olmak üzere doğal kaynaklar üzerindeki baskıları, atıkların miktarını ve diğer çevre sorunlarını artırdığı rapor edilmiş, deniz turizmiyle ilgili başka bir planlamaya yer verilmemiştir (DPT, 2001: 187).

Sekizinci Kalkınma Planı ile beraber 98 konu başlığında 129 Özel İhtisas Komisyonu Raporu hazırlanmıştır. Turizm Özel ihtisas Komisyonu Raporu'nun içerisinde 20 sayfalık Deniz Turizmi Alt Komisyon Raporu'na yer verilmiştir. Bu raporda deniz turizmi sorunları ele alınarak çözüm önerilerinde bulunulmuştur (ÖİK, 2001: 116-136). Fakat Sekizinci Kalkınma Planı'nda belirlenen stratejiler bu raporun çok küçük bir bölümünü içermektedir. Bu çalışmanın çerçevesi Kalkınma Planları olarak kısıtlandığından Özel İhtisas Komisyonu Raporları detaylarına başka çalışmada yer verilmesi planlanmaktadır.

4.9. Dokuzuncu Kalkınma Planının İncelenmesi

2007-2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı; 28.04.2005 tarihinde 5339 sayılı Yasa ile 2005 yılı sonunda tamamlanan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ardından, hazırlanan yeni Planın Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne sunulması bir yıl ertelenmiş ve Dokuzuncu Kalkınma Planı'nın 2007 yılında başlaması kararlaştırılmıştır. Bu amaçla 05.07.2005 tarihli Başbakanlık genelgesi kapsamında, çok geniş bir alan yelpazesine sahip 57 adet Özel İhtisas Komisyonu oluşturulmuştur. Alt Komisyonlarla birlikte bu sayı 66'dır (DPT, 2007: 2).

2007-20013 yılları için hazırlanan Kalkınma Planı'nda deniz turizmi ile ilgili her hangi bir plana yer verilmezken, kıyı turizmi, yat, kruvaziyer gibi kavramlar da yer almamıştır.

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonlarından biri olan Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda bir önceki kalkınma planında olduğu gibi "*deniz turizmi*" için ayrı bir bölüm ayrılmamıştır. Mevcut durum değerlendirmesinde deniz turizmi için daha önceki hedeflerin tutturulduğu, gelişimde ivme kazanıldığına değinilmiş ve olumlu bir tablo çizilmiş ancak somut bir karşılaştırma yapılmamıştır. Bu kalkınma planında yer alan ifadelerle "*Turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında termal ve sağlık turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi, dağ ve yayla turizmi, kış turizmi, üçüncü yaş ve gençlik turizmi, yat ve deniz turizmi yatırımlarına öncelik verilmelidir."* ifadesine yer verilmiştir. Sekizinci Kalkınma Planı deniz

turizmi alt komisyon raporunda oluşturulan somut planlara bu plan dahilinde yer verilmemiştir (ÖİK, 2007: 12/35).

4.10. Onuncu Kalkınma Planının İncelenmesi

2014 - 2018 yıllarını kapsayan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda 2010 yılında Kıyı Yapıları Master Planı tamamlanmış ancak ilgili kurumların rehber olarak kullanacağı hale getirilememiştir (DPT, 2014: 108). Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek turizm sektörünü geliştirme potansiyeli bulunduğu belirtilmiş, sağlık turizmi başta olmak üzere, bu turizm çeşitlerine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi planlanmıştır (DPT, 2014: 114). Son hazırlanan ve içerisinde bulunduğumuz beş yıllık süreci kapsayan kalkınma planında sağlık turizmi üzerinde durulmuş ve kalkınma planı içerisinde ayrı bir bölüme yer verilmiştir (DPT, 2014: 182/183).

Onuncu Kalkınma Planı'nda 66 adet Özel İhtisas Komisyonu kurulmuştur. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporunda; suya bağlı turizmin (aquatic tourism) geliştirilmesinin sağlanması planlanmıştır (ÖİK, 2014: 66).

Ayrıca deniz, kıyı ve limanlara yönelik hedefler belirlenmiştir. Bunlar; Ege ve Akdeniz kıyılarından başlayarak kıyı master planları hazırlanması ve yat limanı yapımına uygun bölge ve sahaların kısa, orta, uzun vadeli önceliklerinin belirlenmesi, denizlerimizin kirletilmesinin önlenmesi için tedbir alınmasıdır (ÖİK, 2014: 72).

Deniz, kıyı ve limanlara yönelik eylemler ise marina yapılmasına uygun yerlerin, jeolojik/biyolojik/sosyal/ulaşım vb. hususlarla ilgili tüm kriterler dikkate alınarak incelenmesi, ilgili bakanlıklar arası ve devlet-özel sektör koordinasyonunu sağlayacak bir yönetim yapısının oluşturulması, havaalanı, karayolu vb. ulaşım ile alt yapı sorunları çözülmemiş bölgelerde, marina yatırımları öncesinde, söz konusu eksikliklerin tamamlanmasına öncelik verilmesi, plajlarda lisanslı cankurtaran bulundurulması ve su sporları disiplinine dâhil edilmesi, Turizm amaçlı kullanılan plajlarda "plaj profili" çıkartılması, Deniz suyunun mikrobiyolojik analizlerinin AB normlarına göre yapılmasına devam edilmesi ve sonuçlarının kamuoyu ile paylaşılmasıdır (ÖİK, 2014: 73).

Onuncu Kalkınma Planı Turizm İhtisas Komisyonu Raporu'nda 2023 Turizm Stratejileri değerlendirilmiş; söz konusu dokümanın Ulaşım Eylem Planı'nda önerilen altyapıların bazılarının çok büyük kaynak gerektirdiği için yapılabilirliğinin tereddüt yarattığı belirtilmiştir.

Denizyolu ulaştırması ile ilgili, "*on adet kruvaziyer limanı yapılması*" konusunda yeniden liman inşası mı yapılacak, mevcut limanlar mı kullanılacak konusuna açıklık getirilmediğinin üzerinde durulmuştur (ÖİK, 2014: 23).

Kıyıların korunmasında, çevre bilincinin gelişmesinde ve turizm pazarlamasında Mavi Bayrak Projesinin başarılı olduğu değerlendirilmiştir (ÖİK, 2014: 31).

Ege ve Akdeniz'in yanında Karadeniz'in de kruvaziyer turizmine katılması Türkiye'nin turizm fırsatı olarak nitelendirilirken, yat turizmini geliştirmeye uygun kıyılar, kıyı yapıları ve rüzgârın varlığı Türkiye'nin güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilmiştir. Kıyı bölgelerinde yoğun kullanım nedeni ile koruma – kullanma dengesinin bozulması ve Doğu Akdeniz bölgesinin çekiciliğinin artması sonucu marina sayısındaki plansız artış Türkiye turizmine tehdit olarak değerlendirilmiştir (ÖİK, 2014: 35).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'de 1962 yılından beri 2011 yılı itibariyle Kalkınma Bakanlığı olarak ismi değiştirilen Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan planlarda deniz turizmi kavramının ve bu konudaki hedeflerin gelişimi aşama aşama incelenmiştir. 1983 yılında yayınlanan Yat Turizmi Yönetmeliği sonrasında sektörel olarak değerlendirmeye alınan deniz turizmi birçok konuda gelişime açıktır. Kalkınma planları incelendiğinde deniz turizmi ile ilgili değerlendirme ve stratejiler Tablo 1'deki gibi özetlenebilir;

Tablo 1: Kalkınma Planlarında Deniz Turizmi Stratejileri

Kalkınma Planı	**Deniz Turizmi İle İlgili Değerlendirme ve Stratejiler**
Birinci Kalkınma Planı (1963 – 1967)	Turizm için küçük iskeleler yapılması
Üçüncü Kalkınma Planı (1973 – 1977)	Yat yanaşma yeri inşaatına önem verilmesi
Beşinci Kalkınma Planı (1985 – 1989)	Türkiye'nin tabiî tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av **ve su sporları**, festival, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli, ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz ve sağlık tutuma ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi, Devlet tarafından konferans, termal, **yat** ve kış turizmleri için altyapıyı geliştirmeye ağırlık verilmesi,
Altıncı Kalkınma Planı (1990 – 1994)	Turizm yönünden taşıdıkları önem ve özellikleri belirlenerek liman yapımına uygun kıyı kesimlerini tespit

	edilmesi, Sektörde kış, av ve **su sporları** ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve üçüncü yaş turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilmesi
Yedinci Kalkınma Planı (1996 – 2000)	Deniz Turizmi Birliği Yasası'nın çıkartılması, Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacı ile golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, **yat**, karavan, **kruvaziyer**, kongre ve eğlence turizmini geliştirme faaliyetlerine devam edilmesi
Sekizinci Kalkınma Planı (2001 – 2005)	Deniz Turizmi Kanunu Tasarısı çalışmalarının tamamlanması
Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007 – 2013)	Turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında; termal ve sağlık turizmi, kültür, kongre, dağ ve yayla turizmi, kış turizmi, üçüncü yaş ve gençlik turizmi, **yat ve deniz turizmi** yatırımlarına öncelik verilmesi
Onuncu Kalkınma Planı (2014 – 2018)	Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, **kruvaziyer turizmi** ve kültür turizmiyle bütünleştirerek sağlık turizmi başta olmak üzere, bu turizm çeşitlerine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi planlanmıştır.

Kaynak: İlgili kalkınma planlarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Kalkınma planlarının deniz turizmi açısından gelişimi incelendiğinde planların somut olarak stratejik bir yapıyla ele alınmadığı görülmektedir. Deniz turizmi kavramı, ilk kez 1996 yılında yedinci beş yıllık kalkınma planında yer almış olup deniz turizmiyle ilgili yasal düzenlemeler yedinci ve sekizinci beş yıllık kalkınma planlarında yer almasına rağmen gerçekleşmesi 2009 yılını bulmuş ve Deniz Turizmi Yönetmeliği çıkartılmıştır. Tablo 1'de de görüldüğü üzere; deniz turizmi, yat turizmi, kruvaziyer turizmi kavramları birbirine benzer cümlelerle, diğer turizm çeşitleriyle beraber anılmış ve sürekli geliştirilmesi planlanarak somut hedeflerin yer almadığı bir paragrafta değerlendirilmiştir.

1963 yılı birinci beş yıllık kalkınma planında somut bir ifadeyle "*turizm için küçük iskeleler*" yapılması planlanmıştır; lakin aynı planda balıkçı barınaklarına on katı değerinde yatırım yapılması gerektiği rapor edilmiştir. Bugün mevcut durumda, gezi tenezzüh tekneleri ve yatların bağlama yeri sorunu yaşadığı ve balıkçı barınaklarına bağlama yaptıkları göz önüne alındığında geldiğimiz noktaya bu planlamanın sebebiyet verdiği değerlendirilmektedir. Hali hazırda balıkçı barınaklarının deniz turizm tesisi olarak değerlendirilebilmesi imkânsız olmakla beraber, alt yapı sorunları bulunmakta ve bu tesislerde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından deniz turizmi araçlarının kullanımına izin verilmemektedir. Dolayısıyla gerekli alt ve üst yapı yatırımları

yapılamamaktadır. Bu bağlamda ilk kalkınma planı hazırlandığında deniz turizminin gelişiminin öngörülemediği değerlendirilmektedir.

2023 hatta 2030'un hedeflendiği son konjonktürde kalkınma planlarında deniz turizmi hedefleri bir takım temellere oturtulmalıdır. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda "*sağlık turizmi*" özel başlık altında incelenerek, ulusal turizm ülküsü perspektifinde değerlendirildiği düşünülürse katma değeri yüksek ve talep potansiyeli yüksek deniz turizmi çeşitlerimiz için de aynı çalışmanın yapılması önerilmektedir. Doğal, kültürel güzelliklerin yanında avantajlı coğrafik özelliklerimiz turizm alanında bizi birçok destinasyondan ayıracak değerlere sahip olmamızı sağlamaktadır. Son zamanlarda yaşanan ekonomik, siyasi ve askeri durumlar bölge turizmine negatif etki ederken, turizmin her zaman gelişime açık olduğu ve makro çevre etkenlerinin değişken olduğu unutulmamalıdır. Her durum için öngörülerle birlikte yatırımlar planlanmalı ve küreselleşen dünyanın trendleri takip edilebilir olmalıdır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasında ülkemizin deniz turizminde hak ettiği payı alması için Deniz Turizmi Eylem Planları oluşturulduğu göz önünde bulundurularak daha yakın hedeflerin yer aldığı ulusal kalkınma planlarının da bu çerçevede hazırlanmasının katma değeri yüksek bu turizm çeşidi için önemli olacağı değerlendirilmektedir. Toplumun her alanında, ilgili kurum ve kuruluşların hedeflerinde, var olan projelerin hayata geçirilmesinde işbirliği içerisinde olunması önerilmektedir.

Bu çalışma sadece Kalkınma Bakanlığı'nın (Devlet Planlama Teşkilatı) Beş Yıllık Kalkınma Planlarını içermekte ve ilerleyen çalışmalar için zemin hazırlamaktadır. İlerleyen süreçte tabloyu daha net ortaya koymak için, Özel İhtisas Raporları, Eylem Planları ve Ulaştırma Şuraları incelenecektir. Türkiye'nin deniz turizmi stratejilerinin ortaya koyulması için çeşitli paydaşların raporları/planları ilave edilecek ve çalışma yeniden kurgulanacaktır.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Demir, Ş. Ş. (2014). *Beş Yıllık Kalkınma Planlarından Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e: Turizmde Tanıtma Çalışmalarına Yönelik İçerik Analizi*, Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 15. s:101-119.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1985). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Ankara

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2007). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Ankara.

Gönülaçar, Ş. (2014) *Kalkınma Planları ve Eğitim. MEB İç Denetçiliği*, https://www.academia.edu/8310870/Kalk%C4%B1nma_Planlar%C4%B1_ve_E%C4%9Fitim, Erişim tarihi: 06.01.2016.

KB (Kalkınma Bakanlığı). (2013). Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı. Ankara.

KB (Kalkınma Bakanlığı). (2015) Tarihçe, 1960 Sonrası Dönemde Planlama, http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/60SonrasiDonem.aspx, Erişim tarihi: 06.01.2015.

Kutlu, E. (2004). *İktisadi Kalkınma ve Büyüme*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013). Türkiye Turizm Stratejisi 2023.

Orams, M.B. (1999). *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. Londra.

ÖİK (Özel İhtisas Kurulları). (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Özel İhtisas Kurulu Turizm Raporu. Ankara, http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/164/oik601.pdf, Erişim tarihi: 12.01.2016.

ÖİK (Özel İhtisas Kurulları). (2007). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Özel İhtisas Kurulu Turizm Raporu. Ankara, http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/50/oik679.pdf, Erişim tarihi: 12.01.2016.

ÖİK (Özel İhtisas Kurulları). (2014). Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Özel İhtisas Kurulu Turizm Raporu. Ankara, http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/OzelIhtisasKomisyonuRaporlari.aspx, Erişim tarihi: 06.01.2016.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0002

YÜKSEKÖĞRETİMDE UZAKTAN EĞİTİM TEKNİKLERİNİN UYGULANMASI: DENİZ TURİZMİ YÜKSEKLİSANS PROGRAMININ İNCELEMESİ

Ali Cemal TÖZ[1] ve Görkem DİKEÇ[2]

ÖZET

Günümüzde bilgi teknolojisi ve iletişim alanında yaşanan gelişmelerin, bu alanları bütünleşik bir şekilde kullanan eğitim sektörüne de etkileri yüksek düzeyde olmaktadır. Bilgiye erişimin son derece hızlı ve kolay olduğu modern çağımızda fiziksel engellerin ortadan kalkması, zamanın etkin bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Bu gelişmeler, özellikle eğitim sektöründe yakın bir tarihe kadar alternatifi bulunmayan klasik eğitim yöntemlerine rakip olarak modern koşulları etkin kullanan yeni bir eğitim yönteminin doğmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler ışığında oluşturulmuş "Uzaktan Eğitim Modeli" başta yükseköğretim kurumlarının lisans ve lisansüstü eğitim programlarında uygulanmak üzere özel kurumların sertifika programlarında da etkin bir şekilde yürütülmektedir.

Bu gelişmelerden yola çıkılarak gerçekleştirilen bu çalışmada, disiplinler arası yapısı sebebiyle geniş bir öğrenci portföyüne sahip ve uygulama alanları itibariyle de farklı bölge ve branşlardan katılımın söz konusu olduğu "Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü" tarafından yürütülen "Deniz Turizmi Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans Programı'nın" genel bir değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda mevcut programın işleyişine dair süreçler ve bu süreçlerde yaşanan sorunlar, program sorumluları ve eğitmenler ile gerçekleştirilen yüzyüze görüşmeler ile tespit edilmiş olup sonraki dönemler için çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Uzaktan Eğitim, Uzaktan Eğitim Teknikleri

[1] Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; ali.toz@deu.deu.tr ;
[2] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir; gorkem_dikec@hotmail.com

1. GİRİŞ

Eğitim bireyin tüm yaşamı boyunca devam eden bir süreçtir. Bireylerin eğitim düzeyi toplumların gelişmişlik düzeyini belirleyen önemli bir parametredir. Bundan dolayı eğitim sürecinin önemi son yıllarda daha iyi kavranmış ve eğitim kalitesini arttırabilmek için klasik eğitim yöntemlerinin yerine yeni alternatifler aranmaya başlanmıştır.

İçinde bulunulan bilgi çağının en belirgin özellikleri arasında fiziksel engellerin kalkması ve teknolojik değişmeler sayılabilir. Bilginin değeri gerek küresel gerekse sektörel bazda önem kazanmıştır. Bilginin değeri bilginin içeriği ve kalitesi ile ilgili olduğu kadar bilgiye erişimin niteliği ile de ilişkilidir. Bilgiye erişimde yaşanan yönteme bağlı reformlar ucuz ve etkili iletişim kurabilmek için yeni iletişim teknolojilerinin gerekliliğinden doğmuştur.

İletişim ve erişim teknolojisindeki son gelişmeler, bütün alanlarda olduğu gibi, eğitimde de köklü değişimlere neden olmuştur. Günümüz geleneksel eğitim yöntemleri, erişimi sınırlı ve maliyetli öğrenim yöntemleri olmaları sebebiyle etkinlikleri tartışılır düzeye ulaşmıştır. Buna karşın dijital bilgi işlemenin ve iletişimin hızla gelişmekte olması, bir dizi öğretme ve öğrenme olanağı yaratmaktadır. Teknoloji-destekli ortamları, geleneksel öğretimden çok farklı ders tasarımı ve gereksinimleri de beraberinde getirmektedir. Bu noktada, teknoloji destekli öğrenmeyi içeren uzaktan öğrenme ve uzaktan eğitim kavramlarının önemi ortaya çıkmaktadır.

2. UZAKTAN EĞİTİM

Uzaktan eğitim kavramına ilk olarak 1892 yılında Wisconsin Üniversitesinin kataloğunda yer verilmiş olup, yine ilk kez 1906 yılında Wisconsin Üniversitesi'nin direktörü olan William Lighty tarafından bir yazıda bu terim kullanılmıştır (Verduin ve Clark, 1994: 3).

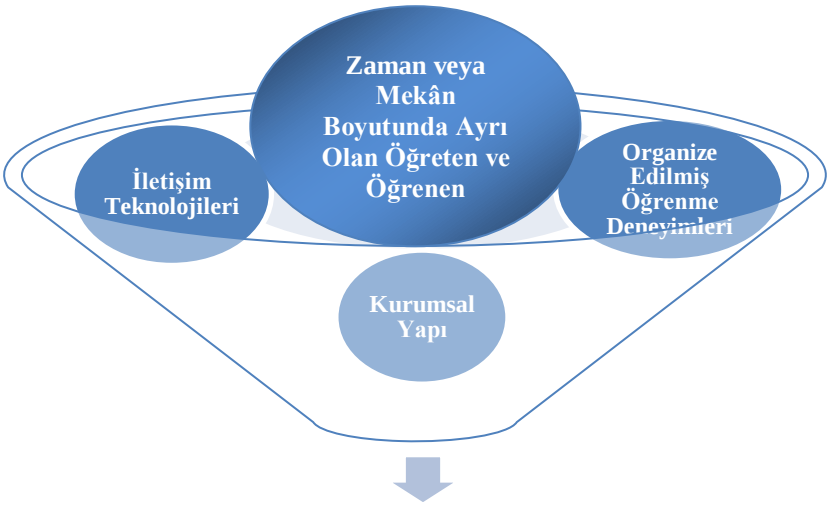
Alkan (1981) uzaktan eğitimi, geleneksel öğrenme-öğretme yöntemlerinin sınırlılıkları nedeniyle sınıf içi etkinliklerini yürütme olanağının bulunmadığı durumlarda, eğitim etkinliklerini planlayıcılar ile öğrenciler arası, iletişim ve etkileşimin özel olarak hazırlanmış öğretim üniteleri ve çeşitli ortamlar yoluyla belirli bir merkezden bir öğretme yöntemi şeklinde tanımlanmaktadır. Peters (1998) uzaktan eğitimi öğrenme ve öğretmenin endüstrileşmiş şekli olarak tanımlarken Moore (1989), öğrenme-öğretme ortamının ayrılması ve teknik medyanın kullanılması nedeniyle çift yönlü iletişim olarak ifade etmektedir. Uzaktan eğitim bir eğitim devrimidir. Bundan dolayıdır ki, geleneksel eğitimi zenginleştirerek, onu daha bireysel, geçerli, ulaşılabilir ve ekonomik hale getirmiştir (İşman ve Dabaj, 2005: 59).

Uzaktan eğitim ilgileri, yetenekleri, yaşları, öğrenim düzeyleri, çalışma koşulları çok çeşitli olan bu farklılıklara ek olarak coğrafi

koşullar nedeni ile eğitim engeli bulunan kitlelerin eğitim ihtiyaçlarını karşılamak ve bu kişilere bireysel olarak çalışmayı, öğrenme sorumluluğunu yükleyen, kişilerin kendi kendine karar verme ve girişimcilik yeteneklerinin gelişmesine yardımcı olmayı amaçlayan bir uygulamadır (Ekici, 2003; Hawkins, 1999). Ayrıca uzaktan eğitim yöntemi, bu öğretim yöntemini tercih eden insanların öğrenme becerilerinin önemini vurgulayan bir eğitim sistemidir (Holmberg, 1989).

Diğer bir tanımda da uzaktan eğitimin;

- Öğrenenler ve öğretenlerin fiziksel olarak ayrı olduğu,
- Organize edilmiş bir öğretim programı
- Teknoloji araçlar (internet, televizyon, radyo vs.)
- İki yönlü iletişim, özelliklerinden oluşan bir bütün oluğundan bahsedilmektedir (Heinich vd., 1996: 284). Şekil 1'de Uzaktan eğitimin bileşenleri yer almaktadır (Simonson vd., 2003).



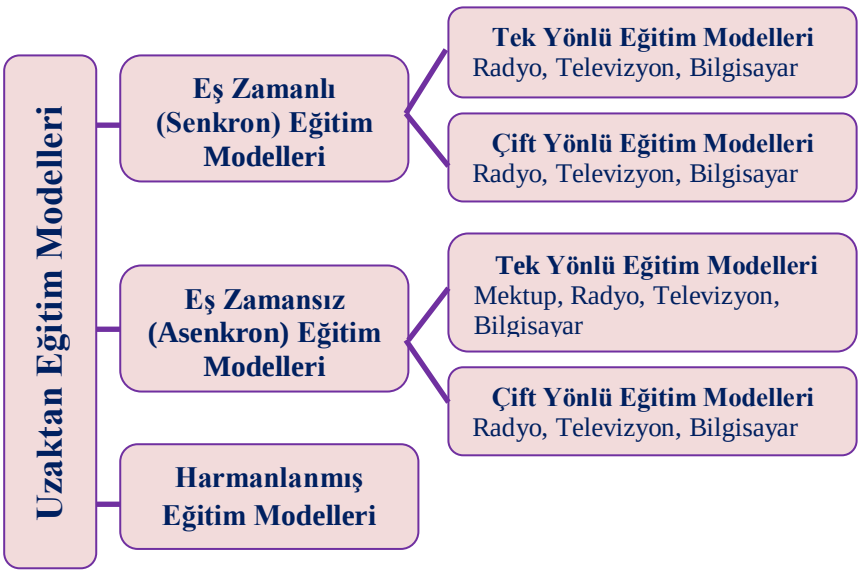
Şekil 1: Uzaktan Eğitimin Bileşenleri
Kaynak: Simonson vd., 2003

Mevcut literatür incelendiğinde uzaktan eğitim kavramında dair değişik ve çeşitli tanımların yer aldığı görülmektedir. Tüm tanımların ortak vurgusu belirli yaş ve öğrenim seviyesinde olma zorunluluğunun bulunmaması, zaman esnekliği, mekân serbestliği, iletişim ve etkileşimin özel olarak sağlanması, yüksek standartlardaki öğretim gereçleri üretme ve uygulamalarının merkezden yürütülmesi, öğrenen ve öğretenin fiziksel olarak ayrı olması, çok sayıda bireyin yaşadığı yerde bilgilendirilmesi, elektronik medya ve kişiye özel öğrenme gereçlerinin kullanılması, iki yönlü iletişimin sağlanması, öğrenen ve öğretenin zaman ve mekân

bakımından farklı boyut ve konumda bulunması, eğitim organizasyonunun sağlanması, uygun eğitim ortamlarının sağlanması ve iletişim teknolojileri ile gerçekleşen eğitim sisteminin var olması yer almaktadır (Yurdakul, 2005: 252).

3. YÜKSEKÖĞRETİMDE UZAKTAN EĞİTİM YÖNTEMLERİ

Günümüzde uzaktan eğitimin önemi her geçen gün artmaktadır. Uzaktan eğitim ve iletişim teknolojisi birbiri ile tamamen ilişkidir. Bilgisayar, televizyon sistemleri, eğitsel amaçlı uydular, tele işletişim ve bilgi iletişim sistemleri, veri bankaları ve veri tabanlarında yaşanan gelişmeler ile birlikte farklı iletişim teknolojileri uzaktan eğitimde kullanılmaktadır. Bu gelişmeler ile birlikte uzaktan eğitimin gerçekleşme şekilleri zaman içerisinde oldukça farklılaşmış, teknolojinin de uzaktan eğitimde kullanılması ile niteliğini ve etkililiğini oldukça artırmıştır. Tüm gelişmelerin temelinde uzaktan eğitim sistemi ile milyonlarca bireye ulaşılabilmek ve ilköğretimden başlayıp yükseköğretime kadar eğitim fırsatı sunmak yatmaktadır. Uzaktan eğitimde sağlanmak istenen bu fırsatlar farklı eğitim modelleri ile sağlanmaktadır. Uzaktan eğitim modelleri; Eş zamanlı (senkron) eğitim modelleri, Eş zamansız (asenkron) eğitim modelleri ve karma eğitim (blended) modelleri şeklinde sınıflandırılmaktadır (İşman, 2011: 301). Şekil 2'de uzaktan eğitim modellerine yer verilmektedir.



Şekil 2: Uzaktan Eğitim Modelleri
Kaynak: İşman, 2011: 301-302.

- **Eş Zamanlı (Senkron) Eğitim Modelleri**

Eş zamanlı (Senkron) eğitim modelleri, fiziksel olarak farklı yerde bulunan öğreten ve öğrenenin gerçek zamanda (aynı anda) eğitimi gerçekleştirmeleri ve eş zamanlı olarak; öğreten ve öğrenenlerin herhangi bir iletişim aracı ile sesli ve/veya görüntülü olarak etkileşimde bulunduğu, iletişim kurmaları sağlayan eğitimdir (Güngör ve Aşkar, 2004: 117; Özmen ve Ediz, 2002; Küçük, 2011). Eş zamanlı eğitimde öğrenenin ortamdaki rolü geleneksel sınıf ortamındakine benzerdir. Bu eğitim sisteminde derslerin istenilen zamanda ve mekânda alınması uygun değildir fakat öğrenenlerin grup ile öğrenmesini desteklemektedir (Özmen ve Ediz, 2002). Eş zamanlı eğitim ile tartışma ortamları oluşturulabilir, sunumlar yapılabilir, öğreten aynı anda birden fazla öğrenen ile iletişim kurabilir (Güleçoğlu, 2012). Ayrıca eş zamanlı eğitim daha çok sürekli eğitim veya uzaktan eğitim programları biçiminde akademik alandaki eğitim programlarında kullanılmaktadır (Yenal, 2009: 54).

Tek yönlü eş zamanlı eğitimde öğreten ve öğrenci arasındaki iletişim tek yönlü olduğu, iletişim ağındaki mesajın sadece öğreten tarafından iletildiği modeldir. Öğreten-öğrenen ve öğrenen-öğrenen arasında bir iletişim söz konusu değildir. Bu nedenle öğrenenden geri dönüş alınamaz. Ders eş zamanlı olarak gerçekleşirken öğrenen açısından mekân sınırlaması yoktur fakat zaman sınırlaması vardır. Ders anında öğrenen sistemde bulunmalıdır. Radyo, televizyon, bilgisayar tek yönlü eş zamanlı eğitim modelinde kullanılan iletişim araçlarıdır. Bu cihazlar veya cihazlarda kullanılan yazılımlar öğrenenin derse katılımına teknik olarak imkân tanımamaktadır. Bu eğitim modelinde öğreten aktif ve merkezde iken öğrenen pasif konumdadır (Balaman, 2014: 28; İşman, 2011:272-273). Öğrenenler kendi öğrenme hızlarına göre bireysel öğrenme gerçekleştirirler (İşman, 2011: 273).

Çift yönlü eş zamanlı eğitimde öğreten-öğrenen ve öğrenen-öğrenen arasında karşılıklı iletişim sağlanır. Bu modelde öğrenen derse müdahale edebilir, soru sorabilir, sesli, görüntülü ve yazılı olarak derse katılabilir. Öğrenenler mekânda bağımsızdır fakat zamandan bağımsız değildir. Belirlenen zaman diliminde öğrenen derse katılmak zorundadır. Öğreten ve öğrenen derste aktif konumdadır. Öğreten ve öğrenen etkileşiminin yanında öğrenenlerin kendi aralarında da iletişim kurabilme imkânı vardır. Böylece öğrenenler geleneksel eğitimdeki gibi konuyu tartışabilir, fikir alışverişinde bulunabilir, öğrenme sürecinde birbirlerinden faydalanabilirler ve eğitim sürecinde anında geri dönüşler sağlanabilir. Ayrıca bu eğitim modelinde öğrenenler ve öğreten arasında iletişim yazılı, görüntülü ve sesli olarak gerçekleşebilir. Çift yönlü eş zamanlı uzaktan eğitim, web konferans veya video konferans kullanılarak

gerçekleştirilebilir. Bireysel çalışmaların yanı sıra grup çalışmalarına uygun nitelikte olan bir modeldir (İşman, 2011: 301; Balaman, 2014: 28).

- **Eş Zamansız (Asenkron) Eğitim Modelleri**

Eş zamansız eğitim modelleri, öğrenenlerin zamandan ve mekândan bağımsız olduğu modeller olup, bireysel öğrenmeye dayanmaktadır. Bu sistemde eğitim öğrenenlere hem farklı zamanlarda, hem de farklı ortamlarda sunulur. Daha önceden hazırlanmış olan öğretim materyalleri fiziksel veya sanal yollarla öğrenenler ulaştırılır ve öğrenmesi sağlanır (Yenal, 2009: 54-55; Balaban, 2014: 30). Dersler, çalışmalar öğrenenin istediği yer ve zamanda (mekân ve zamandan bağımsız) kendi öğrenme hızına ve şartlarına uygun olarak gerçekleşmektedir (Özmen ve Ediz, 2002). Kalitesi yüksek bir asenkron öğrenme uygulamasında iletişimin büyük bölümü ilan tahtaları, web siteleri veya e-posta aracılığıyla kurulur (Lavooy ve Newlin, 2003: 157). En güncel eş zamansız uzaktan eğitim modeli web tabanlı olarak yapılan şeklidir. Web tabanlı eş zamansız uzaktan eğitimde öğrenen ile öğreten yüz yüze gelmediği için öğretim materyali öğrenenin ilgisini çekecek nitelikte olmalıdır (Akdemir, 2011). Materyalde öğreneni yönlendirici unsurlar, kullanım talimatı gibi özellikler, materyalin kullanışlılığını artıran niteliklerdir. Materyalin hazırlanmasında kullanım kolaylığı, öğrenenin özelliklerine uygunluğuna da dikkat edilmelidir (Balaban, 2014: 30). Eş zamanlı öğrenmeden farklı olarak öğrenenler, kendi öğrenme zamanlarını öğreticinin belirlediği plana göre ayarlamak zorunda değildir. Eş zamansız öğrenme iki ana biçimde incelenebilir. Bu iki alan "*yönlendirmeli*" ve "*kendi hızında öğrenme*" olarak belirlenmiştir (Evans ve Nation, 1993:196) .

✓ Yönlendirmeli eş zamansız öğrenme, bir e-öğretmen ve bir grup öğrenciyle gerçekleştirilir ancak etkileşim canlı ve birebir değildir. Öğreten ödevleri hazırladığı web sitesi aracılığıyla gönderir. Bu web sitesi öğrenenlerin çevrimiçi katılım, okuma ve araştırma yapmalarını sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Öğrenciler web ortamında tartışma grupları ve ilan tahtalarını kullanarak görüşlerini paylaşırlar. Hazırladıkları ödevleri ise e-posta yoluyla zamanında öğretene ulaştırırlar. Yönlendirmeli eş zamansız e-öğrenmenin olumlu bir özelliği; tartışma, görüş alışverişinde bulunma olanağı sağlarken öğretmen ile de birebir mesajlaşmanın yanında bireysel anlamda yönlendirme ve destek alma olanaklarını da öğrenciye sağlamasıdır. Yönlendirmeli eş zamansız e-öğrenmenin sınırlılığı ise öğretim boyunca yalnızca metin tabanlı iletişim sistemlerinden yararlanılmasıdır. Ayrıca, öğretim programının anında sonuçlanmaması öğrenenler açısından çeşitli güdülenme sorunlarına yol açabilir. Bu öğrenme şekli akademik kuruluşlarda daha yaygın olarak kullanılmaktadır,

✓ Şirketler kendi hızında öğrenmeyi tercih etmektedirler. Kendi hızında eş zamansız öğrenme programları web üzerinden erişilebilen hazır programlar şeklindedir. Örneğin, keşfederek öğrenme, benzeşim programları, gösteriler, konu anlatımlı ve örnekli uygulama yazılımları, kısa gösteriler (demolar) şeklinde materyaller çeşitlilik gösterir. Bu tür uygulamaları kullanırken öğrenci çoklu ortam CD'si veya sanal dünya programları kullanıyormuş hissine kapılır (Yenal, 2009: 55).

Tek yönlü eş zamansız eğitim modelleri çeşitli basılı materyaller yoluyla veya elektronik cihazlar yardımıyla yapılabilir. Bilgisayar sistemlerinde saklanan eğitim materyalleri çeşitli yazılımlar yardımıyla hazırlanarak bilgisayarlarda saklanabilecek yapıya uygun hale getirilir ve öğrenenin kullanımına sunulur. Tek yönlü eş zamansız iletişimde öğrenen soru soramaz, öğreten ve diğer öğrenenler ile etkileşimde bulunamazlar.

Çift yönlü eş zamansız eğitimde ise tek yönlü eş zamansız eğitimden tek farkı öğrenenlerin de soru sorabilmeleri ve aktif olarak sürece katılabilmeleridir. Bu katılım mektupla olabildiği gibi mail yoluyla veya farklı elektronik cihazlar yardımıyla da yapılabilir (Balaban, 2014: 3; İşman, 2011: 302).

- **Harmanlanmış Eğitim Modelleri**

Harmanlanmış eğitim, geleneksel sınıf içi öğrenme ortamlarının ve bilgisayar-internet teknolojilerinin bir arada kullanılması ile oluşan eğitim sistemidir. Bilgisayar ve internet her ne kadar Web tabanlı eğitimde kullanılıyor olsa da karma öğrenmeyi gerçekleştirirken sınıf içi öğrenmeye entegre edilerek kullanılmaktadır. Sınıf içi eğitimin web tabanlı eğitime göre üstün yönleri olmasına karşın, web tabanlı eğitiminde de sınıf içi eğitime göre üstünlükleri vardır. Harmanlanmış öğrenmenin amacı bu iki öğrenme yönteminin üstünlüklerini bir araya getirerek, dezavantajlarını ortadan kaldırmaktır. Harmanlanmış öğrenme genel olarak öğretim materyallerinin web üzerinden sunulması ve bu materyallerin sınıf içerisinde de öğrenciler ile tartışılması şeklinde uygulanmaktadır. Bu öğrenme modeli özellikle teknik ve mesleki konuların yer aldığı derslerin işlenmesinde kullanışlıdır (Yalın, 2008). Harmanlanmış öğrenme ortamları özellikle bilişsel becerilerin kazandırılmasında önemli katkılar sağlamakta (Dikmenli ve Ünaldı, 2013), sadece örgün eğitimde değil hizmet içi eğitim faaliyetlerinde de etkili olabilmektedir (Aydın, 2012). Bu öğrenme türünde sınıfta gerçekleşen eğitimin sınıf dışında da devam etmesi sağlanmakta, bu amaçla web tabanlı dersler, simülasyonlar, e-kitaplar öğrenciye sunulmaktadır. Ayrıca ders dışında e-posta, sohbet odaları, tartışma forumları aracılığıyla da iletişim sürdürülmeye çalışılmaktadır (Dağ, 2011).

4. DÜNYADA UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMALARI

Teknoloji, bilimsel, sosyal ve bireysel olgulardaki değişim ile beraber eğitim sisteminde de yapısal, içerik ve işlevsel olarak yenilenmeler görülmektedir (Uşun, 2006: 209). Günümüzde eğitim sistemi içerisinde önemli bir yeri olan uzaktan eğitim uygulamalarının uzunca bir geçmişe sahip olduğu ve bu uygulamaların eski çağlarda başladığı kabul edilmektedir (Kaya, 2002: 27-28). Uzaktan eğitimin gelişim nedenlerinin temelinde; eğitim alanındaki bilimsel gelişmeler, eğitim istemindeki artış, eğitim maliyetlerinin sorun olması ve teknolojik gelişmelerin yatmakta olduğu söylenebilir (Uşun, 2006:209). Teknolojide yaşanan bu gelişmeler, uzaktan eğitimin dünya da yaygınlaşarak gelişmesine neden olmuştur.

Uzaktan eğitimin tarihsel gelişimi beş farklı evrede incelenebilir. Bu evreler arasında kesin bir çizgi bulunmaktadır. Evreler iç içe geçmiş durumdadır. Uzaktan eğitim evreleri Şekil 3'te gösterilmektedir.

Şekil 3: Uzaktan Eğitimin Evreleri
Kaynak: İşman, 2011: 37

Dünyada uzaktan eğitimin başlangıcı sayılabilecek ilk uygulama 20 Mart 1728 yılında İsveç'te Boston Gazetesi'nin baskısında mektupla "Steno Dersi" verileceği ilanın yer alması sayılabilir. Bu gelişmenin ardından 1833 yılında İsveç'te verilen bir ilanda mektup aracılığıyla gerçekleştirilen bir öğretim sisteminden bahsedilmektedir. Bu iki ilanda iki yönde etkileşimden ve değerlendirmeden bahsedilmektedir (Verdiun ve Clark, 1994). Bu nedenle İngiltere'de 1840 yılında Isaac Pitman tarafından "mektupla uzaktan eğitim" yöntemiyle, stenografi eğitimi

dünyadaki ilk uzaktan eğitim uygulaması olarak kabul edilmektedir (İşman, 2011: 39).

Almanya'da 1856 yılında Charles Toussaint ve Gustav Langenscheid tarafından kurulan ve Langenscheid adıyla öğretim malzemeleri yayınlayan Langenscheid Dil Okulu, ilk örgütlü uzaktan eğitim hizmeti olarak kabul edilir (Curabay ve Demiray, 2002: 25). Şekil 4'de dünyadaki bazı uzaktan eğitim uygulamalarının başlangıç tarihleri ve ilk uygulamalarına yer verilmektedir.

Şekil 4: Dünyadaki Bazı Uzaktan Eğitim Uygulamalarının Başlangıç Tarihleri ve İlk Uygulamaları
Kaynak: Kaya, 2002: 30

1898 yılında İsveç'te, HansHermod kendi adıyla anılan ve uzaktan eğitim uygulayan liseyi kurmuştur. ABD'de örgütlü uzaktan eğitim çalışmaları, 1874 yılında hem lisans, hem de yüksek lisans derecelerinin alınabildiği, Illinois Wesleyan Üniversitesinde başlamıştır. Avustralya'da ilk uzaktan eğitim, 1910 yılında yüksek öğretim basamağında başlatılmıştır. Queensland Üniversitesi'nde başlatılan bu uygulamada, üniversitenin yüz yüze eğitim gören öğrencilerine uygulanan standartlar, uzaktan eğitim öğrencileri içinde uygulanmaya başlanmıştır. Yeni Zelanda'da uzaktan eğitim uygulamalarına, 1922 yılında başlanmıştır. Bu ülkedeki uzaktan eğitimin ilk uygulandığı kurum, Yeni Zelanda Mektupla Öğretim Okulu'dur.

Polonya'da, gece kurslarına devam eden öğrencilere, televizyondan öğrenme olanakları sağlamak üzere, 1966-1968 yılları arasında deneme niteliğinde, uzaktan eğitim çalışmalarına girişilmiştir.

Bu çalışmalar, teknik üniversite programlarına uygun programlarının hazırlanmasına ve uygulanmasına neden olmuş, böylece de, yüksek öğretim basamağında uzaktan eğitim başlamıştır. Uzaktan eğitim öğrencileri için de uygulanmıştır. İspanya'da 1972 yılında, Ulusal Uzaktan Öğretim Üniversitesi kurulmuştur. Merkezi Madrid'de bulunan bu üniversitenin, 1973 yılında öğretime başlamasıyla, İspanya'da da uzaktan eğitim uygulamalarına geçilmiştir (Hızal, 1983; Alkan, 1987; Kaya, 2002: 28-29; Uşun, 2006: 210-213; İşman, 2011: 37-45).

5. TÜRKİYE'DE UZAKTAN EĞİTİM

Türkiye'de uzaktan eğitimin gelişimine bakıldığı ilk çalışma 1924 yılında John Dewey'in sunduğu "öğretmen eğitim raporu ile gündeme gelmiştir. 1927 yılında kavram olarak oluşmaya başlamıştır. Türkiye'deki uzaktan eğitimin gelişim süreci üç ana boyutta incelenmektedir (İşman, 2011:106).

Şekil 5: Türkiye'de Uzaktan Eğitimin Evreleri
Kaynak: İşman,2011:107

Cumhuriyetin ilk yıllarında çok düşük olan okur-yazarlık oranın arttırılması, 1928 yılında kabul edilen yeni Türk Alfabe' sinin tüm yurtta kısa sürede öğretilmesi ve yeni alfabe ile okur-yazarlık oranın arttırılması için uzaktan eğitim alanında ilk çalışmalara yer verilmiştir (İşman,2011: 108; Uşun, 2006, 218; Kaya, 2002: 30). Bundan dolayıdır ki, 1927 -1960 yılları arası uzaktan eğitim ile ilgili hazırlık çalışmalarının yoğun olarak yapıldığı dönemdir.

1956 yılında Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü ile uzaktan eğitim başlamıştır. Bu uygulamada, bankalarda çalışanlar mektupla öğrenim görmüşlerdir. Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde uzaktan eğitim uygulamaları ilk kez 7.11.1960 tarihinde "Mektupla Öğretim" adı altında ve deneme öğretimi olarak başlamıştır. Bu denemeden sonra 26.2.1966 tarihinde Mektupla Öğretim ve Teknik Yayınlar genel Müdürlüğü kurulmuştur. Bir süre 7. Akşam Sanat Okulu ve Mektupla Öğretim Merkezince yürütülen Mektupla Öğretimin kapsamı 5.6.1974 tarih ve 98341 sayılı Bakanlık onayı ile her düzeyde mektupla öğretim etkinliklerini içerecek biçimde genişletilerek "Mektupla Öğretim Merkezi" kurulmuştur. Daha sonra

açılan "Deneme Yüksek Öğretmen Okulu" uzaktan eğitim yöntemini uygulamak için açılmış olan ciddi bir kurumdur.

1975'te Yaygın Yüksek Öğretim Kurumu (YAYKUR) kuruluştur. Mektupla öğretim, açık yükseköğretim, dışarıdan bitirme ve örgün yükseköğretim programlarını bünyesine barındırmıştır. YAYKUR bu programlar sayesinde çeşitli bölümlerde orta öğretim öğretmenliği, ilkokul öğretmenliği, teknik ve sosyal bilimler ile yabancı diller alanlarında uzaktan yükseköğretim hizmeti vermiştir.

1982 yılında yürürlüğe giren 2547 sayılı Yüksek Öğretim Yasası ile Anadolu Üniversitesi bünyesinde bir "Açık Öğretim Fakültesi" kurulmuştur.

Görsel ve işitsel kitle iletişim araçlarında yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte Türkiye'de mektupla öğrenim sürecinden sonra yapılan çalışmalardan sonra radyo yayını ile öğrenim aşaması başlamıştır. TRT öncesi ilk düzenli yayınların kırsal kesime yönelik olduğu görülmektedir (Aziz, 1982).

Türkiye'de 1968 yılında yayına başlayan TRT Kurumu diğer yayın türleri ile birlikte eğitsel yayınlara da yer vermiştir (İşman, 2011: 115).

TRT stüdyolarında on beş günde bir yayınlanan on beşer dakikalık programlar eğitim ile ilgili yapılan ilk yayınlardır (Özbay,1992).

Tablo 1'de de Türkiye'de uzaktan eğitimin gelişim aşamalarına yer verilmiştir.

Tablo 1: Türkiye'de Uzaktan Eğitimin Gelişim Aşamaları

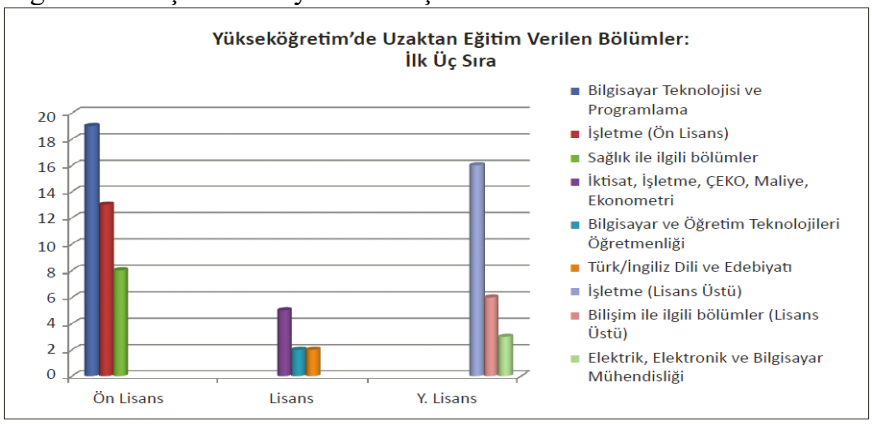
YIL	GELİŞMELER
1927-1960	Uzaktan eğitim üzerine tartışma ve öneriler
1933-1934	Mektupla öğrenim kurslarının düzenlenmesi,
1953	FONO dil öğretimi
1956	İlk UE uygulamasını Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü başlatmıştır.
1960	Orta Dereceli meslek okulu mezunlarına üniversite olanağı sağlamak amacıyla mektupla öğretim yönteminin kullanılması, 1961 yılında M.E.B. tarafından mektupla öğretim merkezinin kurulması, (Açık Öğretim Fakültesi)
1974	YAYKUR
1980 ve 1990	MEB'na bağlı Okul Radyosu, TV okulu örgün eğitimi destekleyip, isteyene yaygın eğitim olanağı sağlamıştır.
1990	Fırat Üniversitesi uzaktan eğitim uygulamasına e-posta ile başladı.
1991	Fırat Üniversitesi televizyon ile eğitime başladı
1993	Ahmet Yesevi Üniversitesi (Türkiye Kazakistan) uzaktan eğitim teknolojilerinin bütün imkânlarından yararlanma gayreti içindedir.
1995	Fırat Üniversitesi web destekli öğretime başladı.

1997	Sakarya Üniversitesi'nde internet destekli öğretim başladı
1997	ODTÜ internet ile eğitim konunda çalışmalarını sürdürmektedir. (IDE_A)
2000-2001	Öğretim döneminde YÖK Uzaktan eğitim projesi (Harran Üniversitesi İstanbul Üniversitesi)
2001-2002	Öğretim yılı bahar döneminde Sakarya Üniversitesi'nde 1200 lisans öğrencisine internet yoluyla eğitim vermiştir.

Günümüzde uzaktan eğitim bilgisayarlar, televizyon sistemleri, eğitsel amaçlı uydular, tele işletişim ve bilgi iletişim sistemleri, veri bankaları ve veri tabanlarında yaşanan gelişmeler ile birlikte farklı iletişim teknolojilerin kullanılarak öğrenim verilmesin sağlamaktadır. Bu iletişim teknolojilerinin başında internet yer almaktadır.

İnternet aracılığıyla kişiler uluslararası alanda her türlü bilgiye kısa süre içerisinde erişebilmektedirler. Buna bağlı olarak internet öğrenim kanalları arasında en popüler konumdadır. İnternet üzeriden gerçekleştirilen uzaktan öğretime; e-öğrenme, online öğrenme, internetten öğrenme, dağıtılmış öğretim, uzaktan-öğrenme, web-tabanlı öğrenme ve uzaktan eğitim terimleri gibi farklı terimler verilmektedir(Ally, 2011) İnternet üzerinden gerçekleştirilen uzaktan eğitim, yüksek öğretimde hızla yaygınlaşmaktadır (Akdemir,2011:70).

Ülkemizde üniversiteler değişen öğrenci ihtiyaçlarına karşılık verebilmek amacı ile internet üzerinden uzaktan eğitim vermektedir (Akdemir ve Koszalka, 2008). Yükseköğretiminde uzaktan eğitim: önlisans, lisans tamamlama, internet destekli örgün eğitim lisans programı, lisans ve yüksek lisans programları düzeyinde yürütülmektedir. Yükseköğretimde ön-lisans, lisans ve yüksek lisans düzeylerinde gerçekleştirilen uzaktan eğitim programlarının başlıca bölümler bazında dağılımlarına Şekil 6'da yer verilmiştir.



Şekil 6:Yükseköğretim'de Uzaktan Eğitim Veren Bölümler
Kaynak: Akdemir,2011: 70.

6. YÜKSEKÖĞRETİMDE UZAKTAN EĞİTİM TEKNİKLERİNİN UYGULANMASI: DENİZ TURİZMİ YÜKSEKLİSANS PROGRAMININ İNCELEMESİ

Türkiye'de denizcilik eğitiminde bir ilk olan Deniz Turizmi Uzaktan Eğitim Tezsiz Yüksek Lisans Programı Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, İşletme Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü işbirliği ve Dokuz Eylül Üniversitesi Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (DEUZEM) aracılığıyla 2014 yılında başlamıştır. Bu program sosyal bilimler Enstitüsü Denizcilik İşletmeleri ve yönetimi A.B.D. altında açılmıştır.

Turizm, marina işletmeciliği, yatçılık, kruvaziyer turizmi, yelken, su sporları ve deniz turizmine ilgi duyan, dört yıllık fakülte veya yüksekokul mezunu herkesin faydalanabileceği programla denizcilik eğitimine yeni bir vizyon getirilmesi hedeflenmektedir. Program, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi ile İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümlerinin öğretim kadrosu ve Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi teknik uzmanları tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde birlikte yürütülmektedir.

Deniz Turizmi Uzaktan Eğitim Tezsiz Yüksek Lisans Programına ilgi, beklentileri karşılayacak düzeyde yüksek olmuştur. Dört yıllık fakülte ve yüksekokul mezunlarının başvurabildiği program 15Temmuz 2014'de kayıtlara başlamış, 15 Eylül 2014 tarihinde de fiilen derslerine başlamıştır. Programa kayıt yaptıran öğrencilerin bir kısmı Dokuz Eylül Üniversitesi Yerleşkelerinin bulunduğu İzmir ilinde ikamet etmekte bir kısmı ise Ankara, İstanbul, Antalya gibi Türkiye'nin pek çok kentinden katılmaktadır. Lisans eğitimleri ve iş tecrübeleri de çeşitlilik gösteren öğrencilerin bazıları kamu, bazıları özel sektör çalışanı olup, bir kısmı marinacılık, yat işletmeciliği gibi deniz turizmi alanlarında çalışırken, bir kısmı farklı sektörlerden katılmakta olup bazıları gelecekte deniz turizmi alanında çalışmayı veya yatırım yapmayı planlamaktadır. Öğrenciler arasında milli yelkenciler, denizciliği hobi olarak görenler, gemilerde çalışmakta olan profesyonel denizciler ve turizm işletmecileri bulunmaktadır.

Deniz turizmi sektörü için uzman yetiştirmeye yönelik, denizcilik, turizm ve deniz işletmeciliği gibi disiplinleri içine alan disiplinler arası bir yüksek lisans programı olan Deniz Turizmi Uzaktan Eğitim Tezsiz Yüksek Lisans Programı üç yarıyıldan oluşmaktadır. Eğitim planı hukuk, işletme, yönetim, finansman, çevre, emniyet ve kalite gibi temel disiplinlerin deniz turizmindeki yeri ve uygulamalarını içermektedir. Programda birbirinden farklı disiplinleri bütünleştirecek bir şekilde ders içerikleri ve müfredatları oluşturulmuştur. Ekonomiden, yönetime, pazarlamadan stratejiye kadar temel bilimlerin bu alandaki

uygulamaları ön plana çıkmaktadır. Tablo 2'de derslere ait bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 2: Ders Yapısı ve Kredileri

1. Dönem:					
Dönem	No	Ders Kodu	Ders Adı	Ders türü	AKTS
G	1	DDT 8001	Deniz Turizmi İşletmeleri Yönetimi	Zorunlu	6
G	2	DDT 8011	Marina ve Terminal İşletmeciliği yönetimi	Zorunlu	6
G	0	-	Seçmeli Dersler	Seçmeli	18
				Toplam	30
1. Dönem Seçmeli:					
Dönem	No	Ders Kodu	Ders Adı	Ders türü	AKTS
G	1	DDT 8003	Yat işletmeciliği	Seçmeli	6
G	2	DDT 8007	Ulaştırma Hizmetleri Yönetimi	Seçmeli	6
G	3	DDT 8005	Deniz Hukuku	Seçmeli	6
G	4	DDT 8009	Dünya Coğrafyası	Seçmeli	6
G	5	DDT 8013	Deniz Turizmi Pazarlaması	Seçmeli	6
2. Dönem:					
Dönem	No	Ders Kodu	Ders Adı	Ders türü	AKTS
B	1	DDT 8008	Deniz Turizminde Destinasyon Yönetimi	Zorunlu	6
B	2	DDT 8006	Deniz turizmi Hizmetlerinde Emniyet ve Güvenlik Yönetim Sistemleri	Zorunlu	6
B	0	-	Seçmeli Dersler	Seçmeli	18
				Toplam	30
2. Dönem Seçmeli:					
Dönem	No	Ders Kodu	Ders Adı	Ders türü	AKTS
B	1	DDT 8012	Deniz turizminde Ürün Çeşitliliği	Seçmeli	6
B	2	DDT 8004	Deniz turizmi İşletmelerinde Muhasebe ve Finansman Uygulamaları	Seçmeli	6
B	3	DDT 8010	Marina ve Terminal Operasyonları Yönetimi	Seçmeli	6
B	4	DDT 8002	Kruvaziyer ve Yolcu Gemisi İşletmeciliği	Seçmeli	6
B	5	DDT 8014	Deniz turizminde Dağıtım Kanalları Yönetimi	Seçmeli	6
3. Dönem:					
Dönem	No	Ders Kodu	Ders Adı	Ders türü	AKTS

G	1	DDT 8017	Deniz Turizmi Mevzuatı	Zorunlu	5
G	2	DDT 8023	Deniz turizminde Ağırlama Hizmetleri Yönetimi	Zorunlu	5
G	3	DDT 8029	Proje	Zorunlu	15
G	0	-	Seçmeli Dersler	Seçmeli	5
				Toplam	30
3. Dönem Seçmeli:					
Dönem	No	Ders Kodu	Ders Adı	Ders türü	AKTS
G	1	DDT 8019	Deniz turizminde Çevre yönetimi	Seçmeli	5
G	2	DDT 8015	Deniz turizmi İşletmelerinde Stratejik Yönetim	Seçmeli	5
G	3	DDT 8027	Araştırma ve Proje Yönetimi	Seçmeli	5
G	4	DDT 8025	Deniz Turizminde Güncel Olaylar	Seçmeli	5
G	5	DDT 8021	Deniz Turizminde Rekreasyon Yönetimi	Seçmeli	5

B: Bahar Dönemi G: Güz Dönemi

Kaynak: http://www.deu.edu.tr/ders-katalog/2014-2015/tr/bolum_9711_tr.html

Öğrenciler; birinci yarıyılı 2 zorunlu, 3 seçmeli ders alarak 30 kredi, ikinci yarıyılı yine 2 zorunlu, 3 seçmeli ders alarak 30 kredi ve üçüncü yarıyılı 2 zorunlu, 1 seçmeli ders ve 1 proje alarak toplam 30 kredi alacaklardır. Tezsiz Yüksek Lisans programı, ilgili dersler (75 AKTS) ve Dönem Projesi (15 AKTS) olmak üzere toplamda 90 AKTS'den oluşur. Öğrencilerin genel not ortalamalarının en az 2.50/4.00 olması ve tüm dersleri en az CB/S/TP notları ile geçmiş olmaları gerekmektedir.

Deniz Turizmi uzaktan eğitim programında eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri, 2015 yılı itibari ile 4 profesör, 5 doçent, 8 yardımcı doçent, 3 öğretim görevlisi ve 3 araştırma görevlisinden oluşan akademik kadro ile sürdürülmektedir.2014 yılında programa 9 öğrenci 2015 yılında ise 17 öğrenci kayıt yaptırmıştır.

Eğitimler DEUZEM'in altyapısını kurduğu bir ara yüz ile gerçekleştirilmektedir. Öğrenciler daha önceden belirlenmiş seçili ve zorunlu dersleri içeren ders programlarına göre bu portala giriş yaparak eğitim materyallerine ulaşabilmektedir. Eğitimler, çek-kaydet-yayınla şeklinde daha önceden çekilen video eğitimlerinin ders saatinde sistemin yayınlamasına bağlı olarak gerçekleştirilebileceği gibi ders saatinde öğrencilerin ve eğitmenin çevrimiçi olması ile canlı olarak interaktif ders formatında da gerçekleştirilebilmektedir. Sistemin izin verdiği dosya biçimine bağlı olarak iki farklı video çekim programı (Camtasia ve I-spring) kullanılmaktadır. Eğitmen eğitim materyallerini hazırladıktan sonra sisteme yükleyerek ders saatinde açılacak şekilde düzenlemeyi yapmaktadır. Dersin saati geldiğinde ders izlencesine ulaşım engeli

kalkar ve öğrencilerin o haftaki derse yönelik eğitim materyallerine erişimi sağlanır.

Sınavlar ve ders başarı notları ile ilgili olarak DEÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ve SBE Uygulama Esaslarının ilgili maddeleri uygulanmaktadır. Uygulamada öğrenci değerlendirmeleri sistem üzerinden gerçekleştirilmekte olup yalnız final sınavı için öğrencilerin bizzat eğitim kurumuna gelerek klasik yöntemler ile sınava girmeleri sağlanmaktadır.

Eğitimin altyapı ve kurulum aşamasında öngörülemeyen ve uygulama kısmında karşılaşılan sorunların tespiti için program yürütücüleri, eğitmenler, portal yöneticileri ve öğrenciler ile program süresince yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler yöneticiler ve eğitmenler ile çalıştıkları kurumda, öğrenciler ile ise internet ortamında gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada programın aksayan kısımları ve sorun teşkil eden noktaları tespit edilmiştir. Görüşmeler sonucunda programda yaşanan sorunlar aşağıda özetlenmektedir.

- Kullanılan video çekim programlarının sürümlerinin eski oluşu sebebiyle sisteme yükleme sorunları,
- Öğrenci bilgilerinin DEUZEM ve Sosyal Bilimler Enstitüsünün veri tabanlarının uyumlaştırılamaması sebebiyle sisteme aktarılmasında yaşanan sorunlar,
- Yazılımın eski sürüm olması sebebiyle kullanılan sunum programında video veya ses yüklemesinde yaşanan sıkıntılar,
- Kesin kayıt için fiziki katılımın şart oluşuna bağlı olarak fiziksel engeli bulunanların mağdur olması,
- Veri tabanının dosya yükleme boyutuyla ilgili olarak vermiş olduğu kotadan ötürü görüntü ve ses kalitesini düşük bir düzeyde sisteme kaydetme zorunluluğu,
- Dönem başında sistemin aktivasyonunda yaşanan gecikmelere bağlı derslerin gününde yapılamamasına bağlı aksaklıklar,
- Sistemin sıklıkla bakım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ancak bununla ilgili bir duyurunun yapılmamasına bağlı yaşanan sorunlar,

7. SONUÇ

Turizm sektörü artan talep ve pazar potansiyeline bağlı olarak son yıllarda gözde sektörler arasında yer almaktadır. Pazara olan bu talep yeni yatırımların yapılmasına ve yeni istihdam alanlarının oluşmasına olanak sağlamaktadır. Pazardaki bu hızlı gelişmeye paralel olarak yetişmiş işgücü ve kalifiye eleman ihtiyacı her geçen gün artmaktadır. Turizm sektörünün bütünleşik yapısı ve geniş sektörel içeriği özellikle

Türkiye'de deniz turizminin hızlı yükselişindeki önemli itici güçler arasında yer almaktadır. Akdeniz çanağı içerisindeki pazar payı her geçen gün artış gösteren deniz turizmi; yat turizmi, su sporları turizmi ve kruvaziyer turizminin hızla gelişmesine sebep olmaktadır. Bu sektörlerde istihdam edilecek işgücünün gelişmelere paralel olarak hızlı ve etkin bir şekilde eğitilmeleri ve sektöre kazandırılmaları gerekmektedir.

Günümüzde turizm eğitimi yaygın ve örgün eğitim yöntemleri şeklinde verildiğinden erişim kısıtlı olmaktadır. Her ne kadar bu eğitim yöntemlerine bağlı kurulu altyapılar yeterli bile olsa fiziksel olarak bilginin erişimi sınırlı olmaktadır. Kaldı ki kaliteli eğitimin uzman eğitmenlerden sağlanması koşulu her zaman sağlanamamaktadır. Bu sebepten dolayı alternatif eğitim yöntemleri içerisinde kabul edilen uzaktan eğitim yöntemleri bu sektördeki işgücünün hızlı ve etkin bir şekilde geliştirilmesi ve sektöre kazandırılması için gerekli çözümlerin başında gelmektedir.

Bu çalışmada Dokuz Eylül Üniversitesi'nin önderliğinde başlatılan Deniz Turizmi Yüksek Lisans uzaktan eğitim programının sektördeki bu boşluğun giderilmesine bir nebze de olsa katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ancak sektördeki açığın büyük oranda giderilmesi bu eğitimin örgün eğitim düzeyinde de daha geniş kitlelere ulaştırılarak söz konusu olacağı son derece açıktır. Bu öneri ışığında uzaktan eğitim yöntemlerinin gerek idare gerekse kurumlar düzeyinde tutundurulması ve gerekli altyapı oluşturulması için düzenlemelerin yapılması sektör açısından son derece önemlidir.

Sonuç olarak yeni bir program olan Deniz Turizmi Yüksek Lisans Uzaktan Eğitim Programı hakkında bilgi verilmiş olup, hâlihazırda sistemde yaşanan sorunlara değinilmiştir. Sistemin etkin bir şekilde işleyebilmesi olumsuz geribildirimlerin ivedilikle ele alınması ve ilgili olumsuzlukların giderilmesi ile mümkün olacaktır. Bununla ilgili sorunsuz işleyen programlar ile karşılaştırılma yapılması, gerekli altyapının iyileştirilmesi için yatırımların yapılması, program kullanıcıları ile sürekli temasta bulunularak sorunların proaktif bir yaklaşımla çözüme ulaştırılması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Akdemir, O. ve Koszalka, T. (2008) *"Investigating the Relationships Among Instructional Strategies and Learning Styles in Online Environments"*. Computers and Education, Cilt: 50, Sayı: 4, s:1451–1461.

Akdemir, A. (2011)*"Web Tabanlı Öğrenmenin Temel Hemşirelik Becerileri Üzerine Etkisi"* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Alkan, C. (1981) *"Açık Üniversite".*Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:1, Sayı: 2, s:339-352.

Alkan C. (1987). *Açık Öğretim: Uzaktan Eğitim Sistemleri'nin Karşılaştırılmalı Olarak* İncelenmesi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara.

Ally, M. (2011). *Foundations of Educational Theory for Online Learning*. In Anderson, T.and Elloumi, F, Theory and Practice of Online Learning. Athabasca University.

Aydın, C. H. (2012) *"Harmanlanmış Hizmet-İçi Eğitimin Öğretmen Görüşleri Doğrultusunda Değerlendirilmesi"*. Atılım Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1. s:33-56.

Aziz A. (1982), *Radyo ve Televizyonla Eğitim*, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi EFAM Yayınları, Sevinç Matbaası, Ankara.

Balaman, F. (2014)"*Web Tabanlı Uzaktan Eğitimin Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İnternet Programcılığı 2 Dersindeki Akademik Başarılarına Etkisi*" (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dicle Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.

Curabay, S. ve Demiray, E. (2002).*20. Kuruluş Yıldönümünde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi ve Açık Öğretim Fakültesi Eğitim Televizyonu (ETV)*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları No 1354.

Dağ, F. (2011)*"Harmanlanmış (Karma) Öğrenme Ortamları ve Tasarımına İlişkin Öneriler*". Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 2, s:73-97.

Dikmenli, Y. ve Ünaldı, Ü. E. (2013) *"Harmanlanmış Öğrenme ve Sanal Sınıfa Dönük Öğrenci Görüşleri"*. Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 2, Sayı:2, s:326-347.

Ekici, G. (2003). *Öğrenme Stiline Dayalı Öğretim ve Biyoloji Dersi Öğretimine Yönelik Ders Planı Örnekleri*. Ankara: Gazi Kitabevi(1. Baskı).

Güleçoğlu, E. (2012). *Kurumlarda İstihdam Edilen Kişilerin Uzaktan Eğitimden Tatmin Olma Derecelerinin Belirlenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi: İstanbul.

Güngör, C. ve Aşkar, P. (2004) *"E-öğrenmenin ve Bilişsel Stilin Başarı ve İnternet Öz-Yeterlik Algısı Üzerindeki Etkisi"*. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 27. s:116–125

Hawkins, E. (1999). *Listening to Lorca: A Journey İnto Language*.

Heinich R, Molenda M, Russel J. D, Smaldino S. E (1996). *Insructional Media And Technologies For Learning, Merrill, An Imprint Of Prentice Hall Englewood Cliffs,* New Jersey, Columbus, Ohio.

Hızal, A. (1983). *Uzaktan Öğretim Süreçleri ve Yazılı Gereçler: Eğitim Teknolojisi Açısından Yaklaşımı*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara.

Holmberg, B., (1989). *Theory and Practice of Distance Education.*Routhedge, London.

İşman, A. ve Dabaj, F. (2005) *"Diffusion of Distance Education in North Cyprus"*. Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE October 2005 ISSN 1302-6488 Cilt:6, Sayı:4 (6).

İşman, A. (2011). *Uzaktan Eğitim*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Kaya, Z. (2002). *Uzaktan Eğitim*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Küçük, M. (2011). *Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı*. Ankara: Nobel Yayınları.

Lavooy, M.J. ve Newlin, M.H. (2003) "*Computer Mediated Communication: Online Instruction and Interactivity"*. Journal of Interactive Learning Research, *14*(2), 157-165. Norfolk, VA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).

Moore, M. G. İ ve Kearsley G. (1996). *Distance Education: A Systems View*. VVadsvvorth Publishing Company.

Özbay M. (1992). *"Televizyonla Öğretim".* Eğitim Dergisi (l),Ankara.

Özmen A.,ve Ediz, İ.G. (2002). *Uzaktan Eğitim ve Dumlupınar Üniversitesi Modeli*. Uluslararası Uzaktan Eğitim Sempozyumu, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Retrieved August, from http://aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler.

Peters, O. (1998). *Learning and Teaching in Distance Education*. Londra: KoganPage.

Simonson, M.,Smaldino, S., Albright, M., ve Zvacek, S. (2003). *Teaching an Learing at a Distance*. Ohio: Columbus.

Uşun, S. (2006). *Uzaktan Eğitim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Verduin John R. ve Thomas A Clark. (1994). *Uzaktan Eğitim: Etkin Uygulama Esasları* (Çev: İlknur Maviş). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Yalın, H. Ġ. (Ed.). (2008). *İnternet Temelli Eğitim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Yenal, A., Ç. (2009). *Uzaktan Eğitim* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Yurdakul, B. (2005). *Uzaktan Eğitim – Eğitimde Yeni Yönelimler.* Ankara: Pegem Yayıncılık.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0003

KARİKATÜRİSTLER GÖZÜYLE DENİZ TURİZMİ: TURİZM KARİKATÜRLERİNİN GÖSTERGEBİLİM YAKLAŞIMI İLE İNCELENMESİ

[1] Zehra Gökçe SEL, [2] Ceyda LALE, [3]Gürhan AKTAŞ

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, 2009 yılından beri düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nda yayınlanan eserlerin vermek istediği saklı mesajları tüketici, ürün ve paydaşlar açısından ortaya çıkarmak ve deniz turizminin, toplumsal konuları yakında takip eden karikatüristler tarafından nasıl algılandığını değerlendirmektir. Bu çalışmada deniz turizminin fiziksel ve sosyalçevre üzerinde yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz etkiler kapsamında bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, 168 karikatürün görsel göstergeleri üç farklı araştırmacı tarafından ayrı ayrı değerlendirilmişve birleştirilen kodlar sonucunda göstergebilim analizi uygulanmıştır. Bulgular, deniz turizminin yapısal özelliklerinden kaynaklanan etkilerin turizm karikatürlerine yansıdığını göstermiştir.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Görsel Göstergeler, Turizm Karikatürleri

1. GİRİŞ

Özellikle 1980'li yıllardan bu yana; tüketici, ürün ve paydaşlar açısından deniz turizminin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz etkiler gerek araştırmacılar gerekse işletmeler tarafından tartışılmaktadır. Bu nedenle deniz turizmi olgusunun turizm sektörünün doğrudan paydaşı olmayan taraflar açısından nasıl algılandığını belirlemek, bu konuda farklı bir bakış açısı getirmek adına oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Görsel metinler negatif ve pozitif mesajları farklı taraflara iletmede en etkili yöntemlerden birisidir. Görsel ifadeler ne kadar

[1] Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir
gokce_doner@hotmail.com
[2] Ögr. Gör., İzmir Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, İzmir
lalceyda@gmail.com
[3] Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir
gurhan.aktas@deu.edu.tr

kuvvetli kullanılır ise anlatılmak istenen yan anlamlar o kadar derinlik ve etki kazanmaktadır.

Bu çalışmada amaçlanan, eleştirel yaklaşım açısına sahip olan turizm karikatürlerinin vermek istediği örtülü anlam veya mesajların, görsel göstergeleri çözümlenerek tüketici, paydaşlar ve ürün tarafından değerlendirilmesidir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Deniz Turizmi

Tarihsel süreç içerisinde seyahatlerin ve küreselleşen dünyada teknolojinin büyük bir ivme kazanması, turizm hareketlerinin uluslararası ve ulusal boyutta süregelen öncül bir gelişim gösterdiğinin kanıtıdır. Dünya ekonomisinde gelişime açık, yenilikleri takip eden, sürekli büyüyen, ülkelerin kalkınmasında lokomotif görev üstlenen ve çok yönlü yarar sağlayan en güçlü sektörlerden biri olan turizm sektörünün çok yönlü olmasıyla beraber, diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliği turizm sektörüne ait girdilerdir. Bu girdilerin en önemlilerinden birisini doğal kaynaklar arasında yer alan denizler oluşturmaktadır. Bu kapsamda denizler turizm için çekici unsurların başında gelmektedir.

Turizm sektörü, ekonomide üstlendiği önemli rol ile birlikte alt sektörlere ayrılmaktadır. Küreselleşmenin etkileri, yaşanan ekonomik gelişmeler ve teknoloji ile birlikte gelişim gösteren sektörde, alt sektörlerin de pazar koşullarına uygun değişim göstermesiyle birlikte yeni turizm çeşitleri ortaya çıkmaktadır. Kitlesel turizm ile doğrudan ilişkilendirilen deniz turizmi ise, uzun yıllardır turizm sektörünü şekillendiren önemli turizm çeşitlerinden biridir. Önceleri belli bir kesimin spor, eğlenme, dinlenme aracı olarak ortaya çıkan deniz turizmi, 1960'lı yıllardan itibaren yaygınlaşmış ve uluslararası bir nitelik kazanmıştır(Yüksek, 2012: 86-87).Yazında yer alan araştırmalarda deniz turizmi ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Orams (1999) deniz turizmini *''kişinin ikamet ettiği yerden uzak bir yere seyahat etmesini kapsayan, deniz odaklı eğlence ve dinlenme faaliyetleri içeren turizm çeşidi''* olarak tanımlarken, Lekakou ve Tzannatos (2001) *''doğrudan ve geçici olarak turistlerin okyanusla kurduğu iletişimi araştıran bir turizm çeşidi''* olarak tanımlamaktadır. Wild (2003)'e göre ise, deniz turizminin en önemli bileşenlerini seyahat, ulaşım ve rekreasyon üçlüsü oluşturmaktadır. Deniz turizmi kavramı kruvaziyer dışında su kayağı, rüzgâr sörfü, dalış, yüzme, deniz parklarına yapılan tur gibi birçok aktiviteyi de içermektedir (Diakomihalis, 2007). Yüzyıllardan beri deniz, rekreasyon aktiviteleri için temel kaynak olmuş ve gitgide gelişim göstermiştir (Miller, 1993; Orams, 1999, 2007).

3S olarak da adlandırılan deniz, kum ve güneş, turizmin gelişiminde son 50 yıldır önemli rol oynamaktadır (Miller ve Auyong, 1991). Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinin önemi giderek artsa da, denizin turizm için hala çok büyük bir çekim gücüne sahip olduğu bilinmektedir. Pek çok ülkede, o ülkeye seyahat eden turistlerin önemli bir bölümü deniz turizmi amacıyla seyahatlerini gerçekleştirmektedir (Kozak ve Kozak, 2000: 27). Deniz turizmi, her geçen yıl katılımcı sayısının artması ve ekonomik getirisinin fazla olması nedeniyle gittikçe büyüyen ve önem taşıyan sektör haline gelmiştir(Moreno ve Amelung, 2009). Deniz turizmi dünyanın en büyük sektörlerinden biridir ve ülkelerin turizm gelirlerine katkıda bulunur (Hall, 2001). Bu nedenle hızlıbir gelişim göstermektedir (Webe ve Mikacic, 1994; Pollard, 1995; Kim ve Kim, 1996; Orams, 1999). İzmir Ticaret Odası'nın verilerine göre ülkemize, turist başına en fazla gelir bırakan turizm çeşitlerindenbiri deniz turizmidir (İZTO, 2015).

Popülerliğinin artması ile beraber, deniz turizmi (balık tutma, dalış, rüzgâr sörfü ve yatçılık vb.) tarım, yerleşim bölgeleri ve endüstriyel yatırımamaçlı kullanılan alanların ve kıyıların üzerindeki baskıyı artırmaktadır (Miller, 1993; Warner, 1999). Deniz turizmi konusunda ekonomik ve çevresel etkilerin farkındalığının ve sürdürülebilirlik bilincinin artmasına rağmen bu alanda yapılan araştırmalar az sayıdadır (Hall, 2001). Ülkemizin coğrafi konumu gereği, üç tarafının denizlerle çevrili olması, denize kıyısı olan illerin fazla olması ve ılıman iklime sahip olması deniz turizmi açısından büyük bir avantaj yaratmasına rağmen ulusal yazında yapılan araştırma sayısı oldukça azdır. Fakat deniz turizmi alanında yapılan yasal düzenlemeler (Turizmi Teşvik Kanunu, Deniz Turizmi Yönetmeliği, Yat Turizmi Yönetmeliği vb.) ülkemizdedeniz turizminin gelişmesinde önemli katkılar sağlamıştır.2023 Türkiye Turizm Stratejileri kapsamında da kruvaziyer gemi ve yat limanlarının geliştirilmesine yönelik birçok kararın alınması, gelecekte de bu alanda yaşanılacak gelişim ve değişim konusunda umut vericidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

2.2. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Turizm yalnızca ekonomik bir olay olmayıp aynı zamanda fiziksel, sosyo-kültürel ve ekonomik çevreyi etkileyebilen bir hareketliliktir. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirilirken sadece gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi maddi ve ekonomik sonuçları değil, toplumsal ve kültürel, ekonomik ve fiziki çevreyeyansımaları gibi konular üzerinde de durulmalıdır. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde, yapılmış olan en temel ayrımlar özet bir şekilde Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Turizmin Ekonomik, Fiziksel ve Sosyo-Kültürel Çevre Üzerindeki Etkileri

ETKİ SINIFI	OLUMLU ETKİLERİ	OLUMSUZ ETKİLERİ
Turizm ve Ekonomik Çevre	• Gelir yaratıcı etkisi, • İstihdam yaratıcı etkisi, • Bölgelerarası dengeli kalkınma etkisi, • Altyapı ve üstyapı yatırımlarına etkisi, • Diğer ekonomik sektörlere katkı, • Ödemeler dengesi üzerindeki etkisi.	• Mevsimlik dalgalanma, • Enflasyonist baskı, • Turizme aşırı bağımlılık, • Fırsat maliyet, • Dışalım eğilimindeki artış, • Yabancı işgücü gereksinmesi
Turizm ve Sosyo-Kültürel Çevre	• Hoşgörü ortamını geliştirir, • Kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırır, • Kadın hakları konusunda ilerlemeye neden olur, • Boş zaman kullanma alışkanlığını geliştirir, • Temizlik bilincinin gelişmesini sağlar, • Yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasına neden olur, • Yeni mesleklerin ortaya çıkmasına neden olur, • Yerel halkın tarih ve kültür değerlerine sahip çıkma bilinci gelişir, • Yabancı dil öğrenmeye yönlendirir, • Aile bağlarını güçlendirir.	• Yabancı düşmanlığını artırabilir, • Suç oranında artış olabilir, • Kültür ticarileşebilir, • Turistleri taklit gibi olumsuz yönlenmeye neden olabilir.
Turizm ve Fiziksel Çevre	• Yöre, anıt ve yapıların restorasyonu veya iyileştirilmesi yönünde itici bir güçtür, • Eski yapıtların yeni kimlikleriyle bugünde yaşamalarını sağlayacak düzenlemelere gidilir, • Çevrenin korunmasına hız verir,	• Doğal çevrenin tahribi (su, hava, gürültü, görüntü kirliliği, kalabalık ve izdiham, saha kullanma problemleri vb.), • Ekolojik aksaklıklar, • Çevresel tehlikeler, • Tarih ve arkeolojik

	• Çevre korunmasına yönelik önlemler, planlama, yönetsel kararlar alınır, • Önemli doğal alanlar korunur, • Arkeolojik ve tarihi yerler korunur, • Fiziksel çevre kalitesi yükselir, • Çevrenin değerinin artması sağlanır, • Altyapı geliştirilir.	alanlara verilen zarar, • Uygunsuz atık yok etme, • Sürdürülebilir turizm olgusunun eksikliği, • Çöp ve atıklar sorunu.

Kaynak: Kozak ve Kozak, 2000.

2.3. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması

Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği ve Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin işbirliğinde düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nın ilki 2009 yılında gerçekleştirilmiştir. Yarışmanın amacı, dünyanın en büyük sektörlerinden biri olan turizmi çeşitli boyutları ile inceleyerek, tatil amacıyla seyahat eden bireylerin tatil sırasında yaşadıkları her türlü deneyim ve ortaya çıkan ilişkiler üzerine karikatür sanatçılarının bakışını ortaya koymaktır. Bu bağlamda konaklama, ulaştırma, yeme-içme, eğlence, rekreasyon, gezme-görme, müzeler, çevre, turist-yerli ilişkileri vb. turizm sektörü kapsamında yer alan konular, gelişmeler ve yaşanan deneyimler karikatür sanatçıları gözüyle değerlendirilmektedir. Yarışma, 2009 yılından itibaren her yıl düzenlenmiştir. 2009, 2010, 2011 ve 2013 yıllarında Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması için herhangi bir tema belirlenmemişken 2012 yılı için "*yerli halk ve turizm ilişkileri*", 2014 yılı için "*her şey dahil tatil*", 2015 yılında düzenlenen yarışma için ise "*barış ve turizm*" temaları seçilmiştir (Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması, 2015).

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, 2009 yılından beri düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nda yayınlanan eserlerin vermek istediği saklı mesajları tüketici, ürün ve paydaşlar açısından ortaya çıkarmak ve deniz turizminin yarışmaya katılan karikatüristler tarafından nasıl algılandığını değerlendirmektir. 1980'li yıllardan beri deniz turizmi ve beraberinde getirmiş olduğu olumlu ve olumsuz etkilerin tartışılıyor olması, eleştirel bir yaklaşım açısına sahip olan turizm karikatürlerinin incelenmesini gerekli kılmıştır. Bu nedenle çalışmanın evrenini,2009-2014 yılları arasında Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması kapsamında yayınlanan 571 adet karikatür oluşturmaktadır. Bu

evren içerisinden deniz ile ilgili göstergelerin(deniz, havuz, deniz topu, deniz simidi, kurvaziyer, yelkenli, sörf tahtası, şnorkel, balık, mayo, deniz terliği, deniz havlusu, kumsal vb.) kullanılmış olduğu 168 adet karikatür değerlendirilmeye alınmıştır.

Bu araştırmada, görsel metinlerin analizi gösterge bilim yöntemi ile gerçekleştirilmiş ve yan anlam içeren negatif veya pozitif mesajlar deniz turizmi ve kitlesel turizm kavramlarıyla ilişkilendirilerek incelenmiştir. Araştırma kapsamında, "Deniz turizmi göstergelerini içeren turizm karikatürlerindeki verilmek istenen yan anlam/saklı mesajlar nelerdir?" sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır.

Gösterge bilim analizi, görselin arkasında yatan yan anlamın keşfedilmesini sağlayan bir bilim dalıdır (Odabaşı ve Barış, 2002).Anlamlandırmanın ve çözümlemelerin düzanlam ve yananlam olarak adlandırılan iki düzeyi üzerinde duran Barthes (1972)'a göre: bir göstergenin 'neye' işaret ettiği, düz anlam, göstergenin 'nasıl' gösterildiği ise yan anlamolarak kabul edilir. Karikatürler de yapıları itibariyle, örtülü mesaj içeriği ile birlikte eleştirel bir anlatım tekniğini ortaya koymaktadır. Üstü örtülü şekilde verilmek istenen mesajın çözümlenebilmesi için en uygun görülen yöntemlerden birisi semiyoloji analizidir (Cobb-Walgren ve Mohr, 1998: 130).

Eleştirel bir mesajın etkili sonuçlar yaratabilmesi yan anlama bağlı olarak şekillenmektedir (Moriarty, 1986). Bu çalışmada da ilgilenilen, deniz turizminin karikatüristler tarafından nasıl görüldüğü ve değerlendirildiğidir. Bu çalışma ile beraber beklenen, deniz turizmi kapsamında gerçekleşen seyahatlerin, ne gibi negatif ve pozitif sonuçları doğurabileceği yönündeki algıları anlamaya yardımcı olabilmesidir.

Çalışmada verilmek istenen mesaj içeriklerinin incelenmesi aşamasında, iç tutarlılığı sağlamak amacıyla (Shenton, 2004),her karikatür ayrı ayrı üç araştırmacı tarafından titizlikle incelenmiş ve daha sonra bulgular karşılaştırılmıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulan ortak kodlar tüketici, ürün ve paydaşlar ana başlıkları altında gruplandırılmıştır. Ortaya çıkan yan anlamlar bu gruplamaya tabii tutularak incelemeye alınmıştır.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, turizm karikatürlerinin saklı mesaj içeriklerini ortaya koymayı hedefleyen bulgular verilmektedir. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nda deniz turizmi

göstergelerini içeren 168 karikatür belirlenen kodlar doğrultusunda incelenmiş ve ortaya çıkan bulgular bu bölümde özetlenmiştir.

4.1. Deniz Turizmine İlişkin Göstergeler

Araştırmada incelemeye tabii tutulan 168 karikatürde Tablo 1'de ifade edilen göstergelerin yoğunlukla kullanıldığı tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak, deniz turizmi dendiği zaman üçüncü kişilerin aklında canlanan resimde bu göstergelerden en az birinin yer aldığı yorumu yapılabilir. Bu nedenle, eleştirel bir gözle verilmek istenen saklı mesaj kurgusunun bu göstergeler ile birlikte verilmeye çalışıldığı görülmüştür.

Tablo 2: Deniz Turizmi Göstergeleri

Deniz	Deniz Topu	Deniz Terliği
Deniz Havlusu	Deniz Kızı	Deniz Canlıları
Deniz Terliği	Kumsal	Mayo/Bikini/Şort
Şnorkel	Deniz Şemsiyesi	Kurvaziyer
Gemi	Yelkenli	Sörf Tahtası
Bot	Güneş	Şezlong
Can Simidi	Kayık	Havuz
Su Parkı	Dalgıç	Güneş Kremi
Deniz Botu (Rafting)	Deniz Simidi	Palmiye
Ada	Gondol	Martı

Bu araştırma kapsamında incelenen karikatürlerde dikkat çekici en önemli noktalardan birisi, deniz turizminin diğer turizm türleri ile birlikte aynı eserde ifade ediliyor olmasıdır. Spor turizmi, macera turizmi, kültür turizmi ve seks turizmi bunlardan bazılarıdır. Şekil 2'de görüldüğü üzere, deniz turizmi göstergelerinin kültür turizmi göstergeleri ile birlikte kullanımı söz konusudur.

Bu şekilde gösterenler Eiffel Kulesi, İstanbul Kız Kulesi, Özgürlük Heykeli, Mısır Piramitleri, "her şey dahil" sisteme dahil olan turist ve telefonları olup, gösterilen ise deniz turizmini deneyimleyen turistlerin sadece bir tesis içerisinde kaldığı ve kültür turizmine ancak uzaktan bakabildiğidir. Bu şekilde, deniz turizminin ortaya çıkan

etkilerini minimize etmek veya ortadan kaldırmak adına alternatif olarak ortaya çıkan kültür turizmi ile deniz turizminin kıyaslanması söz konusudur.

Şekil 1'de sağ tarafta bulunan görselde, sörf yapan bir turistin semazen görüntüsünden oluşan dalganın altında kaldığı görülmektedir. Bu görselde deniz turizmine eleştirel bir gözle bakıldığı söylenebilmektedir.

Şekil 1: Deniz ve Kültür Turizmi

Birçok eserde olduğu gibi Şekil 2'de de aynı şekilde çevresel kirlilik vurgusu yapılmıştır. Burada gösteren=rafting yapan turistler ve çöp, gösterilen=el değmemiş nehirlerde rafting yapan turistlerin fiziksel kirliliği de beraberinde getiriyor veya destinasyonların doğal kaynakların korunmasına gerekli önemi göstermemeleri sonucunda kirliliğe sebep oluşudur. Aynı şekilde sağ tarafta yer alan ikinci karikatürde botları ile beraber gezi gerçekleştiren turistler ve onların doğaya vermiş olduğu zarar simgelerle gösterilmiştir.

Şekil 2 : Macera Turizmi ve Fiziksel Çevre

Şekil 3: Seks Turizmi ve Deniz Turizmi Bağlantısı

4.2. Deniz Turizminin Olumsuz Etkileri

Bugüne kadar yarışmada seçilmiş olan karikatürler, üçüncü şahısların deniz turizmi ve kitlesel hareketlilik kavramını beraber algıladığını göstermiştir. Bu sebeple, eleştirel bir gözle yapılan karikatürlerde bu turizm çeşidinin beraberinde pek çok tahribat veya zararı da beraberinde getirdiği vurgusu sıkça yapılmıştır. Şekil 4'te bu etki minimalist bir şekilde anlatılmıştır. Moriarty (1987)'nin ifadesine göre, saklı bir mesaj ancak minimalist bir yol izlendiğinde çok daha fazla etki yaratabilmektedir.

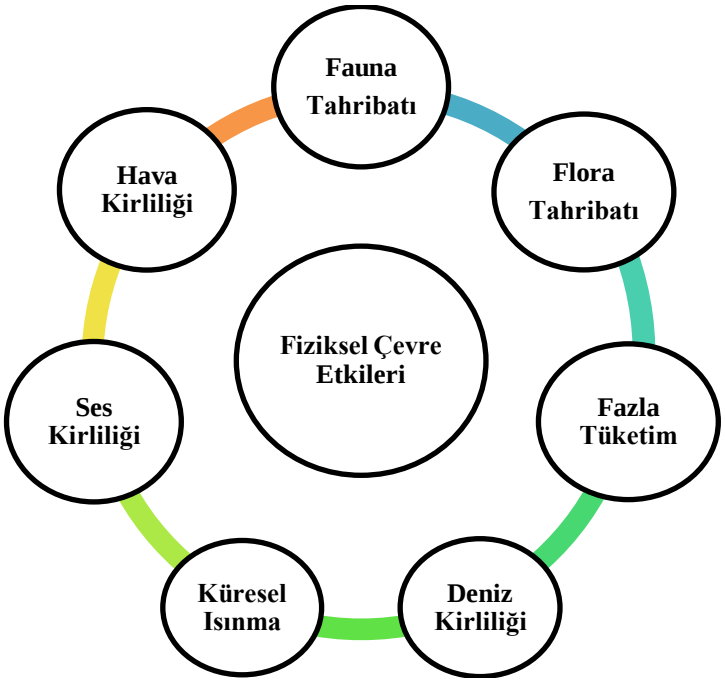
Gösteren: Kumsaldaki havlu izi
Gösterilen: Turistin gittiği yerde bırakmış olduğu iz

Şekil 4: Turistlerin Bırakmış Oldukları İzler

4.2.1. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri doğal çevrenin tahribi, çöp ve atıklar sorunu, ses kirliliği ve sürdürülebilirlik olgusunun eksikliği olarak boyutlara ayrılmıştır (Kozak ve Kozak, 2002).

Bu araştırmanın bulgularının, turizmin çevreye verdiği tahribatın farkında olunup olunmadığının belirlenmesi açısından da çarpıcı olduğu düşünülmektedir. Karikatürlerde sıkça çevreye verilen tahribat ana tema olarak kullanılmış ve bu tema çeşitli göstergelerle ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu sebeple Şekil 5'te görüldüğü üzere, çevre üzerindeki olumsuz etkiler bulgulardan yola çıkılarak sınıflandırılmıştır.



Şekil 5: Fiziksel Çevre Etkileri Modeli

İncelenen karikatürlerde çevre tahribatının yanı sıra bu tahribatların beraberinde doğal erozyona yol açacağı üzerinde de oldukça durulmuştur. Şekil 6'da görüldüğü üzere, her iki resimde doğal afet teması işlenmeye çalışılmıştır. Bu karikatürler ile ortaya çıkan başka bir etkide turistlerde meydana gelen duyarsızlaşma olmuştur. Şekil 6'nın sağ tarafında bulunan şekil incelemeye alındığında, gösteren=doğal afet ve telefon iken, gösterilmek istenen yani saklı olarak ifade edilmek istenen turizm hareketliliğinin neden olduğu doğal tahribat ve buna neden olan turistin de bu duruma ne kadar kayıtsız kaldığıdır.

Şekil 6: Doğal Afet ve Duyarsızlaşma

Şekil 7'de yer alan örneklerde ise doğaya verilen zarar teması yer almaktadır. Bu resimlerden ilkinde, gösteren: kuru dere ve rafting yapan turistler iken gösterilen: rafting yapan turistlerin bu akarsularda kuruluğa neden olabildikleri yani doğaya zarar verdikleri olarak ifade edilmeye çalışılmıştır.

Şekil 7: Doğal Tahribat

4.2.2. Turizmin ToplumsalÇevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

İlgili yazında, turizmin destinasyonda yaşayan yerel halk üzerinde taklit, turizme aşırı bağlılık, yabancı düşmanlığı, kültürün ticarileştirilmesi gibi pek çok olumsuz etkisinin olabileceğini ifade edilmektedir (Weaver ve Lawton, 2007).

Şekil 7'de yer alan ilk fotoğrafta, turizm faaliyetinin gerçekleştirildiği yerde yerel toplumlar üzerinde nasıl bir etki yarattığını göstermeyi amaçlayan karikatürde havlu gölgesi metafor olarak

kullanılmış, bu gösterge ile birlikte turistlerin ve turizm hareketliliğinin yerel halk üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiye vurgu yapılmıştır.

Ticarileştirme turizm hareketliliğinin yoğun olduğu toplumlarda ortaya çıkan engellenemez bir olgudur (Cohen, 1988). Bu olgu turizmin olumsuz etkileri içerisinde yer almakta olup, turizm karikatürlerinde de yoğun olarak işlenen bir tema olduğu tespit edilmiştir. Şekil 8'de (sol tarafta) yer alan karikatürde ticarileştirme ana teması işlenmiştir. Ticarileştirme toplumsal etki başlığı altında alınabildiği gibi ekonomik etki olarak da ifade edilebilmektedir.

Gösteren: Turist, turist havlusu ve gölge
Gösterilen: Yerel halkın yaşam alanına ve ekonomik geçim kaynağına müdahale

Gösteren: Tarım alanı, çiftçi ve turist

Gösterilen: Olumsuz sosyo-kültürel etki

Gösteren: Yerel halk, inek ve turist

Gösterilen: Yerel halkın rahatsızlık duyması-olumsuz sosyo-kültürel etki

Gösteren: Şaşırmış yerel halkve ı want sushi konuşma balonu

Gösterilen: Sosyo-kültürel etki ve turist

Gösteren: Yerel halkın turiste gözlerinikapaması

Gösterilen: Kültürel çatışma yerli halk çatışması

Gösteren: Elinde silahlı ve kar maskeli turist

Gösterilen: Kıyı turizm bölgelerinde yaşanan güvenlik problemleri

Gösteren: Kumsal ve askerler

Gösterilen: Kıyı bölgelerdeki tehlikeler

Şekil 8: Turizm ve Toplumsal Çevre

4.3. Turistik Ürün, Tüketici ve Paydaşlar

Turistik ürün, tüketici ve paydaşlar ana başlıkları altında yer alan göstergeler Tablo3'te listelenmiştir. Bu göstergelerin karikatürlerde çokçarpıcı şekilde işlendiği tespit edilmiştir. Özellikle aşırı tüketim

olgusunun yoğunlukla yan anlam olarak karşı tarafa verilmek istendiği görülmüştür. Şekil 9'da aşırı tüketim temasının yer aldığı görsellere yer verilmiştir.

Gösteren: Kilolu turist ve aşırı Yeme İçme

Gösterilen: Aşırı tüketim ve hizmet kalitesi

Gösteren: Sürekli Tüketen Kilolu Turist

Gösterilen: Aşırı tüketim ve her şeydahil sistem

Şekil 9:Aşırı Tüketim ve Her Şey Dahil Sistem

Tablo 3: Tüketici, ürün ve paydaş göstergeleri

TÜKETİCİ	**ÜRÜN**	**PAYDAŞLAR**
Duyarsızlaşma	Deniz Turizmi Aktiviteleri (dalış, sörf, yelkenli, balık tutma, yüzme, rafting)	Ulaştırma (Otobüs, Uçak, Gemi, Tren, Taksi)
Rutinden Kaçış	Deniz	Acenta
Zevk ve Eğlence	Güneş	İnternet / Çevrimiçi Satış Kanalları
Rahatlama	Kumsal	Televizyon Programları (travelchannel)
Dinlenme	Palmiye	Rehber
Aşırı Tüketim	Deniz Canlıları	Çalışanlar (garson)
İşletme Sadakati	Her şey dahil sistem/Aşırı Alkol-Yiyecek İçecek Tüketimi	Yerel Halk (inanç, gelenek-görenek)
Tüketici Memnuniyeti	Kurvaziyer	Esnaf (simit satan kişi, gümüş/takı satan kişiler/ kafe-restoran işletmecisi/ Taksi)
Kitlesel Turizm	Kıyı Oteli (Resort	Devlet (devlet

	Hotel)	politikaları)
Münferit Seyahat	Otel Bileklikleri	
3. Yaş Turizmi	Hizmet Kalitesi	
Gençlik Turizmi	Su Parkı	
Aile ile Seyahat/Çocuklu	Ada	
Zengin Turist Profili	Paket Tur	
Sosyal Turizm	Gondol Gezintisi	
Tüketicinin Gelmiş Olduğu Destinasyon	Kamping	
Film Etkisi	Mevsimsellik	

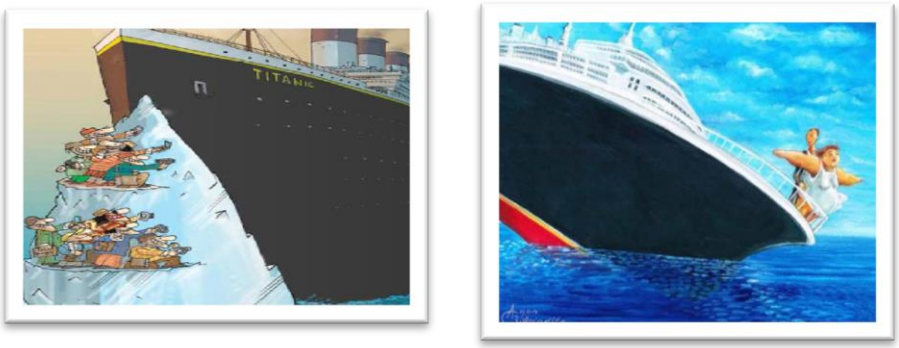
Her şey dahil sistem, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi bir seyahatin ayrı ayrı parçalarının birleştirilerek müşteriye tek bir ürün ve fiyat olarak satılmasını içeren faaliyetler bütünü olarak tanımlanan paket turun bir çeşididir (Heung ve Chu, 2000:52). 2000'li yıllarda, özellikle deniz-kum-güneşe (3S) bağlı kitle turizminin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte paket turun bir çeşidi olan her şey dahil sisteme ilginin arttığı savunulmaktadır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007:52). Bu etkiyi turizm karikatürlerinde de görmek mümkündür. Şekil 10'dapaket tur ana temasının yer aldığı görsellerde, bavul simgesi ve içerisinde yer alan ürün bileşenleri paket tur olgusuna işaret etmektedir. Bu karikatürlerde, deniz turizmi ve paket tur kavramlarının iç içe geçmiş olduğu görülmektedir.

Gösteren: Valiz, turistik ürün bileşenleri ve acenta

Gösterilen: Paket tur

Şekil 10: Paket tur ana temas

Yazında yer alan araştırmalarda televizyon dizi ve filmlerinin turistik talebin seçimleri ve satın alma eğilimleri üzerinde olumlu etkisi olduğu savunulmaktadır. Bu film ve diziler turistik ürünlerin tanıtımında etkili bir araç olarak kullanılmakta ve o ürünlerin popülaritesinin artmasına aracılık etmektedir. Özellikle kurvaziyer seyahatlerinde Titanik filminin olumlu etkisi gözlemlenmektedir (Wood, 2000). Turizm karikatürlerinde de bu filmin kurvaziyer seyahatleri ile beraber kodlandığı göze çarpmış ve bunlardan bazılarına Şekil 11'de yer verilmiştir.



Şekil 11: Film etkisi

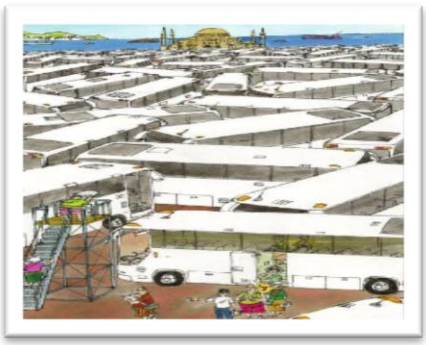
Kaliteli hizmet veren işletmeler,tüketici beklentilerini karşılayarak tüketici tatmini yaratmaktadırlar. Yapılan araştırmalarda (Rust ve diğerleri, 1995), artan müşteri tatmininin yüksek müşteri sadakatine yol açtığı tespit edilmiştir. Bu müşteri sadakati, turizm sektöründe sürekli ilişki içerisinde olduğu işletme veya destinasyon ile ilişkisini tutumsal olarak devam ettirme arzusu olarak ortaya çıkmaktadır (Kim ve Yoon, 2004). Şekil 12'de görüldüğü üzere, tekrar tuşu ve turiste kumdan sarılan bir el bağlılığı ifade eden göstergelerdir. Burada esas gösterilmek istenen olgu müşteri sadakatidir.

Şekil 12: Müşteri sadakati

Yapılan araştırmada, acenta, ulaştırma, devlet politikaları ve rehber vurgusunun sıkça yapıldığı tespit edilmiştir. Bu karikatürlerden bazılarına Şekil 13'te yer verilmiştir.

Gösteren: Kamyon

Gösterilen: Aracı firma olan acentanın turistleri taşıması



Gösteren: Turist taşıyan otobüsler

Gösterilen: Kalabalık

Şekil 13: Turizm Paydaşları (Acenta, Ulaşım Firmaları, Rehber, Devlet, Yerel Halk)

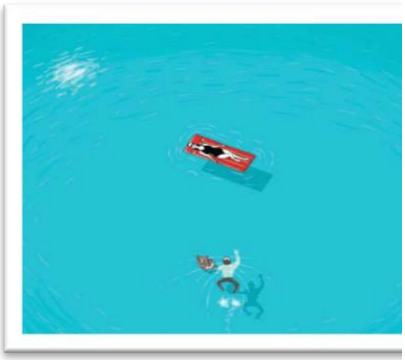
Gösteren: Devlet adamı ve makas

Gösterilen: Kumsalın turizme açılması

Gösteren: Denizaltı ve rehber balık

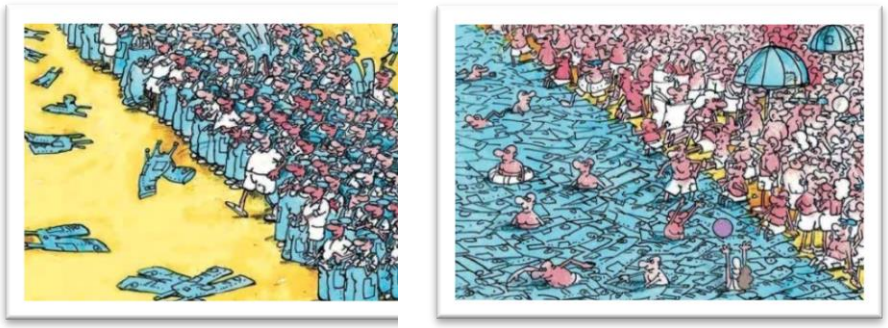
Gösterilen: Denizaltındaki yaşamın turist deneyiminin parçası olması

Turizm işletmeleri turistleri elde tutabilmek ve beklentilerini karşılayabilmek adına kusursuz hizmet anlayışını benimsemektedirler. Bu vurgunun turizm karikatürlerinde de yer aldığı belirlenmiştir. Şekil 14'te yer alan birinci karikatürde, havuz suyunu kontrol eden cankurtaran hizmette sınır olmadığını simgelemektedir. Diğer üç karikatürde ise hizmet eden servis personeli hizmet kalitesinin göstergesi konumundadır.



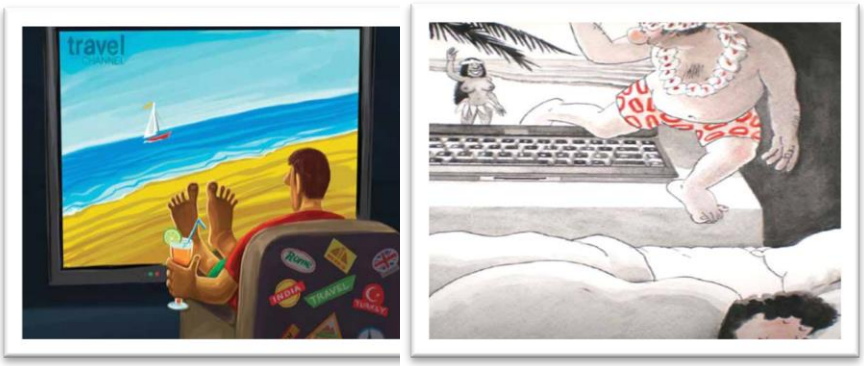
Şekil 14: Hizmet kalitesi

Ekonomik güçleri sınırlı olan kitlelerin bir takım önlemler ve tesisler yardımıyla turizme katılmaları sosyal turizm kavramını ifade etmektedir (Usta, 2009). Şekil 15'te ilk iki sırada yer alan karikatürde mavi yakalı işçiler ekonomik güçleri sınırlı kişileri simgelemektedir. Diğer iki karikatürde ise tüketicilerin yaş ve tercihleri, kiminle seyahat ettikleri çeşitli metaforlar ile anlatılmıştır. Üçüncü karikatürde 3. Yaş grubunda yer alan turist ve ailesiyle seyahat eden kişiler iki gruba ayrılmış olup, deniz turizmine katılım gösteren kişilerin ailesiyle beraber seyahat ettiği vurgusu yapılmıştır.



Şekil 15: Tüketici profili

Teknolojinin gelişim göstermesi ile beraber sanal gerçeklik uygulamaları ve tutundurma araçlarında değişiklikler gözlemlenmektedir. Bu değişikliklerin Şekil 16'da yer alan karikatürlere yansıdığı görülmektedir. Bu karikatürlerde, turistlerin mevcut destinasyonlara gitmeden de deneyim elde edebilecekleri ve zihinlerinde çeşitli fikirler yaratabilecekleri vurgusu ön plana çıkmaktadır. Buradaki temel göstergeler televizyon, bilgisayar ve tatil görüntüsüdür. Gösterilmek istenen ise sanal deneyim ve hayaldir.



Şekil 16: Sanal gerçeklik ve medya

5. SONUÇ

Deniz turizmi kavramı yıllardır kitlesel hareketlilik kapsamında değerlendirilmekte ve bu hareketliliğin taraflar açısından çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik boyutları tartışılmaktadır. 1980'li yıllardan bu yana, kitlesel turizmin etkilerini ortadan kaldırmak veya bu etkileri hafifletmek adına alternatif turizm türleri geliştirilse de, bireylerin algısında yaratılmış olan turizm kavramından deniz, kum, güneş üçlüsünün

çıkarılması mümkün değildir. İncelenen karikatürlerde de, turizm algısının deniz, kum, güneş üçlüsü etrafında toplandığı söylenebilir. Yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan temalarda, deniz turizmi olgusunun olumlu/olumsuz etkilerine vurgu yapıldığı ve ortaya çıkan sembollerin tüketici, paydaş ve ürün ile ilgili göstergeler ile iç içe geçtiği belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında, deniz turizmi ile ilişkili olarak en çok vurgu yapılan temalardan birisi her şey dahil sistem ve aşırı tüketimdir. Bu kapsamda karikatürlerde özellikle alkol ve yiyecek/içecek tüketimini sembolize eden, kilolu ve sürekli yeme/içme faaliyetinde bulunan insanların karikatürize edilmiş halleri görülmektedir. Buradan yola çıkarak, deniz turizmi faaliyetine katılan kişilerin her şey dahil sisteminin bir parçası olduğu ve bu sistemin getirdiği olumsuz etkilerin altında kaldığı yorumu yapılabilir. Her şeyi tüketme anlayışı sonucunda ortaya çıkan fiziksel ve toplumsal çevre üzerindeki olumsuz etkiler, doğaya verilen zarar, canlı türlerinin yok olması, küresel ısınma, yerli halk-turist çatışmaları, kültürel yozlaşma ve kültürün ticarileştirilmesi, kıyı bölgelerdeki güvenlik problemleri gibi alt temalar altında karşı tarafa verilmeye çalışılmıştır.

Hizmet boyutunda, müşteri tatmini ve sadakati en sık işlenen temalar arasında yer almaktadır. Bu temalarda en sık kullanılan simgeler, çalışan personelin turistlere sunduğu hizmeti gösteren görseller etrafında toplanmıştır.

Tüketici boyutunda en sık kodlanan göstergeler, tüketici motivasyon unsurları (rutinden kaçış, zevk ve eğlence, aile ile bir arada olmak, sosyalleşmek, dinlenmek), tüketici seyahat eğilimleri (sanal gerçeklik) ve demografik özellikleri üzerine olmuştur.

Her şey dahil sistem ve kitlesel hareketliliğin doğal sonucu olarak ortaya çıkan paket tur ile seyahat eğilimi de incelenen karikatürlerde yer alan unsurlardır. Bu kapsamda, seyahat acentası ve paket tur vurgusu yapılmıştır. İncelenen karikatürlerde, turizm hareketliliğinin içerisinde yer alan diğer paydaşlar da (ulaşım firmaları, esnaf, yerel halk, rehber, devlet) görsel metin olarak aktarılmıştır.

Analiz edilen bu karikatürlerindeniz turizminin çizerlerin dünyasında nasıl algılandığını belirlemek ve bu alanda karşılaşılan olası problem ve etkilere karşı farkındalık yaratmak açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Alaeddinoğlu, F., ve Can, A.S. (2007). *"Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri",* Ticaret ve Turizm Egitim Fakültesi Dergisi, Cilt 2. s:50-66.

Barthes, R. (1972). *Mythologies.* Jonathan Cape, London.

Cobb-Walgren, C. J. ve Mohr, L. A. (1998). ''*Symbols in Service Advertisements''.* Journal of Services Marketing, Cilt 12, Sayı 2. s:129-151.

Cohen, E. (1988). ''*Authenticity and commoditization in tourism*''. Annals of Tourism Research, Cilt 15, Sayı 3. s:371-386.

Diakomihalis, M. N. (2007). ''*Maritime Transport: The Greek Paradigm*''. Research in Transportation Economics, Cilt 21. s: 419–455.

Hall, M. (2001).''*Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier?*''.Ocean and coastal management,Cilt44, Sayı 910. s:601–648.

Heung, V. C., ve Chu, R. (2000). ''*Important factors affecting Hong Kong consumers' choice of a travel agency for all-inclusive package tours*''. Journal of travel research, Cilt 39, Sayı 1. s:52-59.

İzmir Ticaret Odası (2014), Bilgi Bankası: İzmir'de Kruvaziyer Turizmi http://www.izto.org.tr/tr/kruvaziyerturizmi.ErişimTarihi:15.12.2015.

Kim, S. ve Kim, Y. (1996).''*Overview of coastal and marine tourism in Korea''.* Journal of Tourism Studies,Cilt 7, Sayı 2. s:46–53.

Kim, H. S. ve Yoon, C. H. (2004*). ''Determinants of subscriber churn and customer loyalty in the Korean mobile telephony market''.* Telecommunications policy, Cilt 28, Sayı 9. s: 751-765.

Kozak, N. ve Kozak, M.A. (2000) *Genel Turizm Bilgisi,* Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Resmi Web Sitesi. (2015). https://www.kultur.gov.tr/ Erişim Tarihi: 20.12.2015

Lekakou, M. ve Tzannatos, E. (2001).*Cruising and sailing: A new tourist product for the Ionian sea* (in Greek), Volume in Honor of Emeritus Professor M. Rafael(s: 475–496). University of Piraeus, Pireaus.

Miller, M. L. ve Auyong, J. (1991).''*Coastal zone tourism: A potent force affecting environment and society'.* Marine Policy, Cilt 15, Sayı 2. s:75–99.

Miller, M. (1993).''*The rise of coastal and marine tourism''.*Ocean and Coastal Management, Cilt 21, Sayı 1–3. s:183–199.

Moreno, A. veAmelung, B.,(2009). ‘‘*Climate change and coastal & marine tourism: review and analysis’’.*Journal of Coastal Research, (Proceedings of the 10th International Coastal Symposium),Lisbon, Portugal. ISSN 0749-0258.s:1140 – 1144.

Moriarty, S. E. (1987). *‘‘A Content Analysis of Visuals Used in Print Media Advertising’’*.Journalism Quarterly, Cilt 64. s:550-54.

Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002).*Tüketici davranışı*.Media Cat Akademi, İstanbul.

Orams, M.B. (1999). *Marine tourism: Development, impacts and management.* Routledge, London.

Orams, M.B.(2007). *‘‘Extreme marines: the rise of high risk marine tourism’’*.5th International Coastal& Marine Tourism Congress (Auckland, New Zealand).

Pollard, J. (1995).Tourism and the environment. In: P. Breathnach (Ed.), *Irish tourism development*(s: 61–77). Maynooth: Geographical Society of Ireland.

Rust, R. T., Zahorik, A. J. ve Keiningham, T. L. (1995). ‘‘*Return on quality (ROQ): Making service quality financially accountable’’*. The Journal of Marketing. s:58-70.

Shenton, A. K. (2004). ‘‘*Strategies for ensuring trust worthiness in qualitative research projects*’’. Education for information, Cilt 22, Sayı 2.s:63-75.

Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Web Sitesi. (2015).http://tourismcartoon.com/, Erişim Tarihi: 21.12.2015.

Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Detay Yayıncılık, Ankara.

Warner J. (1999). ‘‘*North Cyprus: tourism and the challenge of non recognition’’*.Journal of Sustainable Tourism,Cilt 7, Sayı 2, s:128–45.

Weaver, D. B. ve Lawton, L. J. (2007). *‘‘Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research’’*. Tourism Management, Cilt 28, Sayı 5. s:1168-1179.

Webe, S. ve Mikacic, V. (1994).‘‘*The importance of market research in planning the development of nautical tourism in Croatia (in Croatian)’’.*Turizam,Cilt 42, Sayı 5/6. s:71–74.

Wild, G. P. (2003).Cruise industry statistical review 2002.Wild GP, Sussex.

Wood, R. E. (2000). ‘‘*Caribbean cruise tourism: globalization at sea*’’. Annals of Tourism Research, Cilt 27, Sayı 2. s: 345-370.

Yüksek, G. (2012), Turizm Ulaştırması. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0004

KOYLARIMIZ, MAVİ YOLCULUK VE DENİZ TURİZMİ'NİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

[1]M.Faruk OKUYUCU, [2]İpek BAYRAKTAR SAPMAZ

ÖZET

Deniz Turizminin varlık nedeni, Ege ve Akdeniz Kıyılarımızdaki eşsiz koylarımızdır.

Özellikle Ege'de dağlar kıyıya dik uzandığı için kıyı girintili-çıkıntılı olduğundan kıyıda birçok körfez, koy, yarımada ve buruna rastlanır. Edremit, Çandarlı, İzmir, Kuşadası, Güllük, Gökova başlıca körfezleridir. Reşadiye, Bozburun, Dilek ve İzmir başlıca yarımadalarıdır. Ege kıyıları girintili-çıkıntılı olduğu için en uzun kıyımızdır. Muğla da en uzun kıyıya sahip ilimizdir. Akdeniz'in Anadolu kıyıları genellikle boyuna kıyı özelliğindedir. Finike – Kas arasında Dalmaçya kıyı tipi görülür.

Bu Kıyı özellikleri, Dünya da ülkemize özgü olan "Mavi Yolculuk" deyimini literatüre sokmuş ve diğer denizdeki faaliyetler ile birlikte genel anlamda "Deniz Turizmi" ni yaratmıştır. Bildirimizde, Deniz Turizmi'nin tarihçesine değinilerek, sektörün gelişimi, mevcut durum analizi, mevzuat, örgütlenme, sürdürülebilirlik ve Kıyı Yönetim Sisteminin önemine ilişkin kısa bilgi verilmektedir.

1. TARİHÇE

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

Ancak, organize Deniz Turizmi faaliyeti, ilk kez Bodrum da Halikarnas Balıkçısı diye anılan şair/yazar /felsefeci Cevat Şakir KABAAĞAÇLI'nın sürgün yıllarında, süngerci-balıkçı kayıklarıyla

[1] Yönetim Kurulu Üyesi İMEAK Deniz Ticaret Odası,İstanbul mfokuyucu@hotmail.com

[2] Deniz Turizmi ve Deniz Kaynakları Birim Yetkilisi, İMEAK Deniz Ticaret Odası, İstanbul ipek.sapmaz@denizticaretodasi.org.tr

Gökova koylarına yaptığı gezilerle başlamıştır. Sonraları yabancı konukların da geziye katılmaları ile Mavi Yolculuk adı altında deniz gezileri yaygınlaşmıştır. Başlangıçta 6-7 m sandallarla yapılan geziler, sonraları motorlu teknelerle, Marmaris, Fethiye, Antalya ve İzmir gibi güzel koyların olduğu bölgelere yayılmıştır. Bu arada, çevre koylara günübirlik geziler de başlamıştır.

1960'lı-70'li yıllardan itibaren sualtı dalış faaliyetlerinin de başladığını izlemekteyiz. Önceleri sualtı arkeolojisi için yapılan dalışlar, sonraları turizm ve ticari amaçlı olmaya başlamıştır.

Yatçılık ve yat turizmi alanındaki düzenlemeler ilk defa 1982 yılında 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile yapılmış, yat limanı yatırım ve işletmeciliği, yat yatırım ve işletmeciliğine ilişkin düzenlemeler ise bu Kanuna bağlı olarak 1983 yılında yayımlanan Yat Turizmi Yönetmeliği ile hayata geçirilmiştir.

1980'li yıllarda Turizm Teşvik Yasası'nın içerdiği Yatçılık ve Marinacılık Bölümleri, Gulet teknelerin ve Marinaların yapımını hızlandırmıştır. Aynı zamanda günübirlik geziler, dalış ve su sporları, yatılı yat gezileri gelişmeye başlamıştır.

2007 yılında Turizm Teşvik Kanunu'nda yapılan değişiklik ile Günübirlik gezi tekneleri, Dalış Turizmi ve Kruvaziyer turizm Kanun kapsamına alınmıştır. Ege/Akdeniz kıyılarımızla, yakınlarındaki Yunan Adaları'na yapılan feribot seferleri de Deniz Turizminin desteklemiştir.Yat Turizmi Yönetmeliği 2009 yılında Deniz Turizmi Yönetmeliği olarak yeniden düzenlenmiştir.

Denizde bunlar olurken, bu teknelerin bağlama- kışlama yanaşma gereksinimlerini karşılayan Deniz Turizmi Tesisleri görünmeye başlamıştır. Yat Liman İşletmeciliğimizin tarihsel gelişimine baktığımızda;

1967 yılında "Bakanlıklar Arası Yat Limanlarını Planlama Tetkik Komisyonu" kurularak yat limanları konusunda çalışmalar yapılmış, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972) döneminde bir yat limanları zinciri kurulması öngörülmüş ve bu tesislerin en verimli şekilde işletilmesinin de Ulaştırma Bakanlığı tarafından gerçekleştirileceği düşünülmüştür.

1970´li yılların sonunda Turizm Bakanlığı bünyesinde yat turizmi gündeme alınarak, çeşitli yat limanı yerleri tespit edilmiş, mülga Devlet Planlama Teşkilatı tarafından gelişme planları hazırlanmıştır.

1976 – 1988 yılları arasında Kalkınma Bankası A.Ş'ye bağlı olarak 125 yat kapasitesiyle "Turban Bodrum Marina İşletmesi" olarak hizmet vermiştir. Bu tarihten sonra banka yeniden yapılandırılarak Turban Turizm A.Ş. "Turban Bodrum Marina" adı altında çalışmaya devam etmiştir..01.12.1997 tarihinde özelleştirilme kapsamına alınmıştır.

1977 yılında Kuşadası Yat Limanı "Turban Kuşadası Marina" olarak , 1978 yılında Kemer Yat Limanı sektörün hizmetine açılmış, 1965 yılı ortalarında kurulan Setur Servis Turistik A.Ş., marinacılık faaliyetlerine 1978 yılında Çeşme Altınyunus Oteli kapsamındaki Çeşme Altınyunus Marina ile başlamıştır.

1987 yılında İstanbul Belediyesi tarafından hizmete açılan Türkiye'nin o dönem en büyük marinası olan Kalamış ve Fenerbahçe Marinaları, Aralık 1998'de işletmeci şirketin hisselerinin tamamının devralınması ile Setur Marinaları zincirine katılmıştır.

1987 yılında inşaata başlanan İstanbul'un en büyük Marinası olan Ataköy Marina ise 1989 yılında sektörün hizmetine açılmıştır.

Özel Sektör tarafından Bodrum Turgut Reis D-Marin, Bodrum Yalıkavak Marina ve Fethiye Ece Saray Marinaları ise 2003 ve 2004 yıllarında işletmeye açılmışlardır. Bu arada birçok yeni yat limanı açılmış ve bir kısmının yapımı sürmektedir.

2. BUGÜN

Yıllarca Yat Turizmi olarak anılan bu turizm dalımız Odamızda yapılan çeşitli çalışmalardan sonra gene İMEAK DTO çatısı altında aşağıdaki gibi tanımlanmıştır; (2000 Yılı)

"Denizde (kıyıda, altında, üzerinde ve yukarıda), deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile, onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri DENİZ TURİZMİ olarak tanımlanmaktadır.

DENİZ TURİZMİ ENVANTERi,

A)KIYI YAPILARI

Kruvaziyer/Yolcu Limanları	**10 Adet**
Balıkçı Barınakları	**471 Adet**
Yat Limanları (Marina) Bakanlıktan Belgeli	**42 Adet**
Bakanlıktan Belgesiz ve Diğer Yat Limanı,İskele,Rıhtım **v.b.**	**39 Adet**

B) DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI

Yatlar (Guletler v.b.)	**1529 Adet**
Bare-Boat (KTB İzinli Yabancı Bayraklı)	**871 Adet**
Günübirlik Gezi Tekneleri	**1051 Adet**
Yüzer Restourant	**47 Adet**
İçsular Gezi Teknesi (yaklaşık)	**1000 Adet**
Dalış İşletmeleri	**263 Adet**
Su üstü İşletmeleri	**697 Adet**

C) ÖZEL DENİZ ARAÇLARI

Özel Tekneler (Türk Bayraklı)	**38.838 Adet**

Önemli Not: Tüm Deniz Turizmi Araçları,2011 yılından beri T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi almak zorundadır:

- Ticari Yatlar işletme süresince 1 defaya mahsus olmak üzere İl Kültür Turizm Müdürlüklerinden,

- Günübirlik Gezi Tekneleri işletme süresince 1 defaya mahsus olmak üzere Valilik nezdinde yada Kaymakamlık nezdinde kurulan Günübirlik Deniz Turizmi Kurullarından,

- Dalış Turizmi ve Su Üstü Faaliyetleri Ticari Merkezleri her yıl Valilik nezdinde yada Kaymakamlık nezdinde kurulan Sportif Turizm Kurullarından,

-Yüzer Restoran ve Yüzer Oteller işletme süresince 1 defaya mahsus Bakanlıkça belirlenen özel şartları karşılamak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan,

-Bare-Boat (Mürettebatsız Tekneler) her yıl Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan,

Deniz Turizmi faaliyeti yapabilmesi için "Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi" almaktadır.

Yabancı Bayraklı Ticari Yatlar ise, bir Türk yat firmasına bağlı olarak, Türkiye'de çalışmak için yatak başına her yıl yeniden 115-275 Dolar ödemektedirler. (Deniz Turizmi Yönetmeliği 35.ve 37.maddeye göre)

2.1.AMATÖR DENİZCİLİK

Hiçbir kar amacı gütmeden kişinin kendi keyfi doğrultusunda denizde gerçekleştireceği eğlence ve gezi amaçlı faaliyete Amatör Denizcilik denilmektedir.

Amatör denizcilik Deniz Turizminin ayrılmaz bir parçasıdır.

Bir ülkede Amatör Denizcilik faaliyetlerinin gelişmesinin o ülkenin ticari denizciliğinin de gelişmesine etkili olduğu bilinmektedir.

Özel Tekneler (Türk Bayraklı)	**38.838 Adet**
Amatör Denizciler (ADB Belgesine Sahip)	**120.000 Kişi**

2.2.DENİZ TURİZMİ MEVZUATI

Ticari Denizcilik büyük ölçüde IMO (Birleşmiş Milletler Uluslararası Denizcilik Örgütü) ve diğer uluslararası anlaşmalar uyarınca yürütülen küresel bir alandır Deniz Turizmi Sektörü de Denizcilik Sektörünün alt branşı olarak öncelikle bu genel denizcilik kurallarına uymak zorundadır.

Deniz Turizmi Sektörü'nün Yatırım ve İşletme Safhasında İzin Alma ve Denetiminden Sorumlu Bakanlık ve başlıca mevzuat özetle;

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı

●655 Sayılı UDHB'nin Kuruluş Kararnamesi ve Bağlısı Yönetmelikler,

-Her tür gemi ve teknelerin (özel/ticari) Kaydı, Belgelendirilmesi ve Kontrolü,
- Gemi adamları Sınav ve Belgelendirmeleri İşlemleri,
-Denizde Can ve Mal Güvenliğinin sağlanması,
-Deniz Alanlarında Gemi Trafik Ayrım ve Düzeninin sağlanması,
- Kıyı tesisi işletme izinleri
- Yap-İşlet Devret Modeli ile bazı kıyı yatırımların yönetimi v.b.,
- Gemi ve diğer deniz araçlarının Liman giriş-çıkış işlemleri v.b.

Kültür ve Turizm Bakanlığı;

●2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu (Deniz Turizmi Bölümü) ve Deniz Turizmi Yönetmeliği

Yerli/yabancı ve Ticari/özel yatların Türk Limanlarına giriş-çıkış ve seyir esaslarının düzenlenmesi, (Seyir İzin Belgesi-Transitlog İşlemleri)

Deniz turizmi araçları ve Deniz Turizmi Tesislerine turizm yatırım ve işletme belgelerinin düzenlenmesi,

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı;

●3621 Sayılı Kıyı Kanunu ve Bağlısı Yönetmelikler v.b.
●644 ve 648 Sayılı Kuruluş Kararnamesi ve 5491 Sayılı Çevre Kanunu

-Kıyı Alanlarının korunması,
-Kıyı alanlarının işletilmesi
- Gemilerden/teknelerden atık alımı,
- Kıyı alanları planlama süreci,

Maliye Bakanlığı;

- Liman, İskele v.b. kara ve deniz yüzeyi alanlarından alınan kullanım bedelleri, kiralama ve kıyı irtifak hakları
- Deniz Araçlarının; ruhsat bedelleri, yakıt, inşaa ve malzemeleri üzerinden alınan KDV, ÖTV ve Harç Bedelleri

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı;

● 4458 Sayılı Gümrük Kanunu ve 2001/9 Gümrük Genel Tebliği

- Yurtdışından Gelen Yatların İthalat Rejimi Kapsamında Yurt İçine Sokulması, Yabancı Bayraklı Yatların Tamir-Bakım-Onarım ile yapılacak hizmetler,

Bunlardan Başka 7 Bakanlık (Hazine Müsteşarlığı, Kalkınma Bakanlığı, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı, Özeleştirme İdaresi Başkanlığı) daha Deniz Turizmi Mevzuatını etkilemektedir.

2.3. ÖRGÜTLENME

-TOBB Kanuna göre tüm deniz tacirleri Deniz Ticaret Odalarına kayıt olmak zorundadır.

-Türkiye'de İstanbul, Marmara, Ege, Akdeniz ve Karadeniz Bölgeleri Deniz Ticaret Odası (İMEAK DTO) ve Mersin Deniz Ticaret Odası (MDTO) olmak üzere 2 Deniz Ticaret Odası bulunmaktadır.

-Odalar, Kamu Kurumu niteliğinde Meslek Kuruluşlarıdır.

-İMEAK DTO (Artvin'den-Hopa'ya kadar) tüm Bölgeleri temsil eden bir **Bölge Odasıdır.**

-İMEAK DTO: Merkezi İstanbul olup, 8000 Kayıtlı Üyesi bulunmaktadır.

Şubeleri; Antalya, Bodrum, Fethiye, İzmir, Marmaris, K.Ereğli ve İskenderun

14 Temsilciliği ve 47 adet Meslek Komitesi bulunmaktadır.

-Bu çerçevede İMEAK DTO bünyesinde Deniz Turizmi Sektörü ile ilgili;

- Marina İşletmeciliği ,

- Hernevi Yolcu Taşımacılığı ve Turistik Amaçlı Gezi İşletmeciliği ,

-Yat İşletmeciliği ,

-Gezi Tekneleri İşletmeciliği,
-Dalış Turizmi ve Su Üstü Aktiviteleri Hizmetleri ,
5 adet Meslek Komitesi bulunmaktadır.

2.4.Deniz Turizmi Çalışma Grubu (DTCG);

İMEAK DTO Bünyesinde, 7 Şube Yönetim Kurulu Başkanı (Antalya, Bodrum, Fethiye, İzmir, Marmaris, K.Ereğli ve İskenderun) ile 5 Meslek Komitesi Başkanından oluşan Deniz Turizmi Çalışma Grubu Kurulmuştur. (2000 Yılı)

DTCG ayda bir kez olağan toplanarak sektörün sorunlarını, sektörler arası ve bölgeler arası olarak değerlendirmekte, Yönetim Kurulu'na tavsiye kararı olarak sunmaktadır.

2.5.Sektörün Döviz Girdisi;

Deniz Turizmi Sektörü, Genel Turizm gelirlerimizin yaklaşık %20'lik dilimini oluşturmaktadır.(2015 Yılı için yaklaşık, 5 Milyar Dolar olarak tahmin edilmektedir.)

3. KOYLARIMIZ ;

Yukarıda anlattığımız bu büyük sektörün varlık nedeni kıyılarımızdaki cennet gibi koylarımızdır.

İddia ediyoruz, koylarımız dünyada biricik doğal parçalarıdır.!

Çünkü, Ege ve Akdeniz Bölgesinde yoğunlaşan yüzlerce koyumuz, aynı anda on'dan fazla özelliği bir arada taşımaktadır:

Deniz Turizmi yapılan bölgelerimiz;

1) Kış sezonunda 15 derecenin altına inmeyen yegane deniz,
2) Akdeniz'in en temiz denizalanı,
3) Denize kadar inen ormanlarımız,
4) Koylarımız ile iç içe antik kentler,
5) Sualtı, Antik Kent, liman- yapı kalıntıları ve arkeolojik değerler,

6) Antik çağlardan günümüze çok değerli bilgiler taşıyan, yüzlerce gemi batığı ve dalış turizmi,
7) Her yönden esen rüzgara kapalı yerleşim dışı koylarımız,
8) Koyların yakınlarında otantik köyler ve konuksever halkımız,
9) Havaalanı ve hastane gibi ulaşım ve sağlık tesislerine kısa sürede ulaşım,
10) Dünyada benzeri olmayan Akdeniz Ahşap Tekne Yapım Teknikleri ile yapılmış 1450 Yattan oluşan modern Mavi Yolculuk Filomuz,
11) Günübirlik gezmek isteyenler için her bölgede sayıları yüzlerce olan günübirlik gezi teknelerimiz,
12) Her tür rüzgar sporuna uygun, bol rüzgarlı bölgelerimiz,
13) Dünyada ölçeğinde her gelir grubuna hitap edecek fiyat politikamız,
14) Yeni teknolojiler ile donatılmış yat limanlarımız, marinalarımız, çekek yerlerimiz,
15) Köpek Balığı, timsah v.b. insana zarar verici canlıların olmadığı güvenli sular,
16) Tsunami, kasırga v.b. doğal olaylarının yaşanmadığı güvenli bölgelerimiz,
17) Yılın büyük bir kısmı güneşli bölgelerimiz,
18) Koylarımız, gelişmiş ülkelerin beton/gürültü/telaş üçlüsüne karşı doğal/sessiz/huzur veren yapılarını korumaktadır.

Deniz Turizminde ülkemiz, coğrafi konumu açısından diğer ülkelere kıyasla yılın 12 ayı deniz turizminden yararlanabilecek durumdadır. Üç tarafı denizle çevrili ülkemizde hala el atılmamış deniz turizmi potansiyeli mevcuttur.

Koylarımız Kuzey Ege'den başlayarak; Saros, Edremit, Dikili, Çandarlı, İzmir, Güzelbahçe, Gerence, Sığacık, Kuşadası, Körfezlerini takip eden Güney Ege-Akdeniz arasında Güllük, Gökova, Hisarönü, Sönbeli, Marmaris, Karaağaç, Fethiye, Finike, Antalya, Körfezleri arasında yoğunlaşmıştır.

Odamızca yapılan Çanakkale'den-Antalya'ya kadar Kıyı-Koy Envanter çalışması;

Edremit Körfezi -Antalya Faselis arasında adet koy **239**

2013 yılı itibari ile;

Geri dönüşümsüz bir şekilde yok olmuş adet koy **41**

Koruma altına alınmış adet koy **104**

Yoğun yapılaşma ve çevre baskısı ile tehdit altında **94**

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

3.1. KORUMA;

Doğal Kaynaklarımız olan koylarımızı yapılaşma başta olmak üzere her tür tahribattan korumak için onlarca yıldır Odamız ve sivil inisiyatifler yoğun bir çaba içindedirler.

Kıyılarımızın korunması ve yönetimi ile ilgili en önemli gelişme, 1989 yılında Sn.Turgut ÖZAL zamanında kurulan Özel Çevre Koruma Kurumudur. (ÖÇK) Başbakanlığa bağlı olarak kurulan Özel Çevre Korumu Kurumu Başkanlığı, uzun yıllar çalışmış, tüm paydaşların çabasıyla koylarımız bugüne kadar sürdürülebilir halde korunmuştur.

648 Sayılı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın Kuruluş Kararnamesine konulan bir madde ile (08.08.2011) Özel Çevre Koruma Kurumu kapatılmış, diğer koruma alanlarını kapsayacak şekilde Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nda Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü kurulmuştur. ÖÇK 'da bu Genel Müdürlüğün bir birimi haline gelmiştir.

Daha önceden, ilgili Mevzuat gereği ülkemizdeki Deniz-Kıyı alanları ticarete konu olamıyordu; yani bir deniz alanını Kıyı Kanunu kapsamı dışında kiralama yada tahsis yoluyla işletmek mümkün değildi. Bu Kararname ile bu yol açılmış, deniz alanları da Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü tarafından kiraya verilebilecek, işletilecek ve işlettirilecektir. (Bkz. 648 Sayılı Kararname ve Tabiat Varlıkları ve Doğal Sit Alanları ile Özel Çevre Koruma Bölgelerinde Bulunan Devletin Hüküm ve Tasarrufu Altındaki Yerlerin İdaresi Hakkında Yönetmelik) Odamız ve diğer STK'lar bu yöntemin bazı sakıncaları olduğunu ilgili Genel Müdürlüğe yapılan ortak çalışmalarda dile getirmektedir.

3.2. YÖNETİM MODELİ;

Sayıları azalsa da, kalan koylarımızı sürdürülebilir olarak kullanabilmek için bazı bilimsel-pratik çalışmalara gereksinim vardır.

Gelişmiş kıyı ülkelerinde öncelikle Kıyı Master Planları veya benzeri planlar yapılmaktadır.

Bir çalışmaya göre; kıyı bandında bulunan konular çeşitlilik göstermekte olup, 52 adedi bulmaktadır. (tersane, ticari liman, yat bağlama çekek,marina, iskele,rıhtım vb., balıkçı barınakları, turizm tesisleri, yerleşim alanları, endüstriyel faaliyetler, askeri alanlar, alt ve üst yapı arıtma-fabrika arıtma, maden işleri, boru hatları, rekreasyon alanları, koruma bölgeleri, ulaşım ağı v.b.)

Görece dar bir alanı, bu kadar çok konu başlığı altında yönetilebilmesi için Kıyı Master Planı anlamında stratejik ve büyük ölçekli planlar yapılmalıdır.

İkinci aşama ise, koruma-kullanmayı düzenleyen Bütünleşik Kıyı Yönetimi Planlamasıdır. Bir-iki pilot uygulama dışında ülkemizde henüz bu konu yeterince ele alınmamıştır.

Koylarımızı gelecek kuşaklara, Dünya Doğal Kültür Mirası olarak, aynen, bırakmak zorundayız.

Bizce sihirli kavram o bölgede yaşayanların aktif katılımıdır.

Koylarımız yok olursa, Deniz Turizmimiz yok olur.

3.4. MAVİ YOLCULUK;

Özel olarak, söz etmemiz gereken bir konu Geleneksel Akdeniz ahşap gemi yapım tekniklerinin geliştirilerek oluşturulmuş modern yelkenli yatlarla (Guletlerle) koylarımızda yapılan yatılı gezilerdir.

TURSAB Başkanı Sn.Başaran ULUSOY'un özellikle belirttiği gibi, "…Türkiye'nin Dünya Turizmine hediye ettiği özgün bir turizm şeklidir…"

Bugün T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Belgeli 1529 adet Türk ve 826 adet Yabancı olmak üzere toplam 2.355 Yat ve 21.938 adet yat yatak kapasitemiz bulunmaktadır.

Kaynağını Gökova Körfezi'nden alan Mavi yolculuk, ülkemiz kıyılarında olduğu gibi, Yunanistan, Hırvatistan gibi komşu ülkelere doğru yayılmakta; Guletlerimiz birçok Avrupa ülkesinin limanlarını süslemektedir.

Ülkemizin, Dünya Çapında Marka Değerini yaratan "Mavi Yolculuk" un sürdürülebilirliği için Koylarımızın Korunarak kullanılmasında gereken hassasiyeti göstermeliyiz.

KAYNAKÇA

Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (2003) http://www.oib.gov.tr/portfoy/turban.htm Erişim Tarihi: 12.12.2015.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. (2015). *İstatistik* http://www.denizcilik.gov.tr/ Erişim Tarihi: 12.12.2015.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0005

THALASSOTERAPİ'DE GİRİŞİMCİLİK VE YENİ FİKİRLER

[1]Ceren ALBAYRAK , [2]Sezginer TUNÇER

ÖZET

Turizm sektörünün hızlı gelişmesiyle ulusal ve uluslar arası bazı eğilimler ortaya çıkmaktadır. Refah düzeyinin atışına paralel olarak turizm hareketliliği sürekli artış eğiliminde olup, farklı ülkelerden insanların yakın ya da uzak ülkelere giderek tatil ve tatil ile birlikte tedavi olmak üzere bazı destinasyonlar aramaktadırlar.

Ülkemizde deniz suyunun, yosunun insan sağlığı ve güzelliği için kullanıldığı thalassoterapi merkezleri giderek artmakta olup, Antalya'dan 8, Fethiye'den 3 ve İzmir'in Çeşme ilçesinde aktif olan 1 adet thalassoterapi merkezleri hem iç hem dış turizme önemli katkılar sağlayarak sektörün gelişimini güçlendirmiştir. Bazı merkezler yosun bazlı yerli ürünler yerine ithal ürünlere yönelmektedir. Türkiye temiz kıyılarında yetişen yeşil, kırmızı ve kahverengi alglerden bazı türler thalassoterapi amaçlı kullanma potansiyeline sahiptirler. Yosun türleri; Ulva rigida (Deniz marulu), Gracilaria verrucos(Çok dallı alg), Sargassum vulgare(İpliksi alg), Cystoseira barbata(Deniz yosunu) ve Dictyopteris membranace(Kurdele şeklindeki alg).Yapılan literatür çalışmaları sırasında bu deniz yosunlarının içerdiği mineral, vitamin kompozisyonları ve kozmetikte kullanım alanları artış eğilimindedir. E vitamini içeriği yüksek olan bazı türler; yüz ve vücut maskelerinin hazırlığında kullanılmaktadır. Literatür verilerine göre 40 thalassoterapi merkezi varlığıyla bilinen Fransa'da günde 8000 kişi bu hizmetlerden yararlanmaktadır. İlk başlarda sadece üst gelir grubu turistlerine hitap eden thalassoterapi günümüzde iki yıldızlı otellerle bir arada çalışarak en çok kadın turistlerin ilgi duyduğu merkezler haline gelmiştir.

Bu araştırmada Ege ve Akdeniz'in temiz kıyılarında doğal olarak yetişen yosunlar içerdikleri yüksek oranda kalsiyum, sodyum, potasyum, iyot,

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi email:ceren.1445@hotmail.com
[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi

fosfor gibi mineraller bakımından zengindir. Mineraller açısından zengin yosun türlerinin bu merkezlerdeki uygulamaları araştırılmıştır. Sayıları giderek artan bu merkezlere hammadde girdisini sağlamak üzere Türkiye kıyılarından başta Çanakkale ve Gökçeada kıyılarından toplanan örnekler hammadde olarak değerlendirilip bu merkezlerde kullanımı sağlanarak thalassoterapide yeni bir girişimcilik uygulamalarına gidilecektir.

Anahtar Kelimeler: Thalassoterapi, Deniz Yosunları, Thalassoterapide İnsan Sağlığı Ve Güzelliğiyle İlgili Çalışmalar.

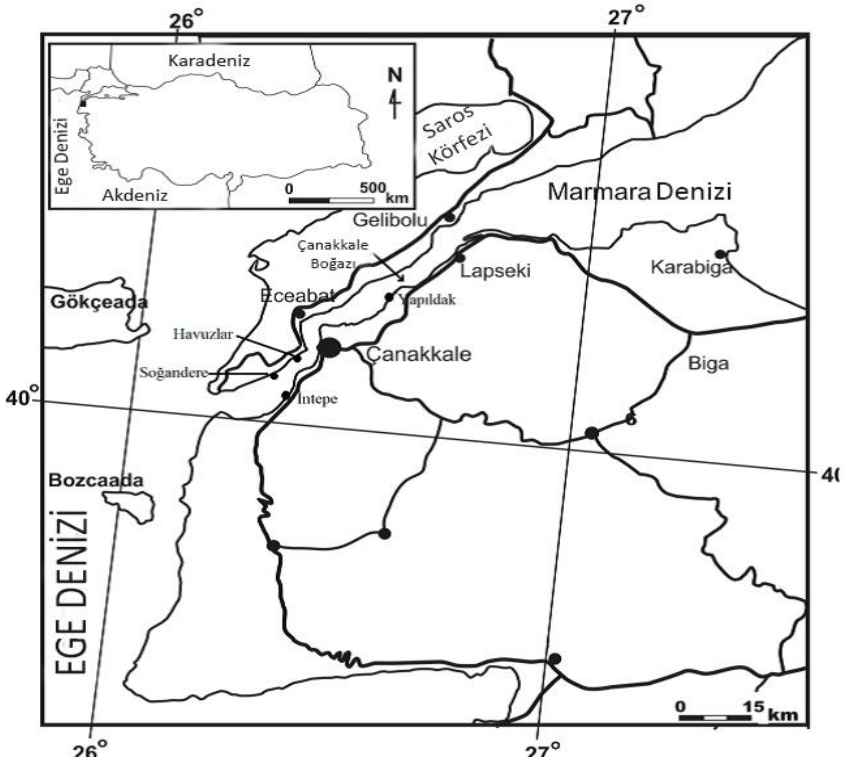
GİRİŞ

Dünya popülasyonundaki hızlı artış nedeniyle deniz kaynaklarının kullanılmasının daha önemli olduğu şu sıralarda özellikle, zirai üretimleri zayıf olan bazı ülkeler, alternatif besin olarak denize dayalı zirai ve endüstriyel kaynaklara yönelmektedirler. Denize özgü besin kaynakları Dünya nüfusundaki gelecek artışın gıda tedariği için önemli alternatifler olarak düşünülmüştür. (Drum 2014). Yeşil alg (Chlorophyta) tek hücreli, koloni oluşturan veya çok hücreli türleri oluşturmaktadır. Yaklaşık 9.000 türü bilinen yeşil alglerin % 90'ı tatlı sularda yaşarken ,%10 'u ise denizlere dağılım göstermektedir. Bu türler, klorofil a,b ve çeşitli karatonidler(karaten, luteyin, ksantofiller, prinoidler) halinde bulunmaktadırlar. Fotosentez ürünlerini, bünyelerinde karbonhidrat, nişasta ve yağ formunda biriktirirler. Deniz alglerininkullanımlarıyla ilgili araştırmalar yıllardan beri devam etmekte olup denizel çevrede en önemli kaynaklar arasında kabul edilmektedir. Alglerin endüstriyel alanda kullanımları önce soda ve iyot üretimi ile başlamış olup organik materyallerden aljinat ve karrojen ya da karrajenan üretimi ile devam etmektedir (Santelices 1989: 95-133). Alglerin kimyasal kompozisyonu ile ilgili araştırmalar 1990'lı yıllarda başlamıştır ve günümüzde bu çalışmalar hala devam ettirilmektedir. Gıda olarak alglerin kullanıldığı çalışmalarda yüksek protein içerikleri nedeniyle karasal kaynaklı diğer gıdalarla karşılaştırılabilir çalışmalar yapılmaktadır (Haug 1964: 1-123; Lee 1977: 189-197; Jeon vd.,*.1980*: 15-22 ; Aguilera-Morales vd., 2005: 79-88).*Ulva rigida* C. Agardh bu çalışmada değişebilen çevre durumlarına ve tuzluluğa karşı toleransı kolay olduğu için kullanılmıştır. Her yerde bulunabilen bu tür, sığ ve kayalık alanlarda dağılım gösterir. Azot ve fosfor gibi nütrient elementlerle zengin sularda

dağılım gösterdiği için farklı çevre koşullarına uyumludur (Cirik vd., 2001: 79-88). *Ulva rigida* ile ilgili İzmir'de (Çetingul e*t.al.*,1994: 11-18 ,1995: 239-245) tarafından yapılmış bazı çalışmalar vardır. Çanakkale boğazında dağılımları ve kimyasal içerikleri (İrkin ve Erduğan, 2014: 114-121) tarafından yapılmıştır.

1. METARYAL VE METOD

Ulva rigida, , kasık çizme ve eldiven giyilerek çelik bir spatülle kıyıdan elle toplanmıştır. İstasyonlardan toplanan örnekler, temiz polietilen torbalara konulup etiketlendikten sonra, bozulmaması için soğuk hava zincirinde getirilerek analiz edilene kadar -25^0'de muhafaza edilmiştir. Alg örnekleri, önce çeşme suyu sonra saf su ile yıkanıp temizlendikten sonra kurutma kağıdı üzerinde sabit tartıma geçinceye kadar bekletilmiştir. Aynı örneklerden darası bilinen cam petri kaplara alınan tartılmış örnekler 60^{0}C'ye ayarlanmış etüvde bir gece bekletilerek tekrar tartılıp kuru ağırlıkları bulunmuştur. Bu araştırmada Çanakkale Boğazı'nın (40^{0}02'-40^{0}30'N,26^{0}10'-26^{0}45'E) temiz bölgelerinden toplanmıştır (Şekil 1).



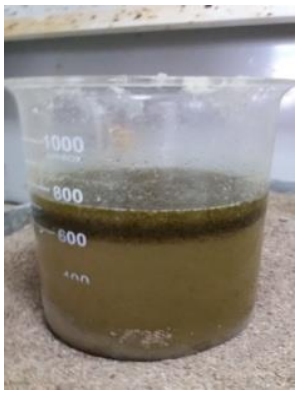
Şekil 1: Çalışma ve örnekleme sahası.

Laboratuara getirilen kurutulmuş örnekler sabun yapımı için kullanılmıştır. Örnekler porselen havanda dövülüp ince elekten geçirilerek kullanıma hazır hale getirilmiştir.

Yosun sabunu yapımı sırasında kullanılan malzemeler;

- Soğuk sıkma tekniği ile elde edilen (sızma) zeytinyağı
- Parafin
- Kurutulmuş *Ulva rigida*
- Gliserin
- Kızıl çam odunu külü
- Çeşme suyu'dur.

Çeker ocak altında ve Hot Plate ile ısıtılıp karıştırılarak pyrex kaplar içerisinde hazırlanan ve Ph düzenlemesi yapılarak sıvı sabun plastik ve cam kalıplara alınarak soğuması sağlanmıştır.



Şekil 2: Yapım Aşaması.

Şekil 3: Sabun kaplarına konulması.

Şekil 4: Oluşan Sabunların Fotoğrafları.

Şekil 5: Elimizde Suyla Birlikte Sabunun Köpürmesini Denedik

2. BULGULAR

Tablo 1'den görüleceği gibi *Ulva rigida* 'daki protein içerikleri .9.52 - 10.60 'a kadar değişmektedir. Yağ içerikleri ise 1.54 - .4.13 arasında değişmektedir. Kül içerikleri ise 17.15 - 24.41 arasında

değişmektedir. Serbest azot ise 61.47 - 71.94 arasındadır. .(İrkin ve Erduğan 2014: 114-121).

Tablo 1: Çanakkale Boğazı Gelibolu ve Lapseki kıyılarından toplanan *Ulva rigida* örneklerinde yapılan bazı kimyasal değerlerin ortalamaları (%).

Mevsimler	Protein	Yağ	Kül	Serbest Azot
Sonbahar	%997	%413	%2441	%6147
Kış	%1060	%2008	%2281	%6458
İlkbahar	%935	%154	%1715	%7194
Yaz	%952	%162	%1741	%7147

Aynı araştırmada yağ içeriklerine bakıldığında değerlerin %0.01 - %1 ila arasında değiştiği görülmektedir Azot araştırmaları sırasında yapılan serbest azotun içinde selüloz ve karbonhidratlarda bulunmaktadır bu nedenle en yüksek azot derişimi yaz aylarında % 71.94 bulunmuştur. Genel olarak sonbahar aylarında düşük olan azot, yaz aylarında en yüksek değerlere ulaşmaktadır. Gelibolu ve Lapseki bölgesinde toplanan örneklerde en yüksek azot değerleri ile karşılaşılmaktadır. Aynı bölgede ve aynı türde ağır metal analizleri (Özden, Tuncer 2015: 35-42)tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırıcılara ait bulgular, Tablo 2'de gösterilmiştir. Tablo 2 değerlerine bakıldığında Çanakkale Boğazının farklı kıyılarından toplanan *Ulva rigida* örneklerinden elde edilen ortalama bazı ağır metal değerlerine bakıldığında değerlerin insan sağlığı açısından tehlikeli boyutlara ulaşmadığı görülmektedir.

Tablo 2: Çanakkale Boğazından Toplanan *Ulva Rigida* Öeneklerinde Bazı Metal Konsantrasyonları (µg/g kuru ağ.).

Referans	Pb	Cu	Zn	Fe
ANONYMOUS 1995	1,00	20,00	50,00	-
FAO 1983	0.50	30.00	30.00	-

WHO/FAO 1999, 2004	**2.00**	**2.00**	**7.00**	**-**
Özden ve Tunçer, 2006	**0.22**	**0.50**	**9.45**	**18.92**
Öztürk ve diğ., 2010	**0.04**	**0.02**	**0.02**	**-**
Üstünada ve diğ., 2011	**0.25**	**0.41**	**1.59**	**-**
Özden ve Tunçer, 2015	**0.15**	**0.60**	**6.53**	**10.87**

3. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu çalışmada elde edilen kalıptan çıkarılıp kurutulmuş sabun örmekleri tartılıp kullanılmak üzere ambalajlanmıştır. Elde edilen örnekler Çanakkale merkezinde yer alan estetik ve güzellik merkezlerinde test edilmek üzere dağıtılmıştır.

Bu araştırmaya paralel olarak, bir diğer araştırma (Turan, 2007: 207)tarafından yapılmış olup, elde edilen sonuçlar Tablo 3 'te sunulmuştur.

Tablo 3: Ulva sp., Enteromorpha prolifera, ve Monostroma latissimum' un Mineral Kompozisyonu (ppm) (McHugh, 2003).

Mineraller	**Ulva sp**	**E. prolifera**	**M. latissimum**
Kalsiyum (Ca)	**1120**	**910**	**690**
Fosfor (P)	**94**	**800**	**200**
Demir (Fe)	**6.2**	**35.0**	**2.5**

Sodyum (Na)	**3183**	**570**	**1800**
Potasyum (K)	**731**	**3500**	**810**

Tablo 3'ten anlaşılacağı üzere *Ulva sp. Enteromorpha prolifera* ve *Monostroma latissiumum'un* mineral içeriklerine yer verilmiştir.

Alglerin içerdiği yüksek konsantrasyondaki mineraller içinde iyot başta olmak üzere, kalsiyum, fosfor, potasyum, magnezyum, bakır, çinko, kobalt, demir ve florin yer alır (Chapman, 1970: 304; Chapman ve Chapman, 1980: 334; Arasaki ve Arasaki, 1983: 39-42; Donadieu ve Basire, 1985: 511; Boisvert, 1988: 157; Pérez, 1992; Cirik ve Cirik, 1999: 188; Rupérez, 2002: 840–845; Burtin, 2003: 498-503; McDermid ve Stuercke, 2003: 513-524; McHugh, 2003: 103). Kalsiyum, sinir sistemi ve kas-iskelet sisteminin fonksiyonel bütünlüğünün sağlanmasında rol oynayan bir mineraldir. Normal solunum aktivitesi, kan pıhtılaşması, hücre zarı geçirgenliği ve kılcal damar geçirgenliği için gereklidir. Kalsiyum ayrıca, vücuttaki çeşitli hormonların salımı ve depolanmasında, aminoasit metabolizmasında, B12 vitamini emiliminde ve gastrin sekresyonunda rol oynar (Hoşsu vd.,., 2005:276).

Bütün bunlarla birlikte görüldüğü gibi algler birçok mineral madde içerir ve insan sağlığı için olduğu kadar güzellik içinde önemlidir. İçinde kremlerin ve losyonların da dahil olduğu çeşitli güzellik ve kozmetikle ilgili ürünlerin üzerindeki etiketlere baktığımızda "deniz özleri" "yosun özleri" "alg özleri" veya benzeri yazılar görüyoruz. Ezme veya dondurarak parçalama yöntemleriyle macun haline getirilen algler Thalassoterapi'de kullanılır. Deniz Terapisi anlamına gelen Thalassoterapi, insan sağlığı ve güzelliği için deniz suyu ile birlikte su yosunlarının kullanıldığı bir tedavi yöntemidir.

Türk Boğazlar sistemine dahil olan Çanakkale Boğazı ve Gökçeada kıyılarından toplanan *Ulva rigida* kurutulmuş örneklerin hammadde olarak getiren ve thallassoterapinin farklı uygulamalarında kullanılmaları Türkiye'de yeni bir girişimcilik olarak sağlayacaktır. Ülke genelinde üretimi ve pazarlaması yapılan sabun yosuna dayalı sabun üretimlerinde kullanılan ithal yosunların yerine Türkiye kıyılarından toplanmış örneklerin bu uygulamalarda kullanılması ekonomiye önemli katkılar sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Anonymous, 1995. Resmi Gazete, Sayı: 22223, sayfa: 1361.

Aguilera M. M., Casas-V. M., Carrillo D.S., González A.B. ve Pérez-G.F. (2005) *"Chemical Composition And Microbiological Assays Of Marine Algae Enteromorpha Spp. As A Potential Food Source"*. Journal of Food Composition and Analysis, Cilt 18 Sayı 1. s:79-88.

Arasaki, A. ve Arasaki. T. (1983) *Vegetables From The Sea*. Japan Pub. Inc., s:39-42.

Boisvert, C., (1988). *Les jardins de la Mer. Du bon usage des algues. Terre Vivante*, Paris, Fransa. s:157

Burtin, P. (2003) "Nutritional Value of Seaweeds''. *Electronic Journal of Environmental, Agricultural and Food Chemistry,* Cilt 2, Sayı 4. s: 498-503.

Chapman, V.J., ve Chapman, D.J., (1980). *Seaweeds and Their Uses*. 334 s. London: Chapman and Hall.

Chapman, V.J., (1970). *Seaweeds and Their Uses*. Methuen and Co. Ltd. s:304.

Cirik, Ş., ve Cirik, S. (1999). *"Su Bitkileri: Deniz Bitkilerinin Ekolojisi, Biyolojisi ve Kültür Teknikleri''*. Ege Üniversitesi, Su Ürünleri Fakültesi Yayınları, No: 58, Bornova, İzmir, 188 sayfa.

Cirik, Ş., Akçalı, B. ve Bilecik, N. (2001) *"Marine Plants of Gökova Gulf (Aegean Sea)''* Piri Reis Publications, Izmir, 96 s. (in Turkish).

Çetingül, V., Dural, B., Aysel, V. ve Güner, H. (1994) "*An İnvestigation On The Soluble Carbohydrate And Protein Content Of Some Of The Red Algae Collected From Different Sites Of Izmir Bay''*. E.U. Journal of Fisheries & Aquatic Sciences, Cilt 11, Sayı, 41. s: 11-18.

Çetingül, V., Aysel, V., Güner, H., Demiralp, C. ve Özcan, S. (1995) *Comparative Study Of The Chemical Composition Of Some Macroalgae İn The Gulf Of Izmir (Aegean Sea, Turkey) E.U.* Journal of Fisheries & Aquatic Sciences, Cilt 12. s:239-245.

Donadieu, Y.veBasire, J., (1985*). Les Thérapeutiques Naturelles: Les Algues. Librairie Maloine* S.A, Paris, Fransa, 511 s.

Drum, R. (2014) Sea Vegetables for Food and Medicine. http://www.ryandrum. com/seaxpan1.html. Erişim Tarihi: 25.03.2014

FAO, 1983. *Compilation Of Legal Limits For Hazardous Substances İn Fish And Fishery Products*, FAO Fishery Circular, Cilt 464. s:5–100.

Haug, A. (1964) *Composition And Properties Of Alginates. Norwegian Institute Of Seaweed Research*, Report No.30, 1-123s.

Hoşsu, B., Korkut, A.Y., ve Fırat Kop, A., (2005). *Balık Besleme ve Yem Teknolojisi I (Balık Besleme Fizyolojisi ve Biyokimyası)*. E. Ü. Yayınları, Su ürünleri Fakültesi Yayın No: 50, Ders Kitabı Dizini No:19, Bornova, İzmir, 276 Sayfa.

Jeon,Y.H., Lee, K.O. ve Ryu, H.S. (1980) *Studies On The Extraction Of Seaweed Proteins. Extraction Of Water Soluble Proteins İn Unexpolited Seaweeds.* J. Kor. Soc. Food & Nut, Cilt 9. s: 15-22.

Lee, K.O. (1977) *Extraction of NaCl and Alcohol Soluble Proteins*. Bull. Kor. Fish, Cilt 10. s:189-197.

İrkin L.C. ve Erduğan H. (2014) *Chemical Composition Of Ulva Rigida C. Agardh From The Çanakkale Strait (Dardanelles)*, Turkey Sayı 2. s: 114-121.

McDermid, K. J., ve Stuercke, B., (2003). *Nutritional Composition Of Edible Hawaiian Seaweeds*. Journal of Applied Phycology, Cilt 15. s:513-524.

McHugh, D. J., (2003). *A Guide To The Seaweed Industry. Food And Agriculture Organization Of The United Nations*, Roma, Italya, 103 p.

Özden S. ve Tunçer S. (2006). *Çanakkale Boğazı'nda Yaşayan Bazı Alg Türlerinde Ağır Metal Düzeylerinin Birikimlerinin Araştırılması*. 59. Türkiye Jeoloji Kurultayı Bildiri Özleri Kitabı, 332-333, Ankara.

Öztürk M., Güner H. ve Koçbaş F. (2010). *Foça Sahillerinde Baskın Makroalg Türleri, Mytilus Galloprovincialis ve Sediment Örneklerinde Ağır Metal Dağılımının Araştırılması*. Celal Bayar Üniversitesi BAP Raporu, 1-69.

Özden S. veTunçer S. 2015. Ulva rigida'daki Ağır Metal (Pb, Cu, Zn ve Fe) Düzeyleri (Dardanel, Çanakkale), Cilt 4, Sayı 1. s:35-42.

Pérez, R., Kaas, R., Campillo, F., Arbault, F., ve Barbaroux, O.,(1992). *La Culture Des Algues Marines Dans Le Monde*. IFREMER, 614 s.

Ruperez, P., Ahrazem, O. ve Leal, J.A. (2002) *Potential Antioxidant Capacity Of Sulphated Polysaccharides From The Edible Marine Brown Seaweed Fucus Vesiculosus*. Journal of Agricultural and Food Chemistry, Cilt 50. s:840–845.

Santelices, B., ve Doty, M.S., (1989) . *A Review Of Gracilaria Farming*. *Aquaculture*, Cilt 78. s: 95-133.

Turan. G. (2007). Su Yosunlarının Thalassoterapi' De Kullanımı. 207 Sayfa.

Üstünada M., Erduğan H., Yılmaz S., Akgül R.ve Aysel V. (2011). *Seasonal Concentrations Of Some Heavy Metals (Cd, Pb, Zn And Cu) İn Ulva Rigida J. Agardh (Chlorophyta) From Dardanelles* (Çanakkale, Turkey). Envi. Monit. and Ass., 177: 337-342.

WHO/FAO, 1999. Summary Report of the 53rd meeting of the joint FAO/WHO expert committee on food additives. JEFCA, Roma.
WHO/FAO, 2004. Summary of evaluations performed by the joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives (JECFA 1956–2003). ILSI Press, International Life Sciences Institute, Washington, DC.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0006

ÇANAKKALE VE GÖKÇEADA KIYILARINDA YAŞAYAN DENİZ KESTANESİ TÜRLERİNİN İZLENMESİ VE KORUNMASI ÜZERİNE ARAŞTIRMALAR

[1]Sezginer TUNÇER, [2]Melis YILMAZ

ÖZET

Son yıllarda özellikle liman içi ve yakınlarındaki endüstriyel ve zirai faaliyetler, deniz trafiği ve deniz taşıtlarına ait atıklar, sucul ortamda ve su ürünlerinde rastlanan bakır, kurşun, demir, çinko ve kadmiyum gibi ağır metallerin birikimi, insan sağlığı üzerinde ciddi riskler oluşturmakta, yapısal morfolojik anormalliklere, nörofizyolojik rahatsızlıklara, hücrelerde genetik değişimlere ve kanser gelişimine yol açmaktadır. Bu tip kontaminasyonların zararlı etkilerinden dolayı oluşan riskler, metal kirliliği araştırmaları ve gözlemlerinin artmasına neden olmuştur. Deniz kestanelerinin Akdeniz kıyılarındaki dağılımları ve metal birikimlerinin izlenmesi kıyılarımızın korunmasında önemli birer gösterge olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle deniz kestaneleri biyomonitör türler kapsamındadır.

Bu çalışmada, Ege ve Akdeniz kıyılarında yayılım gösteren deniz kestanelerinden Paracentratus lividus ve Arbacia lixula türleri 2014-2015 yıllarında mevsimsel olarak izlenmiş, biyolojik ve morfolojik özellikleri denizel aktivitelerin yoğun olduğu Çanakkale Boğazı kıyıları ve kontrol bölgesi olarak Gökçeada kıyılarında araştırılmıştır. Her iki tür de Akdeniz'de subtidal kayalık resiflerde farklı mikrohabitat tercihlerine ve coğrafik dağılımlarına rağmen birlikte gözlenmektedir. Gökçeada kıyılarında her iki türün varlığı gözlenirken, Çanakkale Boğazı kıyılarında A. lixula'nın türünün varlığına rastlanmamıştır. Bu durum A. lixula' nın daha hassas bir tür olduğunu, deniz kirliliğinin bu türün varlığını kısıtladığını göstermektedir. Yapılan ölçümlerde, Gökçeada kıyılarındaki P. lividus bireylerinin ağırlık ortalaması 64,85g ve çapları ortalaması 8,39 cm, Çanakkale Boğazı kıyılarındaki bireylerin ağırlıkları ortalaması 43,36 g ve çapları ortalaması 6.98 cm olarak ölçülmüştür. Bu veriler dikkate alındığında Gökçeada kıyılarındaki deniz kestanelerinin daha sağlıklı ve temiz kalmış kıyılarda yaşadıkları saptanmıştır. Ekolojik öneminin yanı sıra çoğu ülkede çiğ tüketimiyle tercih edilen deniz

[1] Prof. Dr.,Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi, stuncer@comu.edu.tr
[2] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi, lpmelis1990@gmail.com

kestanelerinin üreme organları ekonomik olarak çok değerlidir. A. lixula'nın insan gıdası olarak tercih edilmemesine rağmen, P. lividus'un daha sığ sularda dağılımları yüzünden gıda olarak tüketimi sıkça görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kıyı koruma, Deniz kestanesi, Deniz kirliliği, İnsan gıdası

1. GİRİŞ

Deniz suyu ve sedimentlerdeki en önemli kirliliklerden biri olan ağır metal kirliliği sucul ekosistemlerde, yüksek konsantrasyonlardaki toksisiteleri, canlı dokularda birikmeleri, çevredeki kalıcılıkları ve besin zincirinde üst basamaklara taşınmalarıyla insanlar için tehdit unsuru olmaktadırlar (Egemen, 2000: 120). Metaller sucul ortamlara doğal ve insan kaynaklı yollara girmektedir. Bunlar, topraktan süzülme, kayaların aşınması, madencilik çalışmaları, volkanik aktiviteler, fosil yakıtların kullanımı, tekne ve gemi aktiviteleri, kentsel ve endüstriyel atıkların deşarjı ile olmaktadır. (Lobban and Harrison,1997:366, Kennish, 1998: 310)

Çanakkale Boğazı kıyı şeritlerinde demir çelik tesisi, gübre fabrikaları, sıvı gaz ve kömür taşımacılığı iskeleleri, meşrubat ve meyve suyu fabrikaları gibi çok sayıda sanayi tesisi yer almaktadır. Bu atıklar ve ayrıca tarımın yoğun olarak yapıldığı bu bölgede kullanılan zirai mücadele ilaçları ve sanayi sitelerinin atıkları, çeşitli yollardan boğaz sularına karışmaktadır. Bununla birlikte deniz taşımacılığında önemli bir geçit olan boğaza gelen büyük yük gemileri, sintine ve balast sularını liman açıklarında boğaz sularına bırakmaktadır. Bütün bu atıklar yoğunluklarına göre dipte birikerek bentik ya da suda asılı halde kalıp, dalga ve akıntılar gibi su hareketleriyle boğazın çeşitli bölgelerine dağılarak organizmalar üzerinde olumsuz etki yapabilmektedir (Üstünada, vd., 2011: 5-17).Echinodea (derisi dikenliler) grubuna dahil olan deniz kestanelerinin dünyada 800 'den farklı türü bulunmaktadır. Türkiye'de ise yalnızca 17 deniz kestanesi türü mevcuttur. Dünyadaki türlerinin sadece 20 tanesi besin olarak tüketilmektedir (Byrne, 1990: 275-289). Ülkemiz sınırlarında Akdeniz ve Ege sahilleri boyunca *P. lividus* ve *A. lixula* türlerine çok sık rastlanılmaktadır. *P. lividus* gıda olarak en çok tercih edilen türdür. Genel adı mor deniz kestanesi olsa da, kahverengi tonlardan açık yeşile kadar bir çok farklı renkte

olabilmektedir. Bulundukları derinlikler ile renkler arasında bir ilişki olmadığı saptanmıştır (Boudoresque, 2001: 177-216). Genellikle taş ve kayalık zeminlerde, 3 metre derinliğe kadar sublittoralde yaşarlar ancak derin sularda da görülebilmektedir. *A. lixula* ya karşın yatay düzlemde daha yaygındırlar. (Crook vd., 1999: 1117-1121). *A. lixula* ise dikey ve yarı dikey kayalıklarda 2 ila 15 metre derinliklerde gözlenir (Gianguzza et al., 2010: 80-86). Diken ve dişlerini kullanarak yumuşak kayaları oyarak yerleşirler. Bu sayede dalga hareketlerinden korunurlar ve büyüdükçe bu oyuklar da aynı ölçüde büyür. Deniz kestaneleri ekosistemde herbivor ağırlıklı bir beslenme gösterirler. Dikenleri nedeniyle düşmanları az gibi görünse de, insanlar, predatör balıklar, yengeçler, deniz yıldızları ve fok gibi canlılar tarafından tüketilirler (Sala, 1997: 531-539). Stenohalin canlılar oldukları için tatlı su akıntılarının olduğu yerler ve Karadeniz'de yaşayamazlar (Özaydın vd., 1995: 57-68; Öztürk, 1999: 144). Yumurtlama periyotları bölgesel olarak değişmekle birlikte genellikle Haziran Ekim ayları arasındadır. Temmuz Ağustos aylarında ise yumurtlama en yüksek seviyededir (King vd., 1994: 95-106). Yenilebilir porsiyonları 5 parça yarım ay şeklinde sarı ve turuncu renkte gonada sahiptir (şekil 3). Bu gonadlar dünyaca "roe" ya da "uni" olarak adlandırılır. Beğenilen tadı, özgün aromasıyla taze olarak limonlanıp sos olarak, çorba, yumurta veya kremalarda tüketilebilir. (Robinss ve Mc Keever, 1990)

Bu çalışmada önemli bir biyolojik gösterge olarak kabul edilen deniz kestanesi türleri Çanakkale kıyıları ve kontrol bölgesi olarak Gökçeada kıyılarından mevsimsel olarak toplanarak boy ağırlık ölçümleri yapılmış, kirliliğin türler üzerindeki etkilerini belirlemek amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışmada 2014-2015 yılları arasında Çanakkale Boğazı Kıyıları ve Gökçeada kıyılarından mevsimsel olarak *P. lividus* (ekil 1) ve *A. lixula* (şekil 2) deniz kestaneleri toplanmıştır.

Çanakkale Kıyı'larından 6 istasyon Gökçeada Kıyı'larından 4 istasyon seçilmiştir. İstasyonlara her mevsim 1'er dalış yapılmış ve her istasyondan 20 adet olgun birey toplanmıştır. Bir dalgıç tarafından eldiven ve file yardımıyla serbest dalışla toplanan bireyler çıkarıldıktan

sonra fotoğraf makinesiyle (Canon Power Shot SX 110) fotoğraflanmış ve deniz suyu dolu şişelerde laboratuvara getirilmiştir.

Tüm mevsimler dahilinde Gökçeada'dan 650, Çanakkale Kıyılarından 480 kadar birey toplanmıştır.

Laboratuvara getirilen bireyler şişelerden çıkarıldıktan sonra kumpas yardımıyla çapları ölçülüp, hassas terazide tartılmıştır. Gonad incelemeleri için makas yardımıyla enine doğru kesilen bireylerin gonadları pens yardımıyla çıkarılmış ve incelenmiştir.

Şekil 1*:* *Paracentratus Lividus* Türü İçin Genel Görünüm

Şekil 2*:* *Arbacia Lixula* Türü İçin Genel Görünüm

Şekil 3: Gıda Olarak Tercih Edilen *Paracentratus Lividus* Gonadları

3. BULGULAR

Ölçümlere göre Gökçeada'da *P. lividus* bireylerinin ağırlıkları ortalaması 64,85 g, çapları ortalaması 8,39 cm olarak ölçülürken, Çanakkale'de bu değerler ağırlık için 43,36 g ve çapları için 6,98 cm olarak kaydedilmiştir. Ölçümler değerlendirildiğinde temiz Gökçeada koylarında türün daha iyi gelişim gösterdiği ağırlık ve çap bakımından daha büyük bireyler oldukları görülmüştür. *A. lixula* türü için Gökçeada'daki değerler 38,45 g ağırlık ve 7,70 cm çap ölçülmüştür. Çanakkale'de *A.lixula*'nın varlığına rastlanmamıştır.

Morfolojik gözlemlere göre *P. lividus* türünden; mor, koyu kahverengi, kırmızımsı ve yeşil renkte bireyler gözlenmiştir. Dikenleri *A. lixula* türüne göre düzensiz ve kısadır. *A. lixula* siyah deniz kestanesi olarak bilinir ve düzenli sıralanmış uzun dikenlere sahiptir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Çanakkale ve Gökçeada kıyılarında birçok istasyondan elde edilen deniz kestaneleri ağırlık çap ve morfolojik gözlemlerle incelenmiştir. Akdeniz kıyıları boyunca sığ sublittoral ve mikro algların gözlendiği alanlarda birlikte bulunan *P.lividus* ve *A.lixula* türleri birçok kez kaydedilmiştir. (Vatova, 1950: 1-13, Witman ve Dayton, 2001: 339–366). Türler çalışma boyunca Gökçeada' da tüm mevsimlerde birlikte gözlenmiş, ancak Çanakkale'de *A. lixula*'nın varlığına rastlanılmamıştır.

Bu durum türün daha spesifik tercihleri olduğunu ve yoğun turizm hareketliliği ve sanayi atıklarından etkilenen Çanakkale kıyılarının hiçbirine uyum sağlayamadığını göstermiştir. *P. lividus* geniş sıcaklık aralıklarında ve ışık rejimlerinde yaşayabilen bir türdür. (Lök ve Köse, 2006: 7-11) Fakat her iki kıyıda da gözlenen *P. lividus*'un Çanakkale'deki bireyleri çapça ve ağırlıkça Gökçeada'daki bireylere göre küçüktür. Morfolojik gözlemlere göre de Gökçeada'dan elde edilen türlerin gonadları daha büyük ve parlak olmasına karşın Çanakkale'de özellikle denizel aktivitelerin yoğun olduğu türlerin gonadları soluk ve yenebilecek kalitede değildir. Gonad tüketiminde daha çok açık sarıdan koyu turuncuya ya da tamamen kırmızı renkler tercih edilip raflarda daha pahalı satışa sunulurken, daha açık ve soluk tonlar ile koyu kahverengi gonadlar tercih edilmemektedir. (Kramer ve Nordin,1979: 91)

KAYNAKÇA

Boudouresque,C.F.ve Verlaque, M.(2001). Ecology *of Paracentratus lividus*. In: Lawrence, J.M. (Ed.), Edible sea urchins, Elsevier, Amsterdam,177-216

Byrne, M., (1990). *Annual Reproductive Cycles of the Commercial Sea Urchin Paracentratus lividus from an Exposel Interdial and a Sheltered Subtidal Habitat on the West Coast of Ireland*, Marine Biology,104:275-289

Crook,A.C., Verling, E., ve Barnes, D.K.A. (1990). *Comparative Study of the Covering Reaction of the Purple Sea Urchin Paracentratus lividus Under Laboratory and Field Conditions*. J. Mar. Biol. Assoc. U.K., Cilt: 79, Sayı: 6, s:1117-1121.

Gianguzza, P., Bonaviri, C., Milisenda, G., Barcellona, A., Agnetta, D., Vega Fernandez, T. ve Badalamenti, F. (2010). Macroalgal Assemblage Type Affects Predation Pressureon Sea Urchins by Altering Adhesion Strength Mar. Environ. Res., Cilt 70. s:80-86

Kennish, M.J., (1998). *Pollution Impacts On Marine Biotic Communities*. CRC Press, Boca Raton, Florida, 310.

King, C.K., Hoegh- Guldberg, O. ve Byrne, M. (1994). *Reproductive Cycle Of Centrostephanus Rodgersii (Echinoidea), With Recommendations For The Establishment Of A Sea Urchin Fishery İn New South Wales*. Marine Biology, Cilt 120. s:95-106.

Kramer. D.E. ve Nordin, D.M.A. (1979). *Physical Data From a Study o Size Weight and Gonad Quality fort he Red Sea UrchinOver a Year Period*. Can. Fish. Mar. Serv. Vancouver Lab. Manusor. Rep. Ser. 1372. s:91.

Lobban, C.S. ve Harrison, P.J., (1997). *Saeweed Ecology and Physiology*. Cambridge University press, USA.366.

Lök, A. ve Köse, A., (2006). *Urla- İskele'den Toplanan Deniz Kestanelerinin (Paracentratus lividus, Arbacia lixula) Gonadosomatik İndeks Değişimi*. EU. Journal of Fisheries and Aquatic Sciences. Cilt:23, Sayı:(1-2), s:7-11

Özaydın, O., Katağan, T. ve Ünsal, S., (1995).*The Echinoderms of the Turkish Seas*.Israel Journal of Zoology, Cilt:41. s:57-68

Öztürk, B., (1999). *Black Sea Biological Diversity*, Turkey Black Sea Environmental Series, Cilt: 9, s:144.Sala, E., (1997). *Fish Predator and Scavengers of the Sea Urchin Paracentratus lividus in Protected areas of the North- West Mediterranean Sea*. Marine Biology, Cilt:129, s:531-539

Üstünada, M., Erduğan, H., Aysel, V. ve Akgül, R. (2011). Codium fragile subsp. fragile (Suringar) Hariot ve Cystoseira barbata (Stackhouse) C. Agardh (Çanakkale Boğazı, Türkiye) Taksonlarında Bazı Ağır Metallerin Mevsimsel Değişimi, Eğirdir Su ürünleri Fakültesi Dergisi. Cilt:7, Sayı:1, ISSN:1300-4891. s:5-17

Robbins, N.J. ve McKeever, T.J., (1990). *Developing a Newfoundland Sea Urchin. Shery. St. John's. NF: Trinity- Placentia Development Association*. Canada\ Newdoundland Inshore Fisheries Development Agreement.

Vatova, A., (1950). *Gli Echinodermi della Laguna*, Venetta, Nova Thalassia, Italia, 1. Cilt:7, s:1-13.

Witman, J. D. ve P. K. Dayton, (2001). *Rocky Subtidal Communities*. In: M. D. Bertness, S. D. Gaines and M. E. Hay (Eds.), *Marine Community Ecology*, Sunderland, USA: Sinauer Associates,Inc., s:339–366.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0007

TURİZM TALEBİNDE YENİ EĞİLİMLER: BALIKÇILIK TURİZMİ

[1]Mustafa BOZ, [2]Sezginer TUNÇER

ÖZET

Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte, son yıllarda ulusal ve uluslar arası turizm talebinde yeni eğilimler ön plana çıkmaya başlamıştır. Turistler güneş-kum-deniz üçgeninin ağırlıkta olduğu geleneksel kitle turizminden daha fazlasını istemeye başlamışlardır. Turizm talebinde, diğer toplumların karakteristik özelliklerini, kültürlerini tanıma ve deneyimleme isteği, macera, eğlence, doğaya yakın olma gibi unsurlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Kırsal, kentsel, macera ve kültür turizmi gibi farklı turizm türlerinin giderek yaygınlaşması bu değişimi yansıtmaktadır.

Balıkçılık turizmi de, deniz-kum-güneş turizminin bir tamamlayıcısı veya bileşimi olarak, hatta kendi niş pazarını yaratabilecek bir turizm türü olarak da değerlendirilebilir. Macera, doğa, gastronomi, balıkçıların kültür ve yaşam tarzı turistlerin ilgilerini çekebilecek motivasyon kaynakları olabilir. Balıkçılık turizmi, bir bölgenin doğal, tarihi, kültürel ve geleneksel değerlerinin ortaya çıkartılması ve korunması yoluyla balıkçılar ve doğal çevre arasında uyum içinde bir arada yaşama girişimidir. Balıkçı teknelerinde, tekne mürettebatı olmayan insanların misafir edilmesi, balıkçılık metotlarının, yemlemenin öğretilmesi ve genel olarak balıkçılıkla ilgili turizm hizmetlerinin sağlanması olarak tanımlanabilir. Balıkçılık turizmi son yıllarda gittikçe ilgi çekmeye başlamış ve Akdeniz havzasında ulusal ve uluslar arası birçok projenin önemli eylemleri arasına dahil edilmiş bulunmaktadır. Çok umut verici olsa dahi, balıkçılık turizmi sektörü Akdeniz seviyesinde hala emekleme aşamasındadır.

Kuramsal olan bu çalışma temel olarak iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, literatür taraması yapılarak turizm talebindeki yeni eğilimler ortaya çıkartılmaya çalışılmış, balıkçılık turizmi kavramı ve türleri açıklanarak, balıkçılık turizminin önemi, hedefleri, yapıldığı bölgeye ve ülkeye sağlayabileceği ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel yararlar ortaya konulmaya çalışılarak, Türkiye ve

[1]Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
[2]Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi

Çanakkale'de balıkçılık turizminin bulunduğu nokta irdelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde; balıkçılık turizmi ile ilgili bazı projeler, yönergeler ve değerlendirmeler belirtilmiş, *örnek olay olarak "Güney Kıbrıs'ta Balıkçılık Turizminin Gelişmesi İçin Uygulanacak Başlıca Kurallar" ortaya konulmuştur. Sonuç bölümünde öneriler geliştirilerek, bundan sonraki akademik çalışmalara ve balıkçılık turizmi uygulamalarına katkı sağlanmaya çalışılmıştır.*

Anahtar Kelimeler: Balıkçılık Turizmi, Turizmde Yeni Eğilimler, Deniz Turizmi

1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmelere ve artan rekabet koşullarına bağlı olarak, balıkçılığın büyük sermaye gerektirmeye başlaması, kirliliğe ve aşırı avlanmaya bağlı olarak ta balık stoklarının azalması ile birlikte, birçok kıyısal alanda geleneksel balıkçılığın düşüşte olduğu gözlenmektedir. Yıllardır balıkçılıktan geçinen bazı balıkçıların, balıkçılığı bırakarak başka işlere yönelmek zorunda oldukları veya büyük şehirlere göç ettikleri görülmektedir.

Diğer tarafta, ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve ucuzlaması, çalışma saatlerinin kısalması, kişilerin gelir ve yaşam düzeylerinin artması, eğitim düzeylerinin yükselmesi gibi etkenlerle, tüketici istek ve ihtiyaçları, yaşam tarzları, ve beklentileri de değişmeye başlamıştır. Bu değişim, turizm sektöründe de kendisini göstermektedir. Dünya genelinde turizm faaliyetleri, deniz – kum – güneş turizmi olarak da tarif edilen geleneksel turizm anlayışından, tarih, kültür, macera, doğa, sağlık, gastronomi, yerel toplumlarla iletişim gibi temaların ön plana çıktığı alternatif turizm anlayışına doğru kaymaktadır.

Balıkçılık turizmi, içinde barındırdığı kültürel, macera, doğa, gastronomi, yerel toplumla iletişim gibi öğeleri ile turist beklentilerini ve eğilimlerini bünyesinde barındıran önemli bir turizm çeşidi olarak, özellikle gelişmiş ülkelerde ön plana çıkmaya başlamıştır. Turizm, geleneksel balıkçılık faaliyetleri ile kıyısal ekonominin canlandırılabileceği diğer faaliyetleri harmonize etmekte önemli bir rol oynamaktadır. Balıkçılık turizminin, balıkçıların ve yerel halkın gelirlerinin artmasında, istihdam yaratılarak göçün önlenmesinde, geleneksel balıkçılığa değer katmasında, av baskısının azaltılmasında ve deniz kaynaklarının korunmasında sürdürülebilir bir katkı sağlayabileceği yapılan araştırma ve çalışmalarla ortaya konulmaktadır.

1. LİTERATÜR İNCELEMESİ

1.1. Balıkçılık Turizmi, Amatör Balıkçılık Kavramı

Balıkçılık turizmi, uygun özelliklere sahip balıkçı teknelerinde, tekne mürettebatı olmayan insanların misafir edilerek, balıkçılık metotlarının, yemlemenin öğretilmesi, amatör balıkçılığına uygun metotlarla balık ve diğer deniz canlılarının avlanması ve genel olarak balıkçılıkla ilgili turizm hizmetlerinin sağlanması olarak tanımlanabilir. Balıkçılık tekniklerinin gösterilmesi, ekosistemin öğrenilmesi ve balıkçılığı destekleyen diğer faaliyetler balıkçılık turizminin bir parçası olabilmektedir. Diğer bir yönüyle de; balıkçılık turizmi, geçimini balık tutarak kazanan balıkçıların, gelir kalemlerinin çeşitlendirmesini, mesleklerini ve sosyo-kültürel geçmişlerini koruyup geliştirebilmelerini destekleyen turizmle ilişkili faaliyetler olarak tanımlandırılabilir. Ayrıca, turistlerin balıkçı teknelerinde, balıkçılar ile beraber iletişim içinde bulunmaları, doğayı ve denizi yakından tanımaları, deniz ekosisteminin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilmektedir.

Balıkçılık turizminin özünü, balık başta olmak üzere diğer deniz canlılarının ticari amaç ile avlanması değil, avlanmanın rekreasyonel ve dinlence amacı ile, maddi ve ticari kazanç amacı gütmeyen, avlanan ürünün satılmadığı ve turistin kişisel kullanımı veya avla – bırak yöntemi oluşturmaktadır. amatör balıkçılığının birçok farklı tanımı bulunmaktadır. Bununla beraber amatör balıkçılığı, genel olarak balığın kişisel kullanım, eğlence veya meydan okumak için avlanması faaliyetleri olarak ifade edilmektedir (Pawsona vd., 2008: 339-350). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO 2012:1-176), amatör balıkçılığını, "insanların temel beslenme ihtiyaçlarının kaynağını oluşturmayan ve genellikle satılmayan veya ihracatı, yerel pazarda veya karaborsada ticareti yapılmayan suda yaşayan hayvanların (başlıca balık) avlanmasını kapsayan faaliyetler" olarak tanımlamaktadır. Amatör balıkçılık, genellikle Tablo 1. De gösterilen yöntemlerle yapılmaktadır. Amatör balıkçılık algısı kültürel farklılıklara bağlı olarak ülkeler arasında büyük oranda değişmektedir (Ünal vd.,2010:215-330).

Tablo 1: Amatör Balıkçılık Türleri

Deniz Balıkçılığı	Karasal (iç su) Balıkçılığı
- Kıyı / Lagün balıkçılığı - Tekne balıkçılığı - Sualtı avcılığı (zıpkın) - Açık deniz balıkçılığı - Yöresel / Etnik balıkçılık	- Kıyı balıkçılığı - Tekne balıkçılığı - Yöresel / Etnik balıkçılık

Çalışmamızın temasını kiralık balıkçı tekneleri ile yapılan balıkçılık turizmi oluşturmaktadır. Kiralık tekne balıkçılığı, ticari ve amatör balıkçılıktan ayrılmakta ve her ikisinin de özelliklerini birleştirmektedir. Ticari balıkçılık, tutulan balığın satılması amacıyla yapılan faaliyetlerdir. Amatör balıkçılık ise yakalanan balıkların satılmadığı bir faaliyettir. Bununla beraber, kiralık tekne işletmecileri veya uygun yapı ve donanıma sahip balıkçı tekneleri, balık tutmak için diğer insanlar tarafından kiralanır, faaliyet sonucunda avlanan balıklar satılır veya satılmaz. Kiralık tekne işletmecileri rekreasyon amacıyla balık tutanlara teknelerini ve genellikle, ancak her zaman değil, balıkçılık malzemelerini ve deneyimlerini kiralarlar (Gartside, 2001:3-15). Balık cinslerine ve avlanmanın yapıldığı yöreye bağlı olarak, geleneksel balıkçılıkta kullanılabilecek birçok araç ve yöntem mevcuttur.

1.2. Balıkçılık Turizminin Önemi ve Hacmi

On yıllardır, ekonomik yeniden yapılanma, işsizlik, dışarıya göç ve yaşlanan nüfus gibi nedenlerle, kırsal alanlar sosyo ekonomik düşüşten olumsuz olarak etkilenmektedir (Kauppila ve Karjalainen, 2012: 88-97). Deniz ve iç su balıkçılığının yapılabildiği bölgelerde, balıkçılık turizmi, yarattığı istihdam olanakları ve yeni gelir kaynakları ile yerel topluluklara, ruhsat satışları, park giriş ücretleri, vergi gelirleri gibi kaynaklar yaratarak yerel ve ulusal yönetimlere olumlu ekonomik faydalar yaratmaktadır. Hatta daha önemli olarak, balık popülasyonunun sürdürülebilir olması ve korunması için etik davranışları güçlendirmekte, temiz su kaynakları ve yerel koruma girişimleri için politik destek sağlamakta, doğa ve doğal yaşama saygıyı geliştirmekte ve etik yönetimi teşvik etmektedir (Ditton ved.,., 2002: 17-24). Balıkçılık turizmi endüstrisi, turizm endüstrisinin genelinde olduğu gibi konaklama, perakende ticaret, iletişim, seyahat, ulaşım hizmetleri gibi farklı endüstrilerin bileşiminden meydana gelmektedir. Endüstrinin gelir ve istihdam yaratma kapasitesi bölge ve toplulukların geneline yayılmaktadır (Kauppila ve Karjalainen, 2012: 88-97).

(Ditton vd.,. 2002: 17-24), balıkçılık turizminin tutundurmasının başarılı olduğu ölçüde, daha fazla olta balıkçısının gelecekte hobi balıkçılığı için seyahat edeceğini, bu faaliyetin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin giderek artan bir öneme sahip olacağını belirtmektedirler. Örneğin; İrlanda Merkezi Balıkçılık Kurulu, olta balıkçılığının, özellikle kırsal ve kıyısal alanlarda ekonomik büyüme potansiyeli yarattığını, denizaşırı ve yerel olta balıkçıları için derin ve zenginleştirici bir deneyim sağlaması nedeniyle İrlanda turizmi için önemli bir sektör olduğunu vurgulamaktadır. Balıkçılığın diğer açık

hava faaliyetlerine göre daha popüler olmasının nedenleri arasında, görece olarak daha az maliyetli olması, fiziksel beceri gerektirmemesi (Ditton vd., 2002: 17-24) ve her yaşta yapılabilmesi başta gelmektedir. Balıkçılık turizmi, bu faaliyete katılanlara aynı zamanda doğanın içinde olma, macera yaşama hissi, yabancı kültürleri tanıma ve birlikte hareket etme imkanlarını sunmaktadır.

İnsanların, karınlarını doyurmak veya yaşamak için balık avlamaktan ziyade boş zamanlarını değerlendirmek için yaptıkları hobi balıkçılığı faaliyetleri, genellikle, toplumların ekonomik gelişmesi ile birlikte artmaktadır (FAO 2012: 1-176). Amatör balıkçılığın, halihazırda batı ülkelerinde en popüler boş zaman faaliyetlerinden birisi olduğu söylenebilir (Mordue, 2009: 529-552). Balıkçılık, A.B.D'inde açık hava hobilerinin en popülerlerinden birisidir (Ditton vd., 2002: 17-24). Birçok geçiş ekonomisinde, amatör balıkçılığın önemi, büyük bir hızla artmaktadır (FAO 2012: 1-176). Örneğin; Avrupa yaklaşık 50 milyon balık meraklısı ile önemli bir pazardır (SwedenFishing.com, 2010). Avrupa'da sürekli olarak yeni balıkçılık destinasyonları araştıran 2 milyondan fazla aktif amatör balıkçı bulunmaktadır (Kauppila ve Karjalainen, 2012: 88-97). Finlandiya'da nüfusun % 44'ü düzenli olarak balık tutmaya gitmekte ve bunun yaklaşık yarısı tekne ile avlanmaktadır (Kauppila ve Karjalainen, 2012: 88-97). İstatistiklere göre Avustralya'da her üç kişiden birisi spor ve dinlenme amacıyla balık avlamaktadır (Bauer ve Herr, 2004: 1-59). Az gelişmiş ülkelerde bilgi toplamanın zorluğu göz önüne alındığında, hesaplama yapmak zor olsa da, dünya çapında 700 milyon civarında amatör balıkçı bulunduğu tahmin edilmektedir (Cooke ve Cowx, 2004: 857-859).

1.3. Balıkçılık Turizminin Ekonomi Boyutu

Balıkçılık turizmi, bölge ve ülke dışından gelir transferi sağlayarak, bölge ekonomisinin ve bölgenin gelişmesini teşvik etmektedir (Kauppila ve Karjalainen, 2012: 88-97). Bir amatör balıkçının ortalama harcaması, genel bir turistin yaptığı ortalama harcamasından daha fazladır. Amatör balıkçılık yapan kişiler milyar dolarlara ulaşan bir ekonomi yaratmaktadırlar. Bunun yanında Arjantin, Brezilya, Çin ve Hindistan gibi ülkelerde ekonomik faktörlerin yanısıra sosyal faktörlere paralel olarak önem kazanmaktadır. (FAO 2012: 1-176). Avustralya turizm uzmanları da kiralık tekne balıkçılığının, balıkçılığın gerçekleştirildiği limanlara önemli ekonomik yararlar sağlayan çok sayıda turisti çektiğini belirtmektedirler (Gartside, 2001:1-15).

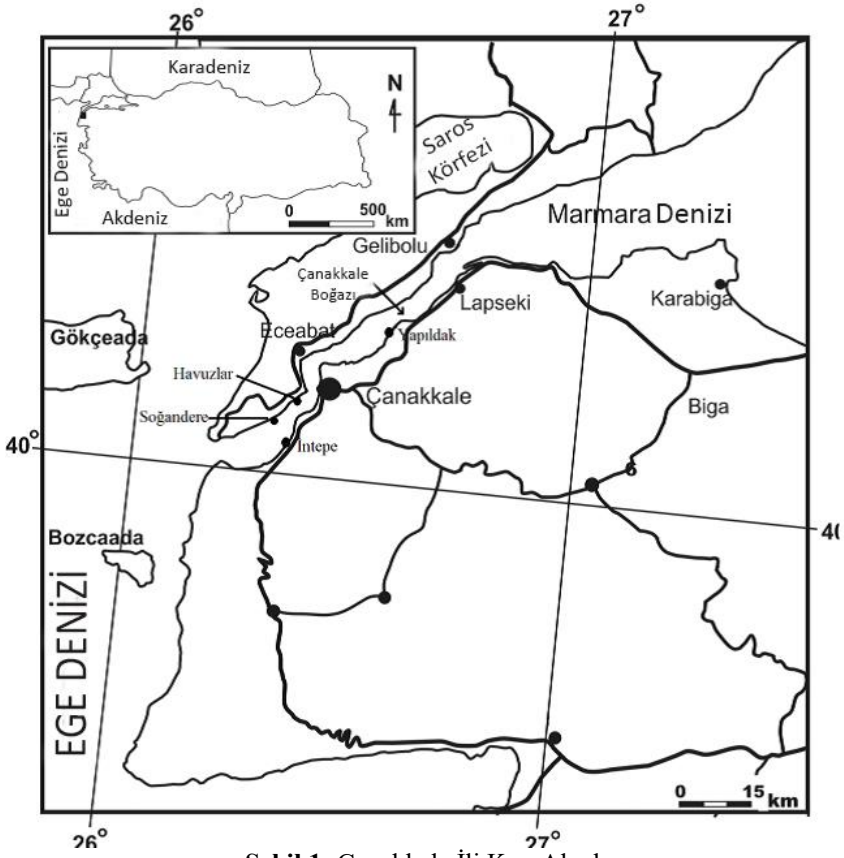
Outdoor Industry Association'ın hazırladığı rapora göre 2007 yılında Amerikalılar sportif balıkçık ve avcılık amacıyla 58.6 milyar

dolar harcamış, bu faaliyetler 509.000 kişiye iş imkanı yaratmış, federal ve yerel boyutta 7.6 milyar dolar vergi geliri sağlanmıştır. Buna ilave ek; dalga etkisi ile spor balıkçılığı ve büyük avcılar 159.6 milyar dolar doğrudan harcama yapmış, 1.2 milyon kişilik istihdam yaratılmıştır (CTC Research & Evaluation, 2012). İrlanda Merkez Balıkçılık Yetkilileri'nin verilerine göre, denizaşırı olta balıkçılarının İrlanda'daki, yıllık harcamaları 66 milyon paund olarak tahmin edilmektedir. Balığın cinsine, avlanma şekline, mevsimine ve yerine bağlı olarak bir amatör balıkçı tarafından yakalanan bir balığın, aynı balığın ticari bir balıkçı tarafından yakalanmasından 10 ila 40 kat daha büyük bir ekonomi yaratabileceği hesaplanmaktadır (Moksness 2011: 11-28).

1.4. Türkiye'de Balıkçılık Turizmi

8.333 km'lik kıyı uzunluğuna sahip ve kıyılarının büyük bir bölümü Akdeniz iklimi etkisi altında bulunan Türkiye, büyük ölçüde deniz turizmine sahne olmaktadır (Yaşar, 2011: 34-44). Üç tarafı denizlerle kaplı ülkemizin özellikle kıyı kesimlerinde ve iç sularında milyonlarca insan hobi olarak balık avcılığı ile ilgilenmesine rağmen, yapılan literatür taramasında, Türkiye'de amatör balıkçılık ile ilgili çok az çalışmaya ulaşılabilmiş, balıkçılık turizmi ile ilgili ise bir çalışmaya rastlanamamıştır. Kırk yıldır yürürlükte olan 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu'nda da, balıkçılık turizmi ile ilgili bir hüküm veya düzenleme bulunmamaktadır. Ancak, Çeşme, Seferihisar, Karaburun, Didim, Akbük, Bodrum gibi kıyı bölgelerini kapsayan Güney Ege'de, amatör balıkçılar için düzenli olarak, ticari amaçlı turlar düzenlendiği görülmektedir. Bu turlar, balıkçı tekneleri ile değil, farklı büyüklük ve özellikteki gezi tekneleri ile yapılmaktadır. Örneğin; 2016 yılı fiyatları ile, hafta içi 70 TL hafta sonu 80 TL karşılığında Akbük (Aydın) ve Kuşadası(Aydın) çıkışlı günlük balık turları yapılmaktadır. Fiyatlara sabah çorbası ve sıcak soğuk içecekler dahil, öğle yemeği ve ekipmanlar hariçtir (Calimera, 2015). Gerekli olta ve diğer ekipmanlar, katılımcılar tarafından karşılanmaktadır. Büyüklüğüne bağlı olarak bir teknedeki tura 13 – 25 arası kişi katılabilmektedir.

1380 sayılı Su ürünleri kanunu, 2016 yılı başlarında değiştirilmek üzere üniversitelerden, konu ile ilgili uzman ve kurumlardan görüşler alınarak meclise sevk edilmiştir. Bu tasarıda da balıkçılık turizmi ile ilgili her hangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Yürürlükte olan kanundan farklı olarak, yeni tasarıya göre, sportif ve dinlenme amaçlı tüm amatör olta balıkçılarının yapacağı avlarda bakanlığın izni aranacaktır. Bu izne uymayanlara 200 TL para cezası uygulanacaktır. Eğer bu balıkçılık ticari amaç taşıyorsa ceza 20.000 TL ye kadar çıkabilecektir.



Şekil 1: Çanakkale İli Kıyı Alanları

1.5. Çanakkale'de Balıkçılık Turizmi

Marmara ve Ege denizleri arasında bulunan Çanakkale, boğazı, Saroz körfezi, Edremit körfezi, Gökçeada ve Bozcaada çevresi ile balıkçılık turizmi için son derece elverişli bir konumda bulunmaktadır (Şekil. 1). Çanakkale İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürü Erdem Karadağ, 2015-2016 Su Ürünleri Av sezonu açılış töreninde yaptığı konuşmada şu konuları vurgulamıştır "Üç tarafı denizlerle çevrili ülkemizde balıkçılık sektörü yüz binlerce insana ekmek kapısı olduğu gibi gelişen ülkemizin büyüyen nüfusunu beslemekte önemli bir kaynaktır. Çanakkale ilimizde uzun kıyı sınırları ve zengin iç su kaynakları ile bu sektörde önemli bir yer tutmaktadır. Ege Denizi ve Marmara denizine kıyısı olan İlimiz 671 km.lik sahil şeridi ile Çanakkale Boğazı, Saroz körfezi, Edremit körfezi, Bozcaada ve Gökçeada gibi iki adaya sahip olup, geniş av sahaları, avcılık çeşitliliği, tür çeşitliği bakımından zengindir. Müdürlüğümüzce ruhsatlandırılmış 833 Balıkçı gemisi bulunmaktadır (Milliyet, 2015).

Tablo 1. Çanakkale Kıyı Balıkçılığının Hedef Türleri ve Av Dönemleri

Hedef Tür	**Yoğun Av Dönemi**	**Av Aracı***
Ahtapot (*Octopus vulgaris*)	Tüm yıl	UA, Pr
Bakalyaro (*Merluccius merluccius*)	Yaz ayları	UA
Barbun-Tekir (*Mullus* spp.)	Yaz ayları	UA
Çipura (*Sparus aurata*)	Tüm yıl	P
Iskatari (*Spondyliosoma cantharus*)	Yaz ayları	P
Istakoz-Böcek (*Homarus* sp./*Palinurus* sp.)	Yaz ayları	UA
Kalamar (*Loligo vulgaris*)	Kış ayları	O
Karagöz (*Diplodus vulgaris*)	Yaz ayları	P
Kefal (*Mugil* spp.)	Mayıs-Haziran	UA
Kılıç (*Xiphias gladius*)	Nisan-Haziran	Z
Kırlangıç (*Trigla* spp.)	Kış ayları	UA
Kolyoz (*Scomber japonicus*)	Mayıs-Haziran	UA
Köpekbalığı (*Mustelus* sp.)	Mayıs-Haziran	UA
Kupes (*Boops boops*)	Mayıs-Haziran	UA
Lipsoz (*Scorpaena porcus*)	Kış ayları	UA
Lüfer (*Pomatomus saltatrix*)	Eylül-Aralık/ Mayıs-Haz.	UA
Melanur (*Oblada melanura*)	Mayıs-Haziran	UA
Mercan (*Pagellus erythrinus*)	Yaz ve Kış ayl.	UA, P
Mırmır (*Lithognathus mormyrus*)	Yaz ayları	P
Palamut (*Sarda sarda*)	Eylül-Aralık	UA
Orfoz (*Epinephelus marginatus*)	Nisan-Kasım	UA, P
Sargos (*Diplodus sargus*)	Yaz ayları	P
Sarpa (*Sarpa salpa*)	Kış ayları	UA
Sinarit (*Dentex dentex*)	Kış ayları	UA, P
Trakonya (*Trachinus draco*)	Kış ayları	UA
Uskumru (*Scomber scombrus*)	Eylül-Şubat	UA

*****Avlanma araçları: UA:Uzatma ağı, O:Olta; P:Paragat, Z:Zıpkın, Pr:Parangula

Örneğin; kendi kendini temizlemesi yanında çevresinde nüfusu fazla yerleşim birimlerinin ve sanayi tesislerinin bulunmaması Saroz körfezini çevresel tehditlerden uzak tutmaktadır. Bu da körfezin deniz florası ve faunası bakımından zenginleşmesini sağlamaktadır. Saros Körfezi, temizliğini ve berraklığını yitirmemiş az sayıdaki deniz alanlarından biridir. Körfezde 78 tür deniz bitkisi, 144 tür balık ve 34 tür sünger tespit edilmiştir (Yaşar, 2011: 34-44). Çanakkale Kıyı Balıkçılığının Hedef Türleri Ve Av Dönemleri Tablo 1. de görüldüğü gibi varsayılabilir.(Akyol ve Ceyhan, 2001:a,b)

Bütün bu olumlu koşullara rağmen, Çanakkale'de organize ve gelişmiş bir balıkçılık turizminden bahsetmek çok olası değildir. Bununla beraber, amatör balıkçılık, yerel halk arasında yaygındır. (Ünal vd.,2010: 315-330) tarafından Çanakkale boğazında amatör balıkçılık analizleri, balıkçılık politikaları, sosyolojisi ve alışkanlıkları araştırılmıştır. Yapılan anket çalışmalarında nüfusun % 9.9'u Çanakkale'de bu tip balıkçılıkla uğraşmaktadır. Bu grubun yaş ortalaması 25-49 arasındadır. Bu grubun % 28'ini serbest meslek sahipleri, % 28'ini öğrenciler, % 22'sini emekliler, % 15'ini memurlar ve % 7'sini işsizler oluşturmaktadır. Yaz ve sonbahar döneminde yapılan avcılıklar dikkate alındığında, yakalanan balık miktarlarının, tekne ile yapılan avcılıkta 2.77 kg/saat, su altında zıpkın ile yapılan avcılıkta 0,97 kg/saat ve kıyıdan yapılan avcılıkta 0,81 kg/saat olduğu hesaplanmıştır. Çanakkale boğazı ve çevresinde 51 tür balık bulunmaktadır. Ancak, avcılık 3 ya da 4 tür üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunların başında ticari değeri en yüksek balık olan lüfer (%30) gelmekte, ikinci sırada kolyoz ve uskumru olurken, üçüncü sırada da mercan bulunmaktadır. Tekneden yapılan balık avcılığında çıkan balık türleri sayısı 42, kıyı balıkçılığında 31, sualtı balıkçılığında ise 27 türdür (Unal vD., 2010: 315-330).

2. ÖRNEK PROJE VE UYGULAMA ESASLARI

Balıkçılık turizmi, ekoturizm anlayışına bağlı kalınarak organize edildiği zaman sürdürülebilir olabilir, yöre ve ülke için fırsatlar yaratabilir. Bunun gerçekleşebilmesi için balıkçılılık yöneticilerinin, yerel ve ulusal yönetimlerin, seyahat acentalarının ve diğer paydaşların, diğer turizm faaliyetlerinin yanında balıkçılık turizminin daha fazla farkında olmaları, gerekli altyapıyı ve yasal düzenlemeleri hazırlamaları gerekir. Ayrıca, yerel ve ulusal turizm tanıtma örgütleri ile işbirlikleri geliştirilerek balıkçılık turizminin tutundurulması sağlanmalıdır (Ditton vd., 2002: 17-24).

Balıkçılık turizmi ile ilgili olarak hazırlanan örnek bazı projeler, yönergeler ve değerlendirmeler ile ilgili kurumlar, başlıklar halinde sunulmuştur. Konu ile ilgilenen araştırmacıların orijinal kaynaklara kolay ulaşımını sağlamak amacıyla Türkçe'ye çevrilmemiştir.

- Adriatic Ionian ecoregion (AIE) Fisheries - Med Maritime Inegrated Projects MedIAmer
- Western Mediterranean Ecoregion General Factsheet - Med Maritime Inegrated Projects: MedIAmer
- Fishing Tourism and Priority Axis 4 of the EFF on Sustainable Development of Fisheries Areas and Fisheries Local Action Groups, Regıone Marche, Final Report – Maramed Pilot Action, Rev. 24 May 2013

- Socio-Economic Analysis on Fisheries Related Tourism In Eusair Nemo Project 1m-Med14-11 Wp2 Action 2.3 - Med Maritime Inegrated Projects: Nemo
- The Community University Research for Recovery Alliance (CURRA) - Fisheries-Tourism in Bonne Bay - Examining the foundation for stronger fisheries-tourism synergies and increased local seafood consumption in the Bonne Bay region of Newfoundland
- CTC Research & Evaluation October 2012 - Sport Fishing and Game Hunting in Canada - An Assessment on the Potential International Tourism Opportunity
- Irish Central Fisheries Board and National Tourism Developmet Autority - An Assessment on the Potential International Tourism Opportunity
- Food and Agriculture Organizatıon of The United Nations Rome, Recreational Fisheries- Technical Guidelines For Responsible Fisheries- 2012
- Indigenous Interests In Safari Hunting And Fishing Tourism In The Northern Territory: Assessment Of Key Issues - Wildlife Tourism Research Report Series: No. 8 Status Assessment Of Wildlife Tourism In Australia Series

Güney Kıbrıs, Balıkçılık ve Deniz Araştırmaları Bölümü, Balıkçılık ve Deniz Araştırmaları Sorumlusu, Balıkçılık Uzmanı, George Payiatos (2000) öncülüğünde hazırlanan "**Güney Kıbrıs'ta Balıkçılık Turizminin Gelişmesi İçin Uygulanacak Başlıca Kurallar"** aşağıdaki gibi belirlenmiştir**.**

1. Giriş:

Bu kılavuz ya da el kitabı iki farklı grubu ilgilendirmektedir. Profesyonel balıkçılık yapan balıkçıların faaliyetlerini, ilgi sahalarını değiştirmek ve misafir ya da temel balıkçılık turizmi aracılığı ile gelen misafir ve turistlere en temel bilgiler vermek. Aynı zamanda balıkçılık turizmi, G. Kıbrıs'taki turizm endüstrisinin yeni bir uygulama sahası olup, ulusal ve buna bağlı özel sektör organizasyonları ile birlikte G. Kıbrıs'taki balıkçılık sektörünün kalkınmasına ve gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bunlar yapılırken, ilk girişimler yapılmış olup, yakın bir gelecekte balıkçılık turizmi de yasal bir yapıya kavuşmuş olacaktır. Daha sonraki amaç ise, Kıbrıs'taki balıkçılık turizminin gelişmesiyle birlikte adaya gelecek olan yabancı konukların profesyonel balıkçı tekneleriyle balık turlarına katılmaları sağlanacak ve böylece profesyonel balıkçıların gelirlerinin daha da arttırılması sağlanacaktır.

2.Balıkçılık Turizminin İçeriği

Balıkçılık turizminden bahsederken profesyonel balıkçı teknelerindeki tekne mürettebatı dışındaki insanları misafir etmek, balıkçılık faaliyetlerini anlatmak ve balıkçılığa yönelik turizm hizmetlerini sağlamaktır. Bölgenin kültürel değerlerini, denizel ve kıyısal çevreye ait bilgileri ve temel bilgileri aktarmaktır.

3.Balıkçılık Turizmi Nasıl Gelişir?

Aşırı avlanma ve bunun sonucu olarak ta profesyonel balıkçıların gelirleri giderek azalmaktadır. Özellikle kıyı balıkçılığından geçinen küçük ölçekli balıkçılara yardım etmek amacı ile balıkçılık turizmi ortaya çıkmıştır. Balıkçılık turizminin iyi bir şekilde çalışabilmesi ve verimli olabilmesi için, balıkçılar ile birlikte doğal ve tarihi çevrelerin, bölgesel ve yöresel değerlerin bir arada korunması gerekmektedir. Bu değerlerin yaşatılması ve gerekli önemin verilmesi, insanın, doğaya yakın olması ve balıkçı teknelerinde kısa süre de olsa yaşaması, deneyimleyerek ve yaşayarak öğrenmesi ile mümkündür. Normal koşullarda, en lezzetli balıkları tüketebiliriz, fakat bunların nereden geldiğini, nasıl yakalandığını, balık pazarına oradan restoranlara, evlerimize nasıl geldiğini bilmiyoruz.

4. Balıkçılık Turizminin Yararları

Balıkçılık turizminin, ekonomik ve sosyal yararları vardır. Balıkçılık turizminde yapılacak çok dikkatli uygulamalar sayesinde balıkçılar, doğal çevreyi bozmadan, hatta çevreyi koruyarak ve zorluklarla karşılaşmadan önemli avantajlar sağlayabilirler. Uzun dönemde ise, balıkçılık turizminin başarılı uygulamaları sayesinde özellikle İtalya ‘da 1980’li yıllarda başlayan uygulamalarda olduğu gibi meyvelerini vermeye başlamıştır. Bu sayede, balıkçıların gelirleri, yeni iş olanakları ve balıkçıların sayıları giderek artmıştır. Bir taraftan gözle görülür kazanç yanında, denizler de korunmuş, av sahalarının sayıları artmış ve doğal çevrenin daha iyi korunduğu görülmüştür.

Ziyaretçi sayısının giderek artması sayesinde, balıkçıların balık avlama sırasında harcadıkları zaman giderek azalmasına rağmen, gelirleri artmış ve canlı denizel kaynaklar gözle görülecek düzeyde artmıştır. Bu esnada, balıkçılara doğrudan para girdisi olmuş ve küçük ölçekli de olsa yeni iş olanakları ortaya çıkmıştır. Turistlerin gelişlerine paralel olarak, balıkçı teknelerinde çalışan personel sayısında da artışlar görülmüştür.

5. Yasal Düzenlemeler

Şu ana kadar balıkçılık turizminde uluslararası ya da Avrupa Birliği çerçevesinde kesin bir kural bulunmamakla birlikte, diğer

ülkelerde olduğu gibi, uluslararası çevre koruma ve korunmuş deniz alanlarının işletilmesi balıkçılık turizminin önemli konuları arasındadır. Diğer turizm faaliyetlerinde olduğu gibi, uyulması gereken kuralların başında balıkçı tekneleri ile balıkçılık, emniyet, sağlık ve çevre koruma önemlidir. Bunlarla birlikte, anlaşılabilir ve uygulanabilir kurallar sayesinde balıkçılık turizmi daha iyi yönetilebilir hale gelecektir.

6. Deneyimli Kuruluşlar, Resmi ve Özel Organizatörler ile Özel Sektör Temsilcileri

Bu konuda çalışan resmi sektör kuruluşlarının yanında, balıkçılık turizminde faaliyet gösteren koruma ve kontrol şubesi, balıkçılık ve deniz araştırmaları şubesi, ticari gemicilik acentaları, G. Kıbrıs Turizm Organizasyonu, Veterinerlik servisi, Sağlık servisi, Liman başkanlığı ve Zabıta gibi kuruluşlardır. Özel sektör temsilcileri ise, profosyenel balıkçılar, turistler, seyehat acentaları, otel ve konaklama hizmetleri sunan kişilerdir.

7.Finansman Olanakları

2007 -2013 döneminde olduğu gibi pek çok Avrupa Birliği ülkesi balıkçılık fonlarından INTERREG programına benzer şekilde, profesyonel balıkçıların kendilerini geliştirmeleri ve yapılandırmaları için bazı fonlardan yararlandırılmışlardır.

8.Balıkçılık Metodları ve Balıkçılık Ekipmanları

Balıkçılık turizminin gelişmesi için balıkçılık ekipmanlarından sayılan balık ağları, gırgır ağları, galsama ağları, balıkçı sepetleri, ve ahtapot, kalamar sepetleri, değişik oltalar gereklidir. Bunun yanında iri balık, dip balığı ve diğer avcılık için de farklı avcılık ekipmanları zorunludur.

9.Balıkçılık Teknelerinde Emniyet Tedbirleri

Balıkçı teknelerinde, şu anda ticari gemilerde uygulanmakta olan ve Ulaştırma ve Çalışma Bakanlığı tarafından uygulanan tüm kurallar ve zorunluluklar geçerlidir. Bunların içinde kurtarma ve yangın ile mücadele ve yolcuların emniyetine yönelik kurallar dahildir. Tekneye binen insanların değişen hava koşullarına bağlı olarak kullanabilecekleri özel kıyafetler, genç insanlar için yaş sınırlamaları ve güzergah bilgileri verilmelidir.

10. Balıkçı Teknelerindeki Hijyenik Tedbirler

Tutulan balıkların korunması, yolcuların sağlığı gibi konular, ilgili bakanlıkların kurallarına uygun halde olması gerekir. Bu kuruluşlar, Tarım, Doğal Kaynaklar ve Çevre Bakanlığına bağlı Sağlık ve Veterinerlik Şube Müdürlüklerinin kontrolü altında olmalıdır.

11.Balıkçılık Ve Denizel Kaynaklar

Tarım, Doğal Kaynaklar ve Çevre Bakanlığına bağlı Balıkçılık ve Denizel Araştırma Şube Müdürlüklerinin kontrolü altındadır. Buna ek olarak balıkçılık turizmi aktivitelerinin yapılacağı yerler, avlanma aletleri, av miktarları, av meraları (kapalı alanlar, av yapılacak derinlikler, müsaade edilen av boyları, av dönemi gibi) belirtilmelidir.

12.Doğal-Kültürel Çevre ve Doğal Kaynaklar

Agroturizm, ekoturizm gibi faaliyetlerden yararlanan misafirler gibi, balıkçılık turizminden yararlanacak misafirler de daha önceki faaliyetlerde olduğu gibi çevreye son derece saygılı ve dikkatli olmak zorundadırlar. Bu nedenle, balıkçılık faaliyetleri sırasında, misafirlere çevrenin tarihi, arkeolojik, çevresel ve kültürel değerleri anlatılmalıdır.

13.Balıkçıların Eğitimi

Balıkçılık turizmi ile ilgilenenlerin mutlaka bilgilerini geliştirmeleri gerekir. Bunun için bir eğitim programından geçmeleri zorunludur. Kaptanın ve mürettebatın iyi seçilmesi ve verilen programı başarılı biçimde geçmesi gerekir. Mürettebat tekneye gelen misafirlere her türlü ekipmanın nasıl kullanılacağını, çevrenin nasıl korunacağını, hijyen kurallarını, balıkçılığı en iyi biçimde anlatabilmeli ve tur hakkında yeterli donanıma sahip olmalıdır.

14.Balıkçılık Turizminde İyi Uygulamalar

Gerek kolay anlaşılır, gerekse uygulanabilir olması ve aşağıdaki nedenlerden dolayı, İtalya modelinde uygulamalar başarılı olmuştur:

- Kıyı bölgelerinde, profesyonel botlarla yapılan geziler
- Teknelerde geceleme
- Balıkçılık aktivitelerini izlemek ve katılmak
- Bölgesel ve geleneksel balıkçılıkta kullanılan metot ve ekipmanların tanıtımı
- Yemek ikramlarının teknede ya da kıyıda verilmesi
- Deniz ürünlerinin ve balığın geleneksel yöntemlerle hazırlanıp, sunulması
- Bölgenin ve denizel çevrenin en önemli canlı deniz kaynaklarının tanıtılması
- Genellikle birkaç saat ya da bir gün süren balık turları. Bu kapsamda, misafirler, tekneye bindikleri yere tekrar götürülürler. Bu sürede teknede her türlü emniyet ve sağlık kuralları uygulanır. Eğer aktivite kış döneminde yapılacaksa tekneler, yağmur ve soğuğa karşı korunaklı olmalıdır.
- Teknelerde özel yasalar geçerli olmalıdır
- Yöreye özgü tipik ve geleneksel tekneler tercih edilmelidir

15. Başarılı Bir Balıkçılık Turizmi Organizasyonu

- Misafir ile ilk temas çok önemlidir. Öncelikle misafir balıkçının yüzünü görmeli ve balıkçı ona güven vermelidir.
- Teknenin tipi, balıkçılık ekipmanı, av sahası, kalkış yeri, hareket ve dönüş zamanı, teknede verilecek hizmetler (yemekler, ikramlar, içecek, yüzme vb) kullanılacak ekipman (can yeleği, giysi, çizme) ve fiyat hakkında bilgi verilmelidir.
- Misafirlerin kabulü sırasında, kahve, çay, meyve suları ikram edilmeli, kaptan ve mürettebat bu sırada geminin emniyet ekipmanlarını tanıtmalıdır.
- Seyir sırasında, gerekli tüm bilgiler, balıkçılık ekipmanları ve avcılık malzemeleri tanıtılmalıdır.
- Varış ve çıkış noktaları her misafire anlatılmalıdır.
- Tüm bu anlatımlar sırasında, yolcuların varsa sorularına tek tek cevap vererek, bilgilendirmelidir.
- Mürettebat, tüm konularda özel ilgi göstermeli, balık avından sonra balıkları türüne göre ayrı ayrı yerlerde muhafaza etmeli, misafirler arzu ettikleri taktirde fotoğraf çekmelerine izin vermeli, en çok tutulan balıkların ekolojileri ile ilgili bilgiler vermelidir. Gezi esnasında bölgenin doğal güzellikleri ve doğa korunmasına yönelik bilgiler verilmelidir. Konuklar, genellikle geleneksel yemekleri tercih ederler. Bu konuda teknede tutulan balıkların daha lezzetli olduğu unutulmamalıdır. Bütün bunlardan sonra hep birlikte temizlik yapılmalıdır. Yolcular diledikleri taktirde, balıkçılık faaliyetlerine katılabilirler.
- Eğer balıkçılık uzun sürerse, misafirlere yüzmeleri için palet, maske, şnorkel dağıtılarak rahatları sağlanmalı, hatta güneşlenmeleri için yer gösterilmeli ve içecek ikramı yapılmalıdır. Bu esnada kıyıya yakın yerlerde varsa tarihi ve turistik yerler gezilebilir.
- Gezinin son kısmında mürettebat, misafirlerin deneyimlerini ve düşüncelerini sorabilir ve dilerlerse deneyimlerini ve duygularını teknedeki anı defterine yazmaları istenebilir.

16. Ne Yapılması Gerekir?

Balıkçılar, turizm acentaları ve ziyaretçiler arasında bir iletişim ağı kurulmasında ve tasarımında G. Kıbrıs Turizm Örgütünün katkısı çok önemlidir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişen teknolojiler ile birlikte balıkçılığın daha büyük sermaye gerektirmesi, artan kirlilik ve aşırı avlanma nedeni ile balık popülasyonunun ve türlerinin azalması gibi nedenlerle, birçok kıyı bölgesinde, geleneksel balıkçılık giderek terk edilen bir meslek haline gelmektedir. Kıyı bölgelerinde bulunan balıkçıların önemli bir kısmı, ya daha farklı gelir kaynakları arayışı nedeniyle meslek değiştirmekte, ya göç etmekte ya da işsiz olarak hayatlarını devam ettirmektedir. Geleneksel balıkçılık faaliyetlerinin terk edilmesi, maddi ve manevi mirasın giderek yok olmasına, balıkçılık mesleğinin değer kaybetmesine neden olmaktadır. (Sağlam ve diğ. 2014: 15-20) Ayvalık'ta gerçekleştirdikleri çalışmaya göre de, balıkçıların yaş ortalaması (~46 yaş) gittikçe yükselmektedir. Bu durum, gençlerin balıkçılığa çok fazla ilgi göstermemeleri, okumak, çalışmak vb. nedenlerle büyük kentlere gidiyor olmalarıyla da ilgilidir. Balıkçıların ekserisi de (%97) çocuklarının bu işi yapmasını istememektedir. Ayvalık halkı artık günümüzde daha çok turizme ve tarıma (zeytin) kaymakta, balıkçılığı genelde yarı-zamanlı bir iş olarak yapmaktadır. Balıkçılığı tamamen bırakamamalarının nedeni olarak ise, babadan gelen meslek olması (%45) ve denize duydukları sevgi (%34) olarak belirtmektedirler.

Balıkçılık turizminde, en önemli konu, balık tutma hizmetinin yörenin balıkçıları tarafından verilmesidir. Bunun için balıkçı teknelerinin, turistlere hizmet verebilecek biçimde düzenlenmesi, ilgili güvenlik ve yolculuk standartlarına sahip olmaları gerekmektedir. Sürdürülebilir balıkçılık ekoturizmi anlayışını hayata geçirebilmek için yüksek standartlara ve bütün paydaşların faaliyetlerinin koordinasyon içerisinde yürütülmesine ihtiyaç vardır. Balıkçılık ekoturizminin bilimsel açıdan geçerli olabilmesinde, korunmasında ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesinde, her paydaş önemli bir rol oymamaktadır (Zwirn ve diğ., 2005: 16-31). Konu ile ilgili olarak, özellikle Batı Avrupa'da birçok ulusal ve uluslar arası proje bu konuyu temel hareket noktası olarak ele almaktadır.

Balıkçılık turizmine katılan balıkçılar, temel balıkçılık becerilerini edinmek isteyen turistlere hizmet vererek çalışma sahalarını genişletmektedirler. Balıkçılık tekniklerinin gösterilmesi, ekosistemin öğrenilmesi ve balıkçılığı destekleyen bütün faaliyetler balıkçılık turizminin bir parçası olabilir. Balık cinslerine, balık tutulan yere, doğa koşullarına bağlı olarak, geleneksel balıkçılıkta kullanılabilecek birçok araç ve yöntem mevcuttur.

Balıkçılık turizminin, sürdürülebilir ekoturizm anlayışı çerçevesinde geliştirilmesi,

i) Balıkçıların gelir kalemlerini çeşitlendirmelerini ve daha fazla kazanç elde etmelerini sağlayacaktır.
ii) Geleneksel yöntemlerle yapılan balıkçılığa değer katacaktır.
iii) Daha fazla balık avlanmasına gerek bırakmayarak, hem balıkçıların hem de balık başta olmak üzere su ürünlerinin korunmasına, hatta çoğalmasına destek olarak, ekosisteme olumlu katkılar sağlayacaktır.
iv) Yeni istihdam olanakları yaratarak göçü önleyecektir.
v) Balıkçıların, yerel halkın ve turistlerin çevre bilincini geliştirecektir.
vi) Sadece balıkçıların değil, seyahat acentaları, konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri gibi yöredeki diğer işletmelerin ve halkın gelirlerinin artmasını sağlayacaktır.
vii) Avlanma ruhsatı ve diğer vergi gelirleri yolu ile yerel ve merkezi yönetimin gelirleri artacaktır.

Üç tarafı denizlerle çevrili ülkemiz ve iki denizin arasında bulunan Çanakkale, balıkçılık turizminin geliştirilebilmesi için son derece elverişli koşullara sahiptir. Çalışmamızda belirtilen esaslara uygun olarak yapılacak balıkçılık turizmi, olumlu ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri ile yöresel ve ulusal kalkınmamıza önemli katkılar sağlama potansiyeli taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Akyol, O. ve Ceyhan, T. (2011a). *Gökçeada (Ege Denizi) Kıyı Balıkçılığı ve Balıkçılık Kaynakları*. *E.Ü. Su Ürünleri Dergisi*. Cilt 27, Sayı 1. s: 1-5.

Akyol, O. ve Ceyhan, T. (2011b). *Bozcaada (Ege Denizi) Kıyı Balıkçılığı Ve Balıkçılık Kaynakları*. Journal of Fisheriessciences.com. Cilt 5, Sayı 1. s:64-72.

Bauer, J. ve Herr, A. (2004). *Hunting and Fishing Tourism*. Chapter 4 Edited by Higginbottom, K. Wildlife Tourism Impacts, Management and Planning. Copyright © CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd 2004. Common Ground Publishing Pty Ltd, Australia.

Calimera (2015). *Kalimera Balık Turu*. https://plus.google.com/107789842407837049055/posts Erişim Tarihi: 20.12.2015

Cooke, S.J. ve Cowx, I.G. (2004). *The role of Recreational Fisheries in Global Fish Crises*. BioScience, Cilt 54. s:857–859. Aktaran FAO (2012).

Ditton, R. B., Holland, S. M., ve Anderson, D. K. (2002). *Recreational Fishing as Tourism*. March 2002, Cilt 27, Sayı 3. s:17-24 www.fisheries.org | Fisheries

FAO (2012). *Recreational Fisheries.* FAO Technical Guidelines for Responsible Fisheries. No. 13. Rome, FAO. 2012. 176 s. ISBN 978-92-5-107214-1

Gartside, D. (2001), *Fishing Tourism:* Charter Boat Fıshıng. Status Assessment Of Wildlife Tourism İn Australia Series.Wıldlıfe Tourısm Research Report Serıes: No. 122001 Copyright Crc For Sustainable Tourism Pty Ltd.

Kauppila, P. ve Karjalainen, T. P. (2012). *A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland*. Fisheries Research 127– 128 (2012) 88– 97.

Milliyet (2015). *Çanakkale'de 833 Ruhsatlı Balıkçı Gemisi Var*. 02 Eylül 2015 Http://Www.Milliyet.Com.Tr/Canakkale-De-833-Ruhsatli-Balikci-Gemisi-Canakkale-Yerelhaber-953537/ Erişim Tarihi: 20.12.2015.

Moksness, E. ve diğerleri (2011**).** Effects of Fishing Tourism in a Coastal Municipality: a Case Study from Risør, Norway. Ecology and Society. Cilt 16, Sayı 3. s: 11.

Mordue, T. (2009) *Angling in Modernity: A Tour Through Society,*

Nature And Embodied Passion, Current Issues in Tourism, Cilt 12, Sayı 5-6. s:529-552.

Pawsona, M.G., Glennb, H. ve Padda, G. (2008). *The Definition of Marine Recreational Fishing in Europe.* Marine Policy 32 (2008) 339–350.

Payiatos, G. (2000). *Principles & Guidelines for the Development of Fishing Tourism in Cyprus.* www.fishingtourism.com.cy Erişim Tarihi: 08.10.2013.

Sağlam, C., Akyol, O. ve Sağlam, Y. D. (2014). *Ayvalık (Ege Denizi) Kıyı Balıkçılığı Üzerine Bir Ön Çalışma*. Fırat Üniv. Fen Bilimleri Dergisi. Cilt 26, Sayı 1. s: 15-20, 2014.

Ünal, V., Acarlı, D. ve Gordoa, A. (2010). *Characteristics of Marine Recreational Fishing in the Çanakkale Strait (Turkey).* Mediterranean Marine Science. *11/2, 2010, s:315-330.*

Yaşar, O. (2011). *Saros Körfezi Kıyılarında Su Altı Dalış Turizmi*. Journal of World of Turks, ZfWT. Cilt 3, Sayı 1 (2011).

Zwirn, M., Pinsky, M. ve Rahr, G. (2005). *Angling Ecotourism: Issues, Guidelines and Experience from Kamchatka*. Journal Of Ecotourism. Cilt 4, Sayı 1. s: 16-31.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0008

BİREYLERİN DONANIMLI DALIŞ SPORUNA BAŞLAMA TERCİHLERİNİN SAPTANMASI

[1]Serkan ÖZNUR

ÖZET

Geçmiş yıllarda genel olarak yerli ve yabancı turistler tarafından deniz kenarı bir destinasyonda deniz, kum, güneş konseptinde algılanan ve gerçekleştirilen deniz turizmi anlayışına, bugün alternatif turizm anlayışı da eklenmiş ve dalış turizmi de alternatif turizm çeşitlerinin arasında yer almıştır.

Üç tarafı denizlerle çevrili ve uzun bir kıyı şeridine sahip ülkemizde turizm amaçlı sportif faaliyetlerden olan donanımlı dalış sporunun alternatif turizm faaliyetleri arasında önemli bir yeri olmasının yanında sektörün genişlemesi açısından dalış sporuna başlama tercihlerinin önemi çalışmamızda vurgulanmaktadır.

Çalışmanın amacı; bireylerin donanımlı dalış sporuna başlama tercihlerini saptayarak, bir çeşit ticari işletme olan ve kâr amacı güden ticari dalış merkezlerine pazarlama faaliyetleri açısından veri niteliği taşıyan bir kaynak oluşturmaktır. Ticari kuruluş olmayan dalış kulüpleri açısından ise daha bilinçli sporcu adaylarına ulaşılmasını sağlayarak, kaliteli bir sporcu kitlesi oluşturmasına katkı sağlanması yönünde veri niteliği taşıyan bir kaynak oluşturmaktır.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Donanımlı Dalış, Su Sporları

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, Lojistik Yönetimi Programı, İzmir, serkanoznur@gmail.com

1. GİRİŞ

1.1. Donanımlı Dalış

Donanımlı dalış, "Donanımlı Dalış Yönetmeliği"nde; sıkıştırılmış hava ya da oksijen oranı arttırılmış sıkıştırılmış hava solumaya olanak veren ve yüksek basınca dayanıklı taşınabilir tüp ve buna ilişkin donanım kullanılarak sualtında yapılan dalış, olarak tanımlanmaktadır. Tanımdan anlaşılacağı üzere, bu sportif faaliyeti yapabilmek için birtakım araç ve gereçler de gerektiğinden "Aletli Dalış" veya "Tüplü Dalış" olarak da bilinmektedir. Literatür'de dalış donanımı SCUBA olarak ifade edilmekte olup, "Self Contained Underwater Breathing Apparatus" ifadesinin baş harflerinden oluşmaktadır. Bu ifade Türkçe 'ye "Bağımsız Sualtı Soluma Donanımı" olarak çevrilmektedir. Donanımlı dalış ise literatürde "Scuba Diving" olarak tanımlanmaktadır.

Günümüzde kullandığımız donanımlı dalış ekipmanının temelini Emile Gagnan ve Kaptan Jacques Cousteau'nun 1943'te geliştirdikleri "Su Akciğerleri(Aqualungs)" adını verdikleri sistem oluşturmaktadır. Bu tarihten günümüze kadar pek az değişikliğe uğrayarak bugünkü halini almıştır. (http://www.tssf.gov.tr/TR/brans/5/donanimli-dalis , erişim tarihi:21.12.2015)

Ülkemizde de dalış turizmi teknolojinin de gelişmesine bağlı olarak 1980 yılı sonrasında ivme kazanmıştır. 1980 yılında Türkiye Sualtı Sporları, Cankurtarma, Sukayağı ve Paletli Yüzme Federasyonu kurulmuş, 2005 yılında federasyonun adı Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu(TSSF) olarak değişmiştir. Misyonu; Ülkemizde sualtı spor kültürünü yaymak ve benimsetmek amacıyla, sualtı sporları ile ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde etkinlikler düzenlemek, Uluslararası sualtı sporları ve dalış etkinlikleri ile ortaklaşa eğitim, belgelendirme, denetim koşullarını oluşturmak ve yürütmektir.

Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu, dalış eğitimlerini Dünya Sualtı Aktiviteleri Konfederasyonu(Confederation Mondiale Des Activites Subaquatiques, CMAS) ile akredite olarak yetkili dalış merkezleri aracılığıyla vermektedir. Dalış eğitimlerini başarıyla tamamlayanlara verilen TSSF/CMAS dalıcı ve dalış eğitmeni sertifikaları tüm dünyada geçerlidir. Ülkemizde şuan 200'ün üzerinde yetkili dalış merkezi bulunmaktadır. (http://www.tssf.gov.tr/TR/yetkili-egitim-merkezleri , Erişim tarihi:21.12.2015)

TSSF/CMAS dışında ülkemizde başka özel eğitim sistemlerinin dalış eğitimleri de verilmektedir. PADI(Professional Association of Diving Instructors) ile SSI(Scuba Schools International) bunların başlıcalarıdır. TSSF/CMAS sertifika seviyeleri ile diğer eğitim sistemlerinin sertifika seviyeleri arasında denklikler söz konusu olup, bir eğitim sisteminden eğitim alarak sertifika sahibi olan bir dalıcı, gerekli tecrübeyi şartları sağladıktan sonra başka bir eğitim sisteminde bir üst sertifika seviyesi için eğitime katılabilmektedirler. (http://www.tssf.gov.tr/uploads/files/2014_186_donanimli_dalis_talimati__sgm..doc , erişim tarihi: 17.12.2015)

1.2. Dalış Turizmi

Ülkemizin üç tarafı denizlerle çevrili olup bir de iç denizi bulunmaktadır. Adalar dahil sahil uzunluğu 8333 km.dir. (https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_co%C4%9Frafyas%C4%B1 erişim tarihi:17.12.2015)

Türkiye Denizlerinin gelişim öyküleri birbirinden farklıdır. Denizlerimizde az tuzlu ve çok tuzlu suları tercih eden canlıların yaşayabileceği yaşam alanları olduğu gibi soğuk ya da sıcak suları tercih eden canlıların yaşayabileceği yaşam alanları da vardır.

Tropik denizlere benzer özellikler gösteren Akdeniz'de çoğunlukla sıcağı ve tuzu seven canlılar bulunurken, güneyle bağlantısı olmayan Karadeniz'de soğuk ve tuzlu ortamlarda yaşayabilen canlılar görülür. Türkiye'nin kıyıları tek hücreli hayvanlardan en gelişmiş memelilere kadar çok zengin bir canlı dünyasını barındırır (Gözcelioğlu vd., 2012:1) Yerli ve yabancı turistleri dalış yapmaya, dalışa başlamaya iten unsurlardan biri de sualtı canlıları, sualtı fauna ve florasıdır. Dolayısıyla ülkemizin sualtı canlılığının çeşitliliği, dalış turizminin geleceği ve sürdürülebilirliği açısından önemli bir avantaj konumundadır.

Ülkemizde çokça tercih edilen dalış noktalarının bulunduğu yerleri şöyle sayabiliriz: Kaş, Kalkan, Kemer, Fethiye, Dalyan, Bodrum, Fethiye, Marmaris, Datça, Kuşadası, Çeşme, Ayvalık, Bozcaada, Gökçeada, Gelibolu, Saros.(ŞENOK)

Özellikle Kaş(Antalya), yerli ve yabancı dalıcılar tarafından tercih edilen, adeta dalış turizmiyle özdeşleşmiş bir sahil kasabasıdır.

Dalış turizmi için tatil destinasyonuna giden turistler, konaklama, yeme içme, eğlenme gibi diğer alanlarda da harcama yaparak, diğer

turizm işletmelerine de katkıda bulunmaktadırlar. Keza deniz, kum, güneş tatili anlayışıyla tatile çıkıp, tatil esnasında deneme dalışı yapan veya dalış eğitimi alan bireylerin olduğu da bilinmektedir.

Bunların yanında 5000 yıl öncesine giden Antik Çağ deniz ticaretinin en önemli rotalarından birisi de Anadolumuz kıyılarıdır. Senede 5 geminin battığı hesabıyla en az 25000 batık birer kültür hazinesi olarak kıyılarımızda yatmaktadır. Ruslar 100 yıl kadar önce padişah izniyle Çeşme kıyılarındaki 18.yy. "Yevstafiv" batığında sualtı kazısı yapmışlardır. (ÖNİZ) M.Ö.1300 yılına tarihlenen Kaş'taki Uluburun batığı tespit edilen en eski batıklardan biridir. (http://www.360derece.info/uluburunbatigi.htm erişim tarihi:17.12.2015) Her ne kadar arkeolojik kalıntıların bulunduğu noktalara sportif dalış, mevzuat gereği mümkün olmasa da bu etmen Türk Denizlerini önemli kılan diğer etmenlerden biri olup, araştırmacı veya akademisyen olarak dalışa başlama tercihleri arasında sayılabilir.

Çalışmamızda deniz turizminin bir alt kolu olan dalış turizmi içerisinde, bireylerin donanımlı dalışa başlama tercih sebeplerini daha iyi anlamak hedeflenmektedir.

2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

2.1. Verilerin Toplanması

Bireylerin donanımlı da başlama tercihlerini, ya da başlama sebeplerinin tespit etmek maksadıyla "Neden Dalış" isimli yazımız gözden geçirilmiş (ÖZNUR, S., 2013), dalış eğitmeni ve dalıcılarla görüşülmüş, kendilerine dalışa başlama tercihinin oluşma sebepleri sorulmuş, bu soruya ek olarak dalış eğitmenlerine eğitim verdikleri dalıcıların dalışa başlama tercihinin oluşma sebepleri sorulmuştur. Alınan veriler ile anket sorusu olan "Dalışa başlama sebebiniz neydi?" için cevaplar oluşturulmuştur. Cevaplar için ankete katılan her birey için 7'li önem ölçeği ile cevaplanması istenmiştir. Bununla birlikte ankete katılanlara doğum yılı, eğitim seviyesi ve donanımlı dalış sertifika seviyeleri de sorulmuştur. Anket http://www.surveey.com/ internet sitesinde 22.12.2015 ile 26.12.2015 tarihleri arasında yayınlanmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Çalışmamızın evreni donanımlı dalışa başlamış ve dalıcı sertifikasına sahip olmuş bireylerdir. Örneklem ise 171 katılımcıdan oluşmakta olup, anketin köprüsü sosyal medya sitelerinde dalıcıların kişisel sayfalarında, dalıcı gruplarında ve dalıcılar ile dalış eğitmenleri tarafından takip edilen donanımlı dalış haber portalı özelliğindeki http://www.sualtigazetesi.com/ internet sitesinde paylaşılarak örneklemi oluşturan 171 bireye ulaşması sağlanmıştır.

2.3. Verilerin Analizi

Elektronik ortamda, http://www.surveey.com/ internet sitesinde, elde edilmiş olan anket sonuçları söz konusu internet sitesinden İstatistik Paket Programı SPSS 21 programına aktarılmış ve aşağıda belirtilen analizlere tabi tutulmuştur.

3. ÇALIŞMANIN BULGULARI

Örneklemimizin yaş ortalaması 38,65'tir, cinsiyet dağılımı, eğitim seviyesi bilgileri aşağıdaki tablolarda görüldüğü gibidir.

Tablo 1: Örneklemin Cinsiyet Dağılımı

	N	Yüzde
Bay	126	73,7
Bayan	45	26,3
Toplam	171	100,0

Tablo 2: Örneklemin Eğitim Seviyesi

	N	Yüzde
İlköğretim	0	0
Lise	9	5,3
Ön Lisans	19	11,1
Lisans	102	59,6
Yüksek Lisans	30	17,5
Doktora	11	6,4
Toplam	171	100,0

Örneklemimizin cevapları SPSS 21 programında Cronbach's Alfa güvenilirlik analizine tabi tutulmuş sonuçlar tabloda sunulmuştur.

Tablo 3: Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	Test Edilen Değişken Sayısı	Geçerli N
,601	10	171

Elde edilen Cronbach's Alfa değeri aşağıdaki tabloda yer alan değerler ile karşılaştırılıdığında örneklemimizin için verilen yanıtlar oldukça güvenilir bulunmuştur.

Tablo 4: Güvenilirlik Yorumu

0,00≤α<0,40	Ölçek Güvenilir Değildir.
0,40≤α<0,60	Ölçeğin Güvenilirliği Düşük.
0,60≤α<0,80	Ölçek Oldukça Güvenilir.
0,80≤α<1,00	Ölçek Yüksek Derecede Güvenilir.

Kaynak: Kalaycı, Ş. vd.(2014:405)

Tablo 5: Donanımlı dalış sporuna başlama sebebiniz neydi?

Tercih	**N**	**Ort.**	**SS**
Sualtı canlıları, sualtı fauna ve florası ilgimi çektiği için.	171	6,15	1,305
Macerayı ve ekstrem aktiviteleri sevdiğim için.	171	5,56	1,572
Stres atmak, kafamı boşaltmak için.	171	4,29	2,118
Sosyal bir ortamda bulunmak, yeni arkadaşlar edinmek için.	171	3,83	1,854
Donanımlı dalışı öğrenerek genel kültür seviyemi artırmak için.	171	3,81	2,134
Boş vakitlerimi değerlendirmek için.	171	3,23	1,974
Arkadaşım/ Kardeşim/ Eşim bu aktiviteyi	171	2,91	2,156

yaptığı için/birlikte yapacağımız için.			
Dalışı bir iş haline getirerek maddi kazanç sağlamak için.	171	2,58	2,128
Donanımlı dalış halihazırda yaptığım mesleğimle dolaylı olarak ilgili olduğu için(asker, polis, akademisyen vs.).	171	2,14	2,137
Dalış eğitmenimi sevdiğim için başladım, kendisi başka bir branşta eğitmen olsaydı, o branşta eğitim alırdım.	171	1,44	1,203

Tablo 5'te "Donanımlı Dalışa başlama sebebiniz neydi?" sorusu için oluşturulmuş hazır yanıtlara anket katılımcılarının 7'li önem ölçeğine göre verdiği cevaplara istinaden cevapların örneklem ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. (7: Çok güçlü bir tercih sebebimdi, 6: Güçlü bir tercih sebebimdi, 5:Tercih sebeplerimdendi, 4:Tercihime katkısı olmuştur, 3:Tercihime az oranda katkısı olmuştur, 2: Tercihime çok az oranda katkısı olmuştur, 1:Tercih sebebim değildi.) Tabloda ortalaması yüksek olandan düşük olana göre yukarıdan aşağıya sıralama yapılmıştır. Örneklemin çok büyük kısmının dalışı sporuna başlama tercihini 6,15 önem ölçeği ortalaması ile "Sualtı canlıları, sualtı fauna ve florası ilgimi çektiği için" tercihi en güçlü etkileyen sebeptir. Bu tercihi 5,56 ortalama ile "Macerayı ve ekstrem aktiviteleri sevdiğim için." tercihi takip etmektedir. Diğer tercihler ve anket örneklemin önem ölçeği ortalamaları Tablo:5'te görüldüğü gibidir.

4. SONUÇ

Spor pazarlamasında tüketici davranışının satınalma kararı üzerine etkisini bilmek, daha fazla satış yapabilmek ve sürdürülebilirlik için gereklidir ve önemlidir. Çalışmamızda donanımlı dalış için dalışa başlama tercihleri, tüketici davranışını temsil ettiğinden, sürdürülebilir dalış turizmi açısından bu tercihleri ve dalış sertifikası sahibi tarafından verilen önem derecelerini bilmek gerekmektedir.

Ticari Dalış merkezleri tarafından bu tercih sebepleri ve tercihe etki eden önem derecelerinin bilinmesi, tutundurma faaliyetlerinde kullanılması daha fazla dalıcı adayına ulaşılmasına sağlayacaktır. Daha fazla dalıcı adayına ulaşılması demek şüphesiz ki dalış turizminin sürdürülebilirliğinin artması, olumlu yönde etkilenmesi demektir.

Başlangıç seviyesi dalıcı eğitimini tamamlayan dalıcıların, sürekli olarak farklı dalış noktalarında dalış merkezleri bünyesinde dalışlar yapacağı düşünüldüğünde, bir dalıcının yıllar boyunca dalış turizmi işletmelerine kaynak oluşturacaktır. Dahası, dalıcının eğitimini devam ettirerek eğitmenlik seviyesine ulaşması ve yeni dalıcılar yetiştirmesi dalış turizmi sektörünün büyümesi anlamına gelir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Kalaycı, Ş. vd. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti., Ankara.

Paker, S. (2011). *Denizde Sportif Faaliyetlere Yönelik Tüketici Davranışı Analizi,* Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.

GÖZCELİOĞLU, B. vd. (2012). *Derin Mavi Atlas,* TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları, Ankara.

ŞENOK, F. (2001). *Diving Guide Of Turkey*, NET Books, İstanbul.

ÖNİZ, H. (2009). *Temel Sualtı Arkeolojisi*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.

Bildiriler

Özbek, M. (2014) "*Turizm Amaçlı Su Altı Ve Su Üstü Sportif Faaliyetler: Bugünü Ve Geleceği*". 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu. 28 Şubat 2014. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Dergideki Makaleler

Öznur, S. (2013) "*Neden Dalış*". Balık Dergisi, Sayı 38. s:72-77.

İnternet

Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu. (2013). *Donanımlı Dalış.* http://www.tssf.gov.tr/TR/brans/5/donanimli-dalis Erişim Tarihi: 17.12.2015.

Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu. (2014). *Donanımlı DalışTalimatı.* http://www.tssf.gov.tr/uploads/files/2014_186_donanimli_dalis_talimati__sgm..doc Erişim Tarihi: 17.12.2015

T.C. Resmi Gazete (10.09.2008), Sayı: 26993 *Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu Donanımlı Dalış Yönetmeliği*. http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/09/20080910.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/09/20080910.htm Erişim Tarihi: 17.12.2015.

Vikipedi Özgür Ansiklopedi. *Türkiye Coğrafyası*. https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_co%C4%9Frafyas%C4%B1 Erişim Tarihi: 17.12.2015

360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği, *Uluburun Batığı,* http://www.360derece.info/uluburunbatigi.htm Erişim Tarihi:17.12.2015).

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0009

YATLARDA MAVİ BAYRAK UYGULAMASI VE YATÇILARIN ÇEVRESEL FARKINDALIĞINA ETKİSİ

[1]İlke KOŞAR DANIŞMAN, [2]Gürcan KAYA

Özet

Mavi Bayrak, uluslararası ölçekte uygulanan ve gönüllülük esasına dayalı bir çevre ödülüdür. Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülmekte olup, Türkiye'de de Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından ödüllendirme gerçekleştirilmektedir. Başlangıçta plajlar için uygulanan Mavi Bayrak daha sonra marina ve yatlar için de uygulamaya konulmuştur. Türkiye'de de 2007 yılından itibaren yatlara Mavi Bayrak ödülü verilmeye başlanmıştır. Yatlara Mavi Bayrak verilerek, kıyı alanlarında oluşan deniz kökenli kirliliğin azaltılması ve çevre bilincinin arttırılması amaçlanmaktadır. Yatlar için Mavi Bayrak ödülü verilmesinde 6 kriter ve 17 davranış kuralının sağlanması gerekmektedir.

Bu çalışmada, yatların Mavi Bayrak almak için yerine getirmesi gereken koşullara değinilmiştir. Bununla birlikte, Türkiye'deki Mavi Bayraklı yat sahiplerine ulaşılmış ve Mavi Bayrak'ın çevresel farkındalıklarına etkisi üzerine bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında Mavi Bayrak'ın çevresel farkındalığa sağladığı katkı gösterilmiş ve yatlarda Mavi Bayrak uygulamasının yaygınlaşması için öneriler geliştirilmiştir.

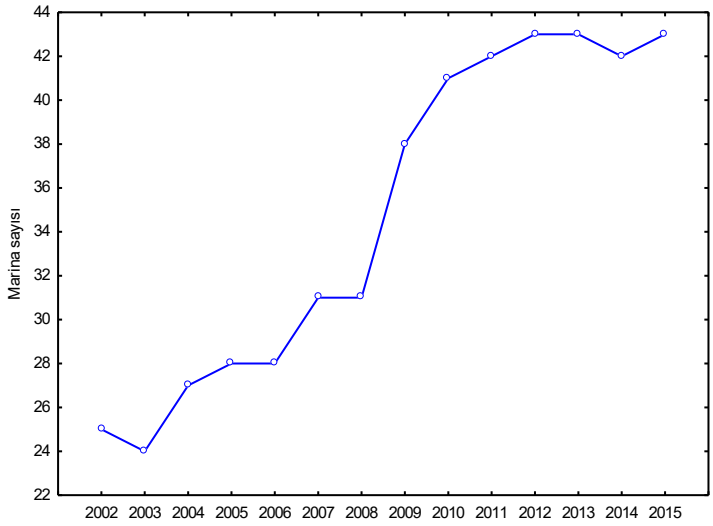
Anahtar Sözcükler: Çevre, Mavi Bayrak, Yat

[1] Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Bodrum Denizcilik MYO, Muğla. ilke.kosar@gmail.com.
[2] Muğla İl Koordinatörü, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, Muğla Şubesi, Muğla. blueflag48@gmail.com

1.GİRİŞ

1.1. Türkiye'de Yat Turizmi

Türkiye, dünyadaki iki önemli yat turizmi merkezinden biri olan Akdeniz çanağında yer almaktadır. Coğrafi konumu, iklim koşulları, tarihi ve kültürel dokusu ile doğal koyların fazlalığı ile Doğu Akdeniz'de, yat turizmi açısından avantaj sağlamaktadır (Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği, 2015). Türkiye'de yat turizmi, 1960'lı yıllarda Yunan tur teknelerinin Ege koylarına gelmesiyle başlamış ve 1970'li yıllarda yatlara hizmet verecek kıyı tesisleri için yer belirleme ve teşviklere ilişkin çalışmalar başlatılmıştır (Ercanik, 2003: 84-87). Deniz turizmi tesislerinin sayısı (Şekil 1) ve bağlama kapasitesinin yıllara göre değişimine bakıldığında, marinacılığın yıllar içerisinde büyük bir hızla geliştiğini göstermektedir. Bu hızlı yükselişe bakılarak, Türkiye'de yatçılık faaliyetlerinin de arttığı söylenebilir.

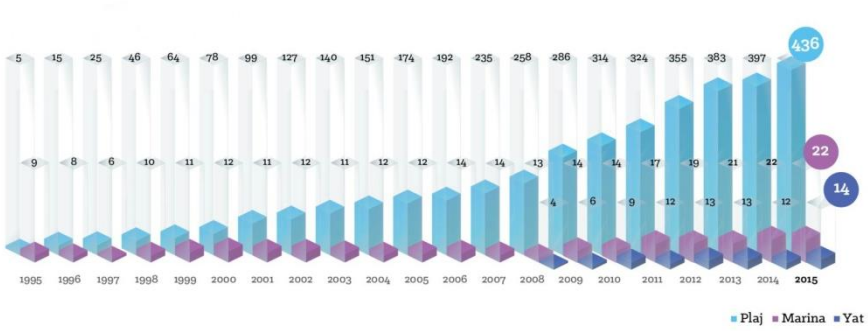


Şekil 1: Belgeli marina sayısının yıllara göre değişimi (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015)

1.2. Mavi Bayrak ve Yatlarda Uygulanması

Mavi Bayrak Programı ilk olarak 1985 yılında, Fransa'da ulusal düzeyde uygulanmaya başlamıştır. 1987 yılının Avrupa Birliği'nde, Çevre Yılı ilan edilmesiyle Avrupa Birliği'nde güvenli yüzme alanlarının teşvik edilmesi amacıyla, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı'na (FEE) kampanyayı yürütmesi için devredilerek, uluslararası boyuta taşınmıştır.

Öncelikle Avrupa Birliği üyesi olan ülkelerde uygulanmaya başlamakla birlikte, 1992 yılından itibaren AB ülkelerinin dışındaki ülkelerde FEE'ye üye kabul edilmeye başlanmıştır. 1993 yılında, FEE'ye üye olan Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) Türkiye'deki Mavi Bayrak uygulamasından sorumludur.



Şekil 2: Yıllara göre Mavi Bayrak sayılarının dağılımı (TÜRÇEV, 2015a)

Yatlarda Mavi Bayrak uygulaması, 2004 yılında uluslararası ölçekte, 2012 yılından bu yana da Türkiye'de uygulanmaya başlamıştır. Yatlarda Mavi Bayrak ile yat sahibinin ve personelinin denizel çevrenin korunması yolunda dikkatlerinin çekilmesi ve zaman içinde çevre bilincinin oluşturulması amaçlanmaktadır. Bunun için, çevre yönetimi, çevre eğitimi ve bilgilendirme, can güvenliği ve hizmetlere ilişkin kriter ve davranış kuralları belirlenmiştir (TURÇEV, 2015b). Bu kriterler ve davranış kurallarına uyulmasıyla aynı zamanda deniz ve kıyılarda yatlardan kaynaklanabilecek çevresel baskının en aza indirgenmesine de katkı sağlanmaktadır. Tablo 1'de de gösterilen yatlar için Mavi Bayrak kriterlerinin tamamı yat sahiplerince yerine getirilmesi zorunludur.

Tablo 1: Yatlar için Mavi Bayrak Kriterleri (TÜRÇEV, 2015c)

1. Yatın ''denize elverişlilik belgesi'' (özel yatlar için bağlama kütüğü ruhsatnamesi) nin bulunması ve fotokopisinin başvuru dosyasına eklenmesi(z)
2. Ticari yatlar için "deniz turizmi aracı işletme belgesi" nin bulunması ve fotokopisinin başvuru dosyasına eklenmesi (z)
3. Mavi Bayrak kriterlerini, uyulması gereken yat davranış kurallarını, yerel ve ulusal düzeyde kimlerin sorumlu olduğunu içeren Mavi Bayrak bilgilerinin sergileneceği standart panonun yatta uygun ve görünür bir yere asılı

bulunması (z)

4. Sintine ve pis su tanklarının düzenli olarak marina veya başka bir toplama merkezinde çektirilmesi ve bunun belgelenerek başvuru dosyasına eklenmesi(z)
5. Mavi Bayraklı yatlar için hazırlanan 'Atık Takip Formu'nun düzenli olarak işlenmesi (Mavi Kart sahiplerinin kartın arkalı-önlü fotokopisini başvuru dosyasına eklemeleri yeterlidir) (z)
6. Marinalarda yapılan çevre eğitim etkinliklerinden en az birine fiilen katılmış olmak ve katıldığına dair belge fotokopisini başvuru dosyasına eklemek (z)

Tablo 2: Yatların Mavi Bayrak almak için uyması gereken davranış kuralları (TÜRÇEV, 2015c)

1. Koylarda hız limitine uyulması (maksimum 3 knot) (z)
2. Koylarda demirli durumdayken ses kirliliğine karşı duyarlı olunması (z)
3. Denize ve kıyı alanlarına çöp atılmaması (z)
4. Denize zehirli atıklar (yağ, boya, kullanılmış pil, temizlik malzemeleri vs) atılmaması (z)
5. Cam, plastik, metal gibi atık malzemelerin geri dönüşümü için ayrıştırma olanaklarının sağlanması (z)
6. Yemek yapımı sonrası oluşan bitkisel atık yağların düzenli olarak toplanarak lisanslı bir firma ile bertaraf edilmesinin sağlanması (k)
7. Kullanılan boya anti-fouling, boya çıkarıcı gibi ürünleri alırken çevre dostu olanların tercih edilmesi (z)
8. Temizlikte kullanılan deterjan, yüzey temizleyici vb. ürünlerin çevre dostu olanlarının kullanılması (z)
9. Kirlilik veya çevreyle ilgili kuralların herhangi birinin ihlali ile karşılaşıldığında durumun hemen yetkililere bildirilmesi (z)
10. Balık avcılığında avlanma sezonu, avlanma bölgeleri ile ilgili konulan yasaklara uyulması ve yasak olan yöntemlerle balık avlanmaması (z)
11. Denizde yaşayan bitki ve hayvanların korunması ve kuşların ürediği bölgelere dikkat edilmesi (z)
12. Tehlike altındaki ve korunan alanlara dikkat edilmesi (z)
13. Deniz dibine zarar verecek şekilde demirleme yapılmaması (z)
14. Balıkçılık yapılan veya balıkçılıkla ilgili düzeneklerin bulunduğu alanları rahatsız etmekten kaçınılması (z)

15. Tehlike altındaki/korunan türlerden veya sualtından çıkarılan arkeolojik kalıntılardan yapılmış eşyaların satın alınmaması ve kullanılmaması (z)
16. Yatın tuvalet ve mutfak ünitelerinin temiz ve bakımlı olması (z)
17. Diğer yatçıların da çevreye özen göstermeleri konusunda onların teşvik edilmesi (z)

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Türkiye'de 2015 yılı itibari ile Mavi Bayrak ödüllü 14 yat bulunmaktadır. Çalışma kapsamında, Türkiye'deki tüm Mavi Bayraklı yatlara ulaşılması amaçlanmış ancak Muğla ili dışındaki yat sahiplerinin iletişim bilgilerine ulaşılamamıştır. Mavi Bayraklı yatlardan 7'si Muğla ilindeki marinalarda bağlamaktadır.

Çalışmanın verilerini toplamada kullanılmak üzere, yat sahiplerinin Mavi Bayrak, marinalar ve genel çevresel farkındalık olmak üzere 3 bölümden ve 14 sorudan oluşan bir anket hazırlanmıştır. Anket, Mavi Bayrak'ın bilinirliği, marinaların çevresel durumunun değerlendirilmesi ve yatçılık faaliyetlerinin çevresel etkileri olarak 3 bölümden oluşmuştur. Mavi Bayrak'ın bilinirliği ile ilgili sorular, iki ölçekli hazırlanmıştır. Ancak, marinaların çevresel durumu ve yatçılık faaliyetlerinin çevresel etkilerinin değerlendirilmesinde sorular 5 ölçekli olarak hazırlanmıştır. Soruların ölçeği, Çok kötü, Kötü, Orta, İyi ve Çok iyi olarak belirlenmiş ve 1'den 5'e kadar bu cevaplara bir puan değeri atanmıştır. Her bir soruya verilen cevapları ortalama puanları hesaplanmıştır.

Tam sayım yöntemi ile Muğla'daki Mavi Bayrak ödüllü yat sahiplerine, anket, e-posta yoluyla iletilmek suretiyle veriler toplanmıştır. Tüm yat sahiplerinden ankete katılım sağlanmıştır.

3. BULGULAR

Türkiye'de 2015 yılı itibariyle 14 Mavi Bayraklı yat bulunmakta olup bunlardan yedisi Muğla il sınırlarındaki marinalarda bağlamaktadır. Muğla'daki Mavi Bayraklı yatların tamamı Bodrum'da bulunmaktadır. Yatların tamamı, Mavi Bayrak almak için sağlamaları gereken kritere uygun olarak Mavi Bayraklı marinalardadır. Mavi Bayraklı yatların 4'ü özel yat, 3'ü ise ticari yattır. Mavi Bayraklı yatların tamamı, Mavi Kart sahibi olup, atık sularını kartlara işletmektedir. Bağlı oldukları marinaların tamamında atık su alım istasyonları da mevcuttur.

Tüm katılımcılar Mavi Bayrak ödülünün çevresel farkındalığa katkı sağladığını ifade etmiştir. Mavi Bayrak kriterlerinin çevreci olma açısından yeterli olup olmadığı sorusuna 2 katılımcı yeterli olmadığı yönünde cevap vermiştir. Katılımcılara Mavi Bayrak ile ilgili sorulan sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3: Mavi Bayrak uygulamasının değerlendirilmesi

Sorular	**Evet**	**Hayır**	**% Evet**
Mavi Bayrak programının plajlar, marinalar ve yatlar için uygulandığını biliyor musunuz?	5	-	100
Yatlar için Mavi Bayrak kriterlerini çevreci olma açısından yeterli buluyor musunuz?	3	2	60
Mavi Bayrak'ın çevresel farkındalığın artmasına katkı sağladığını düşünüyor musunuz?	5	-	100

Anketin ikinci bölümünde katılımcılardan yatların bağlı olduğu marinaları çevresel açıdan değerlendirmelerine yönelik sorular sorulmuştur. Katılımcılar, marinaları, görsel kirlilik, çöp kutuları, marina içi deniz suyu kalitesi ve çevre bilgilendirmeleri yönünden değerlendirmeleri istenmiş ve ortaya çıkan cevaplar Tablo 4'de gösterildiği şekilde olmuştur. Marinaların, Mavi Bayrak kapsamında da uygulaması gereken geri dönüşümlü çöpler için ayrı kutuların oluşturulması ve çöplerin düzenli alınmasına ilişkin, tüm katılımcılar, marinaları yeterli bulmuştur. Katılımcıların yaptığı değerlendirmeler sonucunda, marinalar bu konuda 4,8 puan ortalaması ile en iyi oldukları konu olarak değerlendirilebilir.

Tablo 4: Marinaların çevresel durumunun değerlendirilmesi

Sorular	**Puan**
Bağlı olduğunuz marinanın çevresel durumunu değerlendiriniz.	**Ortalama**
[Görsel kirlilik]	2,4
[Çöp kutuları]	4,8
[Su kalitesi]	4,4
[Çevre Bilgilendirmesi]	3,6

Tablo 5: Yatçılık faaliyetlerin çevresel etkilerinin değerlendirilmesi

Soru	**Evet**	**%**
Yatçılık faaliyetlerinin çevresel bozulmalara neden olduğunu düşünüyor musunuz?	3	60
Sorular		
Yatçılığın neden olduğunu düşündüğünüz çevre sorunları nelerdir?	**Ortalama**	
[Petrol kirliliği]	2	
[Su kirliliği/Atık su]	3,6	
[Çöp]	2,8	

Mavi Bayrak uygulamasının etkinliği ve marinaların çevresel durumunun değerlendirilmesinin yanı sıra katılımcılardan yatçılık faaliyetlerinin çevresel etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir. Yatçılık faaliyetlerinin çevresel bozulmalara neden olup olmadığı sorusuna katılımcıların %60'ı Evet cevabını vermiştir. Katılımcıların, yatçılık faaliyeti nedeniyle deniz ve kıyı çevresinde ortaya çıkan çevresel sorunlara ilişkin cevapları sonucunda, 3,6 puan ortalamasıyla, atık su oluşturmanın sektörün en önemli çevresel etkisi olarak değerlendirmişlerdir (Tablo 5).

4. SONUÇ

Mavi Bayrak önce plajlar, daha sonra marina ve yatlar için uygulamaya alınmış uluslar arası ölçekte kabul görmüş en önemli çevre belgelendirmelerinden biridir. Bu ödüllendirme ile deniz ve kıyı alanlarının çevresel sorunlarına karşı bir bilinçlendirme amaçlanmıştır. Mavi Bayrak, deniz ve kıyı alanlarının karşı karşıya kaldığı çevre baskısına yönelik farkındalık yaratmasının yanı sıra korumaya dönük faaliyetlerin gerçekleştirilmesine de öncülük etmektedir. Bu durum yatlarda Mavi Bayrak uygulaması özelinde değerlendirildiğinde, yatçılık faaliyetleri sonucu kıyı ve denizlerde oluşabilecek çevre sorunlarının başında gelen atık su ve çöpler ile ilgili yatlarda alınan önlemler iyi bir örnek oluşturmaktadır.

Araştırma sonucunda, katılımcıların Mavi Bayrak ödülü hakkında bilgi sahibi olduğu, ödülün, plajlar, marinalar ve yatlar için uygulanmakta olduğu bilindiği görülmüştür. Bu durum, Mavi Bayrak'ın birincil hedefi olan çevre bilinçlendirmesine katkısını da göstermektedir. Ancak, plajlar için uygulanan kriterlerde olduğu gibi marinalar için sağlanması gereken çevre kriterlerinin güncellenmesi, Mavi Bayrak ödülünün marinalarda bir çevre yönetim sistemi oluşturulmasındakini etkisini arttıracaktır.

Katılımcıların, değerlendirmeleri sonucunda marinaların, çevresel açıdan aldıkları önlemlerin genel anlamda olumlu bulunduğu görülmüştür. Anket sonuçlarına göre yatçılık sektörünün çevresel etkileri konusunda, sektör temsilcisi ve özel yat sahipleri tarafından yatçılık faaliyetinin kıyı ve deniz alanlarında neden olduğu çevresel etkinin çok fazla olmadığı yönündedir.

Bu çalışma kapsamında sadece Muğla'daki Mavi Bayraklı yatlar ele alınmıştır. Diğer Mavi Bayrak'lı yatlar ve yat müşterilerinin de dahil olduğu ileriki çalışmalar ile araştırmalar geliştirilebilir. Araştırmaların sonuçları Mavi Bayrak uygulamasının amacına hizmet edip etmediğinin anlaşılması ve etkinliğinin ölçülmesi açısından önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (2015a). *Mavi Bayrak sayılar*. http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=1 Erişim Tarihi: 05.11.2015

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (2015b). *Mavi Bayrak* http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=10 Erişim Tarihi: 25.11.2015

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (2015c). *Mavi Bayrak Başvuru Kılavuzu*, Türçev Yayınları, Ankara.

Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (2015). *Yat turizminin gelişme raporu* http://www.tuyed.org.tr/yat-turizminin-gelisme-raporu/ Erişim Tarihi: 2.12.2015

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015). *Yat İstatistikleri*. http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9863/yat-istatistikleri.html Erişim Tarihi: 26.11.2015

Ercanik, C. (2003). *Türkiye'de yat turizminin coğrafya açısından , irdelenmesi,* (yüksek lisans tezi) Ankara Üniversitesi, Ankara.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0010

MÜRETTEBATLI YAT KİRALAMADA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN SAĞLANMASI İÇİN GEREKEN STRATEJİK PAZARLAMA KRİTERLERİN BELİRLENMESİ

[1]Serim PAKER, [2]Neslihan PAKER

ÖZET

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

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

Anahtar sözcükler: Deniz Turizmi , Sürdürülebilirlik, Yat Kiralama

1. GİRİŞ

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

[1] Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir serim.paker@deu.edu.tr
[2] Yaşar Üniversitesi, İzmir pakerneslihan@deu.edu.tr

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

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

2. MÜRETTEBATLI YAT KİRALAMA VE DENİZ TURİZMİ

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

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

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

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

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

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

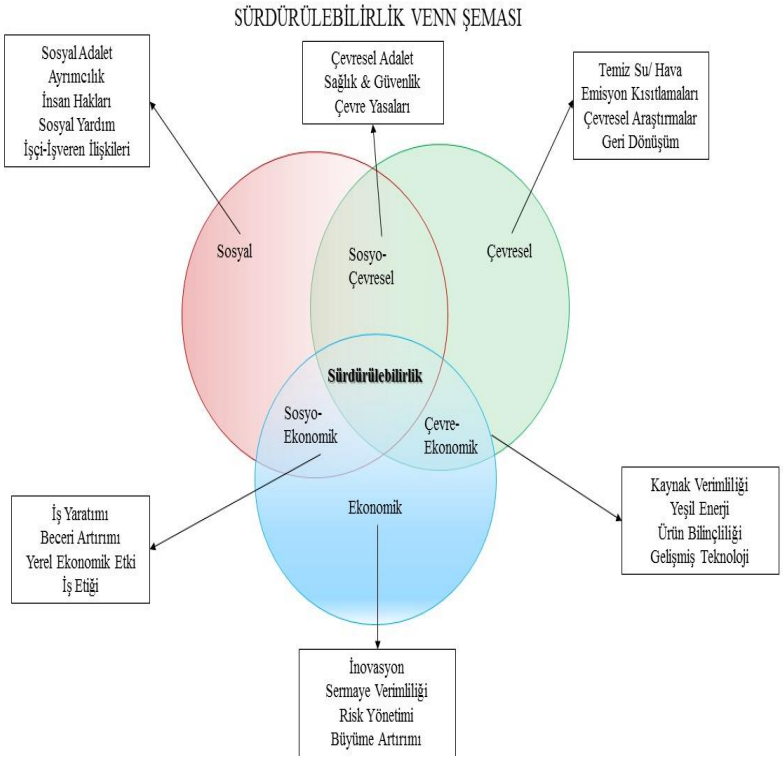
a) Her kamarada banyo ve tuvalet
b) Kabinler arası ses ve ısı yalıtımı
c) Her kabinde ve kapalı yemek salonunda klima
d) Tekne taşıma kapasitesinin tamamına yetecek (aynı anda ağırlayabilecek) bir kapalı salon ve bir açık havada yemek yenebilir yer
e) Ses ve görüntü sistemleri
f) Konukların tamamını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

3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA STRATEJİSİ

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

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

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



Şekil 1: Sürdürülebilirliğin Yapısal Unsurları

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

4. DENİZ TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

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

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

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

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

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

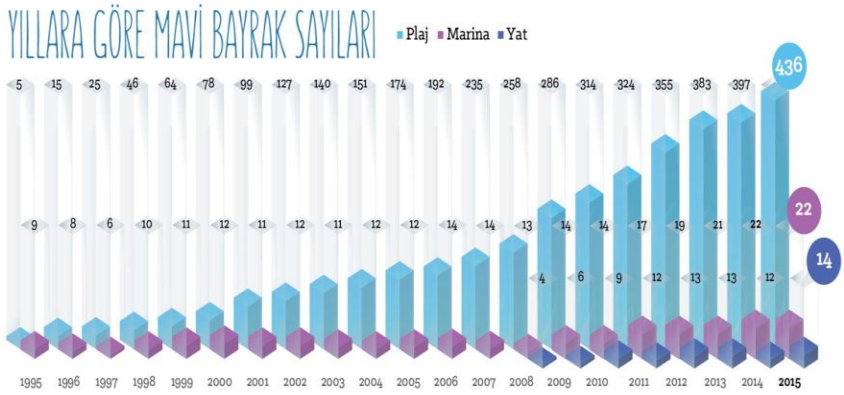
Orams (1998: 72-93) sürdürülebilirlik konusundaki uygulanabilir stratejileri; fiziksel, mevzuata dayalı, ekonomik ve eğitsel olmak üzere çeşitli gruplara ayırmaktadır. Öneriler kapsamında, özellikle çevresel hassasiyeti olan bölgelerde gerekli uyarı işaretlerinin olması, kurallara uyulmaması halinde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

4.1. Türkiye'de Deniz Turizminde Sürdürülebilirlik Uygulamaları

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

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

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



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

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

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

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

4.2. Türkiye Deniz Turizminin Sürdürülebilirlik Yönüyle Değerlendirilmesi

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

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

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

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

5. Metodoloji

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

Tablo 1: Görüşmeci Listesi

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Fethi Kasırga, yat (gulet) kaptanı, PROYAD (Profesyonel Yatçılar Derneği) yönetim kurulu üyesidir.

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

6. ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZ

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

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

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

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

Çevre boyutu

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

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

Ekonomik boyut

- Gulet tipinin geçirdiği değişim üzerine:
    - Gulet boyları sürekli büyümektedir.
    - Kamara büyüklüğü artmaktadır.
    - Banyo tuvalet, iklimlendirme, konforlu yataklar ve büyük dolaplar artık standart olmuşlardır.
    - Kamaralar arası ses ve ısı yalıtımı yeni teknelerde önemli bir konudur. Eskiden sözkonusu yalıtım yok denecek kadar azken teknede kalan konuklar bunun bilincinde, teknedeki diğer konukları rahatsız etmemeye özen göstererek yaşamaktaydı.
    - Eskiden Türkiye "*Tibet*" gibiydi – otantik, el değmemiş, ıssız, doğal. Şimdi Türkiye kıyıları *turistik destinasyon* olarak pazarlanmaktadır. Gelen konuğun konfor beklentisi değişti. Artık otantik tatil seçen turisti çekecek yeterli sayıda ıssız ve doğal koyumuz da kalmamıştır.
    - Kabin çarter bitmiştir. Eskiden 20m teknede 6 kabin, toplam iki duş, kullanışsız kabinler, birbirini ilk kez gören 6 aile tatile çıkmaktaydı. Kamaralarda sadece valiz bırakılır ve herkes yukarda yatardı. Sonraları, güvertede de "orada ben yatıyordum"dan başlayan sıkıntılar başladı. Rahatsızlık artınca gruplara tekne olarak kiraya verme tercihi ön plana çıkmaya başladı. Günümüzde artık çok nadir kabin çarter yapılmaktadır.

- Yatlar 11-12 metreye kadar aile için uygundur, 11-18 arası ölü/az karlı boy bölgesidir. 24 metrede yasal kurallar değiştiği için çok tekne vardır. 24'ün üzerine çıkılacaksa 30 m'nin üzerine çıkılır.
- Otellerde %8 olan vergi oranı, yatlarda %18 olarak alınmakta bu yat işletmecisini çok zorlamaktadır.

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

Sosyal boyut

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

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

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

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

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

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

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

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

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

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

Ekonomik:

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

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

Sosyal:

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

Çevresel:

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

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

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

KAYNAKÇA

Chapman, T. (2005) *Sustainable Waterfront Marina Development*. International Congress on Coastal& Marine Tourism. s: 33-40.

Cheben, J., Lancaric, D., Savov, R. ve Toth, M. (2015) *Towards Sustainable Marketing: Strategy in Slovak Companies*. Sustainable Business Marketing, Cilt 17, Sayı 40. s: 855-871.

Dam, Y, K, V. ve Apeldoorn, P, A, C. (1996) *Sustainable Marketing*. Journal of Macro Marketing, Fall, s: 45-56.

David, L. (2011) *Tourism ecology: towards the responsible, sustainable tourism future*. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 3 (3), s: 210-216.

Erkurt, O. ve Paker, S. (2014) *Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi*. 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu. s: 49-61.

Fazenda, N, Silva, F.N. ve Costa, C. (2010) *The plan as part of a sustainable tourist destination development process.* Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Cilt 2, Sayı 4. s: 428-440.

Gilmore, A. ve Simmons, G. (2007) *Integrating sustainable tourism and marketing management: can National Parks provide the framework for strategic change?.* Strategic Change, August, s: 191-200.

Higham, J. ve Lück, M. (2002) *Urban Ecotourism: A Contradiction in Terms*. Journal of Ecotourism, Cilt 1, Sayı 1. s: 36-51.

İMEAK DTO. (2015) Deniz Turizmi Dergisi.

İnan, H. ve Zeren, D. (2005) *Developing Marine Tourism Marketing Strategies for Turkey*. International Congress on Coastal& Marine Tourism. s: 117-125.

Johnston, R.J. ve Tyrell,T. J.(2007) *Management exercises and trainer's note in sustainable tourism and dynamics.* International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Cilt 1, Sayı 4. s:328-337

Kumar,V., Rahman,Z., Kazmi, A, A. ve Goyal, P. (2012) *Evolution of sustainability as marketing strategy: Beginning of new era*. Social and Behavioral Sciences, Cilt 37. s: 482 – 489.

Mitchell, R, V., Wooliscroft, B. ve Higham, J. (2010) *Sustainable Market Orientation: A New Approach to Managing Marketing Strategy*. Journal of Macro marketing. s:160-170

Obermiller, C., Burke, C. ve Atwood, A. (2008) *Sustainable business as marketing strategy*. Innovative Marketing,Cilt 4, Sayı 3. s:20-27

Orams, M. (1999). *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. London & New York: Routlege.

Özdemir, G.(2014) *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık. s: 34-40.

Paker, S. (2011) *Denizde Sportif Faaliyetlere Yönelik Tüketici Davranışı Analizi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.

Pırnar, İ. (2005) *Impacts of Marine Tourism and Sustainable Management Applications.* International Congress on Coastal& Marine Tourism. s:138-148.

Pomering, A., Noble, G. ve Johnson, L.V. (2011) *Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable Tourism.* Journal of Sustainable Tourism, Cilt 19, Sayı8. s: 953–969.

Türkay, O. (2011). *Uluslarası Turizm İşletmeciliği*.www.nobelyayın.com. s.:459-473.

United Nations World Tourism Organization. (2004). *UNWTO sustainable tourism development conceptual definition*. Erişim Tarihi:12.11.2015.http://www.unwto.org/sdt/mission/en/mission.php ?op=1

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3621.pdf Erişim Tarihi:10.11.2015

http://www.turcev.org.tr/icerikDetay.aspx?icerik_id=36 Erişim Tarihi:08.11.2015

www.360derece.info Erişim Tarihi:07.11.2015

http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx Erişim Tarihi:05.11.2015

http://www.icomia.com/ Erişim Tarihi:12.11.2015

http://mavikart.cevre.gov.tr/brosurler/mavi_kart_Turkce_Brosur.pdf Erişim Tarihi:12.11.2015

http://www.proyad.org/ Erişim Tarihi:10.11.2015

http://www.circularecology.com/sustainability-and-sustainable-development.htmlErişim Tarihi:11.11.2015

http://www.sunsail.com/ Erişim Tarihi:24.01.2016

http://www.dentur.org.tr/tr-TR/default.aspx Erişim Tarihi 24.01.2016

EK-1

Sürdürülebilir "mürettebatlı yat kiralama" yarı yapılandırılmış görüşme soruları*

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

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

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0011

TEKNELERİN GEMİ İLE TAŞINMASINA DAİR ÇALIŞMA HAYDARPAŞA-FETHİYE ÖRNEĞİ

Duygu DERNEK [1], Birsen KOLDEMİR[2]

ÖZET

Yat taşımacılığı dünyada karayolu ve denizyolu taşımacılığı ile yapılmakta olup denizyolunda genel yük gemileri, yarı batar (semi-submersible) gemiler ve konteyner gemileri ile yapılmaktadır. Ülkemizde Amerika, Tayland gibi ülkelerden tekne ithalat-ihracatı yapıldığı gibi daha yakınımızda bulunan Hırvatistan gibi ülkelerden de tekne nakliyesi yapılmaktadır. Nitekim Türkiye'nin kendi kıyı şeritleri boyunca kabotaj hattında tekne taşımacılığı yapabilecek potansiyel mesafeye sahip olduğu dikkat çekmektedir. İstanbul bölgesinde yoğunlukta bulunan yaz döneminde güney sahillerine inmekte olan tekne sahipleri sonbahar döneminde teknelerini tekrar İstanbul'a çekmektedir. Seyir riskleri, zaman, mesafe etkenlerinden dolayı kabotaj hattında Haydarpaşa Limanı ve Fethiye arasında yapılacak taşımacılığın maliyet analizleri; Çanakkale Boğaz geçiş masrafları, liman masrafları ve gemi sefer maliyetleri dikkate alınarak hesaplanmıştır. Örnek gemi ve örnek tekne modeline göre teknelerin taşınması ile tekne başına maliyet ve teknelerin Haydarpaşa ve Fethiye arasında seyri ile bir teknenin seyir maliyeti belirlenerek karşılaştırma yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kabotaj, yat, tekne taşımacılığı,

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü,İstanbul, duygu_dernek@yahoo.com.tr.
[2] Yrd.Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, İstanbul, bkr@istanbul.edu.tr.

1. GİRİŞ

Ülkemizde ithalat ihracat taşımacılığı olarak Amerika, Tayland, İngiltere ve daha yakında Hırvatistan gibi ülkelerden gemi ile tekne nakliyesi yapılmaktadır. Bu tekne operasyonları çoğunlukla Haydarpaşa, Ambarlı, İzmit Körfezi, Fethiye Bodrum, Marmaris limanlarımızda aktif haldedir. Bununla birlikte kendi karasularımız arasında aktif bir yat taşıma etkinliği gözlenmemiştir. Ülkemizdeki yat sahipleri İstanbul ve Güney sahillerimizde konumlanmış olup, İstanbul civarında bulunan yat sahipleri yaz döneminde Güney sahillerine inerek sonbaharda tekrar teknelerini İstanbul'a getirmektedir.

İstanbul bölgesindeki yerleşik yat sahipleri için talep edilen uygun tarihlerde kuzey-güney ve güney–kuzey yönlü kendi karasularımızda alternatif olarak gemi ile yat taşımacılığı yapılabileceği düşünülmektedir ve ayrıca yatçılığı ulaşım faktöründen ziyade, gezi ve keyif amaçlı yapan yat sahiplerinin bu alandaki talepleri bilinmektedir.

Çalışmada ülkemizdeki yatçılık ve marina sektörü dikkate alınarak, Haydarpaşa – Fethiye arası tekne taşımacılığının örnek gemi modeli üzerinden maliyet analizleri yapılırken, örnek tekne modelinin aynı mesafeyi seyir masrafları ile karşılaştırılması ve yat kaptanın seyir esnasında karşılaşabileceği riskler dezavantaj olarak maliyetleştirilemeyen giderler kaleminde incelenmiştir.

Bu çalışmanın amacı kabotaj seyrinde tekne sahiplerinin talepleri doğrultusunda gemi ile seyir masraflarının ortaya çıkarılarak, kabotaj taşımacılığında sağlanan avantajlara dikkat çekmek ve potansiyel mesafeye sahip kıyılarımız arasında yapılacak taşıma faaliyetinin maliyetlerinin incelenmesidir. Ortaya çıkacak maliyetler ve kıyaslamalar tekne sahiplerine bir kılavuz olacaktır.

1.1. Kabotaj Taşımacılığı

815 kabul tarihli 19/4/1926 tarihli 359 numaralı resmi gazetede yayımlanan Türkiye sahillerinde nakliyatı bahariye (kabotaj) ve limanlarla karasuları dahilinde icrayı sanat ve ticaret hakkında kanuna göre "Türkiye sahillerinin bir noktasından diğerine emtia ve yolcu alıp nakletmek ve sahillerde limanlar dahilinde veya beyninde cer ve kılavuzluk ve her hangi mahiyette olursa olsun bilcümle liman hidematını ifa etmek yalnız Türkiye sancağını hamil sefain ve merakibe munhasırdır Ecnebi sefaini ancak memaliki ecnebiyeden almış oldukları yolcu ve hamuleyi Türk liman ve limanlarına ihraç ederler ve Türk liman ve

limanlarından ecnebi liman ve limanlarına gidecek yolcu ve hamuleyi de alırlar" (Resmi Gazete, 1926: 759).

Yurt içi (kabotaj) taşımalarda kara yolları %95 oranıyla ağırlıklı konumunu sürdürmeye devam etmektedir. Tam tersine AB'de yurt içi taşımaların da %40'dan fazlası deniz yolları ile yapılmaktadır. Türkiye'deki bu manzaranın değişmesi için deniz taşımacılığına yönelik son derece yetersiz olan altyapı yatırımlarının artırılması gereklidir. Nitekim Türkiye'de son on yıllık dönemde deniz yollarına ortalama %2,4 oranında yatırım yapılmıştır (Çelikkaya, 2012: 94).

Limanlarımızın etkinliğinin arttırılması ve karayollarındaki yükün azaltılması maksadı ile kabotajda deniz taşımacılığı bir alternatiftir. Kabotaj taşımacılığına yönelik Türk armatörüne sağlanan teşvikler aşağıda sıralanmıştır.

- Özel tüketim vergisi indirilmiş yakıt uygulaması.
- Katma değer vergisi istisnası.
- Gelir ve kurumlar vergi istisnası ve Türk uluslararası gemi sicili kanunu.

1.2. Ülkemizde Yatçılık ve Marina Sektörü

Ülkemizde yat turizmi, yat ve yat limanı ile marina işletmeciliği, 04.08.1983 tarih ve 18125 sayılı resmi gazete madde 4'de yayınlanan "Yat Turizmi Yönetmeliği" ile belirli kurallar altına alınmıştır. Bu yönetmelikte yat değimi; yat tipinde inşa edilmiş, gezi ve spor amacıyla yararlanılan, taşıyacakları yatçı sayısı 36'yı geçmeyen, yük ve yolcu gemisi niteliğinde olmayan, tonilato belgesinde "Ticari Yat" veya "Özel Yat" olarak belirtilen deniz aracı olarak tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 1983: 3265).

Yatlar hareket yeteneklerini ya yelken kullanarak rüzgârdan, ya da motor gücünden elde ederler. Yatlar kullanış amaçlarına göre özel ve ticari, kullanış şekillerine göre yelkenli, motorlu ve karma, yapım türlerine göre ahşap, beton, fiberglas ve saç yatlar olarak sınıflandırılabilirler.

Yat ve tekne endüstrisi federasyonunun 2015 yılı Türk yat ve tekne endüstrisi raporunda yer alan verilere göre Türkiye'de tekne başına düşen kişi sayısı 2356 kişi iken, İsveç'te bu sayı 12, Amerika'da 18, Hollanda'da 31, Yunanistan'da 78, Fransa'da 101 kişidir. Bu veriler

ülkemizde insanların denize ne kadar uzak olduğu ve amatör denizciliğin ne kadar gerilerde seyir ettiğine dair çarpıcı bir sonuçtur (Dentur, 2015).

Bu bağlamda ülkemizde marinacılık sektörüne bakılacak olursa; denize açılmak isteyen amatör denizcilerimizin karşısına çıkan en büyük engel, teknelerini muhafaza edecekleri, güvenle bağlayacakları, teknelerinin bakım-onarımlarını yapacakları ve istedikleri zaman rahatlıkla denize çıkabilecekleri marina, yat limanı, rampa ve çekek yerlerinin yetersiz olmasıdır.

Ülkemizde bulunan marinalar incelendiğinde etkinliğin Marmara bölgesinden güney sahillerimize doğru olduğu görülmektedir. Nitekim takribi 1600 km uzunluğundaki Karadeniz kıyılarımızda marina etkinliği görülmemektedir. Bununla birlikte Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın mavi rota projesi kapsamında Ordu ile Trabzon arası kıyı kesiminde yat turizmi için uygun bir noktaya marina inşa projesi olduğu bilinmektedir (Haberci 53, 2015).

Tekne veya yat sahibi olan vatandaşlarımızın da en büyük sorunu güvenli ve uygun maliyetli barınak olması sebebiyle Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Tekne-Park Projesi çalışmalarına Temmuz 2012'de başlamıştır. Halkının büyük bir bölümü deniz kıyısında veya kıyıya yakın bölgelerde yaşayan ülkemizde amatör denizcilik istenilen ölçüde gelişme sağlayamamıştır. Amatör denizcilik halkımızın gözünde maddi gelirinin çok üzerinde olan lüks bir denizcilik faaliyetidir. Ekonomik ve çevre koşullarının iyileştirilerek, halkın amatör denizciliğe teşvik edilmesi hedeflenerek özellikle tekne hareketlerinin yoğun olduğu bölgelerde seyir, can, mal ve çevre güvenliği ile teknelerin barınma/demirleme alanlarına ihtiyaç duyulmakta olup, kıyılarımızın seyir emniyeti ve deniz güvenliğinin sağlanmasına yönelik daha etkin kullanılarak disiplin altına alınması, denizcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve amatör denizciliğin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Tekne Park Projesinin hedefleri aşağıda sıralanmıştır (Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, 2013: 274).

Tekne hareketlerinin yoğun olduğu bölgelerde seyir, can, mal ve çevre güvenliğine yönelik katkı sağlamak.

Tekne veya yatlarıyla bölge dışından gelen insanlara teknelerini güvenli park etme imkânı sağlaması sayesinde bölge turizmine ve ekonomisine olumlu yönde bir katkı sağlamak.

Teknelerin daha düzenli bağlanmasını sağlayarak kıyı şeritlerinin düzensiz bir görüntü içermesine engel olmak ve tekne/yat kullanıcılarına ait atıkların düzenli bir şekilde toplanması sayesinde deniz kirliliğinin önlenmesine katkı sağlamak.

Teknelere daha ekonomik ve güvenli bir şekilde barınma imkânı sağlayarak, amatör denizcilik faaliyetlerinin gelişmesini sağlamak, denizciliği sevdirmek, tekne sahibi olmayı teşvik etmek, mevcut talebi karşılamak ve vatandaşlara sunulacak hizmet kalitesini arttırmaktır (Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, 2013: 274).

Bu kapsamda sağlanacak elverişli ortam kişilerin yatçılığa özendirilmesinde ayrıca bir etken olmakla birlikte, kabotaj taşımacılığına olan talebe dolaylı yoldan olumlu etkileri olacağı tahmin edilmektedir.

2. KABOTAJ HATTINDA YAT TAŞIMACILIĞI

Yat taşımacılığı ülkemizde kabotaj hattında belli bir potansiyel oluşturabileceği düşünülen bir sektördür. Ülkemizde Mayıs ve Haziran aylarında İstanbul ve çevresinde konaklayan yat sahipleri güneye inmekte ve Eylül ayında tekrar İstanbul ve çevresindeki marinalara dönmektedirler. Yat sahipleri gerek zaman kıstasından, gerek seyirde risk faktörlerinden (özellikle sonbahar dönemi), gerekse teknelerin seyir süresi ile amortisman değerinden dolayı gemi yoluyla nakliye hususunda bir talep oluşturacağı düşünülmektedir.

Yat taşımacılığı karayolu ve deniz yolu nakliyesi ile yapılabilmekte olup deniz yolu ile nakliye çok amaçlı genel yük gemileri, konteyner gemileri ve yarıbatan (semi-submersible) gemilerle yapılabilmektedir. Çalışmada genel yük gemisi ile yat taşımacılığı incelenmiştir.

2.1. Örnek Gemi Seçimi

Kabotaj hattında nakliyesi düşünülen teknelerin öncelikle oluşturacağı maliyeti incelemek gerekmektedir. Bunun içinde uygun gemi tipi seçimi ilk etkendir. Kabotaj hattında yapılacak taşımacılıklarda geminin kabotaj yasası gereği Türk siciline kayıtlı olması gerekmektedir. Tekne taşımacılığında seçilecek gemi modelinde diğer bir etken geminin yeterli vinç kapasitesine sahip olmasıdır. Böylelikle teknelerin elleçleme işlemleri vinçli gemilerle yapılarak saha vinci kira maliyeti ortadan kaldırılmış olacaktır.

Vinç kapasitesi yüksek ve gemi yaşı uygun olan Türk bayrağına kayıtlı aşağıda detayları verilen bir örnek gemi seçilmiştir. Gemi armatörü geminin isminin gizli tutulmasını istemesi sebebiyle çalışmada geminin ismi "MV X" olarak adlandırılmıştır.

Gemi adı: MV X
Bayrağı: Türk
Gemi tipi: Multi Purpose/ General Cargo
İnşa yılı: 2006
DWT: 12966
Gross tonaj: 9490 M/T
Net tonaj: 4574 M/T
Amabarlar: 4 ambar çift cidarlı ve Box Shape tip
Ambar No1: 12,60mx12,06m - 1655,62m³
Ambar No2: 25,60mx17,20m - 5310,78m³
Ambar No3: 25,60mx17,20m - 5352,36m³
Ambar No4: 19,20mx17,20m - 4060,20m³
Hız: 14,5 knots
IFO sarfiyatı: 17 ton/gün
MDO sarfiyatı: 0,5 ton/gün seyirde
MDO sarfiyatı: 0,7 ton/gün limanda (geminin çalışmaması durumda)
MDO sarfiyatı: 1,4 ton/gün limanda (3 vincin çalışması durumunda)
Gemi vinçleri: 3 adet vinç, 30 M/T, 22 metre erişebilirlik
Baş pervane: 450 kw

2.2. Tekne Elleçlemesi İçin Uygun Liman Seçimi

Kabotaj hattında Marmara Denizi'nden Akdeniz'e ve Akdeniz'den Marmara Denizi'ne gemi ile transferi yapılacak teknelere uygun liman seçimi için Marmara Denizinde ve Ege/ Akdeniz'de yer alan limanlar incelenmiştir.

Liman seçimi yapılırken dikkat edilecek kriterler aşağıda sıralanmıştır.

Teknenin bulunduğu lokasyona yakın olan bir yükleme limanı belirlenmelidir. Gemi ile nakliye için teknenin bulunduğu yere en yakın liman seçilmelidir ki zaman ve yakıt maliyeti açısından tekne sahibine lokasyon cazip gelmelidir.

Teknenin tahliye edileceği liman/demir bölgesi tekne sahibinin esas varış yapmak istediği lokasyona yakın olmalıdır. Yükleme limanında

olduğu gibi uygun lokasyon zaman ve yakıt maliyeti açısından tekne sahibine cazip gelmelidir.

Limanın / demir bölgesinin tekne yüklemek için gelecek geminin draftına yeterli derinlikte olması gerekmektedir.

Rıhtım boyunun gemi boyu açısından yeterli olması gerekmektedir. Yanaşılacak rıhtımın bir ucundan diğer ucuna rıhtım derinliği değişebildiğinden gemi draftı ve gemi boyu dikkate alınarak yanaşacağı rıhtımı seçilmelidir.
Denize tahliye ve denizden yükleme koşulları açısından tehlike arz etmemesi için geminin yanaşacağı rıhtımın deniz trafiğinden etkilenmemesi gerekmektedir.

Körfez/boğaz limanları tercih sebebidir. Tekne elleçlemesi teknelerin hasar görmemesi adına özel imkan ve dikkat gerektiren bir operasyon olduğu için açık deniz limanlarında yapılacak elleçleme kötü hava koşullarına denk geldiği zaman yükleme/tahliyeye imkan vermemektedir.
Maliyet açısından tekne elleçleme ücretinin uygun olduğu liman seçilmelidir.

Uygun liman seçimi için ülkemizin kuzey kesimleri incelendiğinde Karadeniz Bölgesi'nde aktif yat potansiyelinin olmadığı marinaların konumlarına bakılarak anlaşılmıştır. Marmara Bölgesi'nde İstanbul, marina çoğunluğu bakımından yatçıların en fazla konumlandığı şehir olarak görülmesi sebebiyle Haydarpaşa Limanı bölgedeki marinalara yakın konumu ile en uygun liman olarak seçilmiştir.

Haydarpaşa Liman ücretleri 2015 yılı tekne elleçleme tarifesi üzerinden özel talepler doğrultusunda %50 indirim uygulaması maliyet açısından büyük fayda oluşturacaktır (T.C. Devlet Demir Yolları, 2015: 35-36).

Saha araştırması sırasında konum ve maliyet açısından Güney kesimde Fethiye demir bölgesi tekne elleçlemesine uygun liman olarak seçilmiştir.

Haydarpaşa ve Fethiye arası mesafe vessel distance web sitesi üzerinden hesaplanmış olup 494 nm'dir (Vessel Distance, 2015).

2.3. Gemi Sefer Maliyetleri

Örnek gemi için Haydarpaşa ve Fethiye limanları arası sefer maliyetleri hesaplamasında Haydarpaşa Liman giriş-çıkış ücretleri, Çanakkale Boğaz geçiş ücretleri, Fethiye demir bölgesi ücretleri, seyir masrafları ve tekne elleçleme ücretleri dikkate alınmıştır.

2.3.1. Haydarpaşa Limanı Lokal Masrafları

Haydarpaşa limanına yanaşacak "M/V X" isimli örnek geminin gross ve net tonu dikkate alınarak ilgili makamların 2015 yılı tarifelerine göre Haydarpaşa Limanı lokal masrafları yaklaşık 4000 USD olarak belirlenmiştir. Bu masraflar kılavuzluk, römorkör, barınma, yola elverişlilik belgesi, fener rüsumu, deniz ticaret odası oda ve navlun payı, sahil sağlık rüsumu, atık ve acentelik ücretlerini içermektedir. Geminin Türk bayraklı olması ve kabotaj hattında çalışması durumuna kılavuzluk, romörkör, fener, sahil sağlık, deniz ticaret odası ücretleri diğer gemilere göre farklı tarife bazında ve indirimli olarak hesaplanmaktadır.

"MV X" gemisi 450 kw baş itere sahip olması sebebiyle liman giriş çıkışlarda iki römork yerine tek römork alabilmektedir (Resmi Gazete, 2012). Geminin teknik özelliği maliyet açısından lokal masrafları düşürmektedir.

2.3.2. Çanakkale Boğaz Geçiş Ücretleri

Çanakkale Boğazı'ndan geçecek M/V X isimli örnek geminin gross ve net tonu dikkate alınarak ilgili makamların 2015 yılı tarifelerine göre Çanakkale boğaz geçiş masrafları yaklaşık 450 USD olarak belirlenmiştir.

Limanlar yönetmeliğindeki kılavuz kaptan ve römorkör alınmasına ilişkin esaslara göre "Çanakkale veya İstanbul Boğazından girip Marmara limanlarından birine gidecek, Marmara limanlarından ayrılıp Çanakkale veya İstanbul Boğazından çıkacak uğraklı geçiş yapan her tonajdaki yabancı bayraklı ticaret gemileri, Çanakkale Boğazı Ege girişi ile Marmara limanları ve İstanbul Boğazı Karadeniz girişi ile Marmara limanları arasındaki güzergâhın deniz trafiği ve kıyı güvenliği yönünden ilgili liman başkanlıklarınca zorunlu görülen kesimlerinde seyir süresince kılavuz kaptan almak zorundadırlar" (Resmi Gazete, 2012). Dolayısıyla Türk bayraklı Marmara denizinde liman uğrağı yapacak gemilerin boğaz

geçişinde kılavuzluk hizmeti alma zorunluluğu yoktur. Bu sebeple hesaplamaya dahil edilmeyerek maliyet açısından fayda sağlanmıştır.

2.3.3. Fethiye Demir Bölgesi Lokal Masrafları

Fethiye'de yük gemileri için bir liman tesisi olmaması sebebiyle Fethiye Liman Başkanlığı tarafından demirde tekne elleçlemesine izin verilmektedir ve dolayısıyla yanaşma/kalkma pilotaj, römorkör palamar ve barınma ücreti oluşmamaktadır.

Fethiye Limanı'na giriş-çıkış yapacak M/V X isimli örnek geminin gross ve net tonu dikkate alınarak ilgili makamların 2015 yılı tarifelerine göre Fethiye Demir Bölgesi lokal masrafları yaklaşık 2750 USD olarak belirlenmiştir.

2.3.4. Toplam Sefer Maliyeti

Seyir masrafları hesaplamasında Haydarpaşa limanı Fethiye arasındaki mesafe dikkate alınarak seyir süresinde ve limanda bulunduğu süre zarfında harcanan yakıt maliyeti ve geminin işletmeye alma (running cost) ücretleri sefer süresi ve liman sürecinde geçen zaman ile endeksli hesaplanmıştır. Geminin işletmeye alma masrafları 9490 gross ton bir gemi için takribi olarak 3325 USD hesaplanmış olup bu ücretlere personel maaşı, ofis harcamaları, bayrak klüp sigortası, tekne ve makine sigortası, yağlama yağı, su, klas, bakım onarım, kırtasiye giderleri, iletişim ve beklenmeyen giderlerden oluşmaktadır (Esmer, 2005: 211). Gemiyi işletmeye alma ücreti günlük olarak hesaplanmaktadır. Sefer bazında seyir ve limanda geçen sürelerinin toplamıyla çarpılarak hesaplanır.

Yakıt maliyetleri fiyatları Opet firmasından 03.12.2015 tarihli ÖTV'siz yakıt fiyatlarına göre hesaplanmıştır.

Elleçleme ücreti Haydarpaşa Limanı'ndan %50 indirim uygulamasının kabul edilmesi esasına göre hesaplanmıştır.

Gemi hızı 14,5 knots üzerinden hesaplandığında seyir süresi 1,42 gün olarak belirlenmiştir.

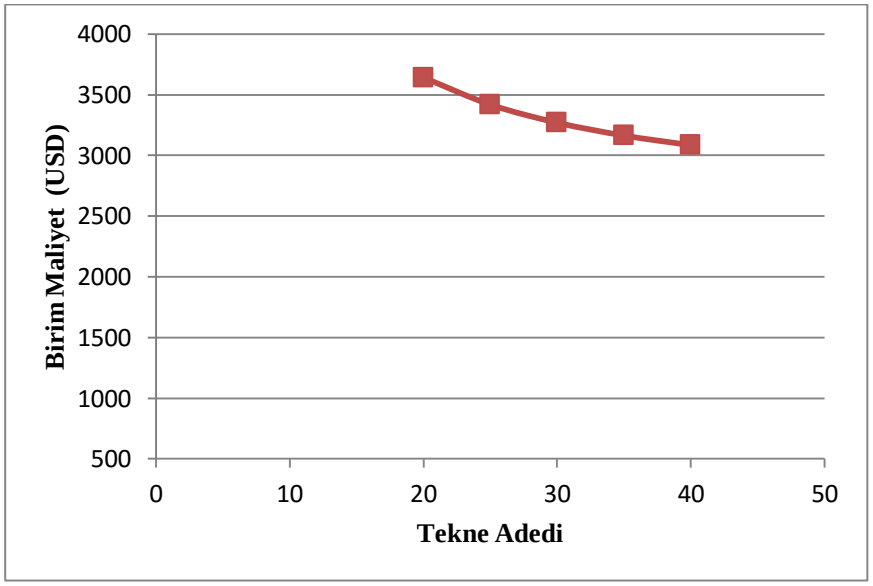
Örnek tekne modeline göre 20 tekne elleçlenmesi durumunda limanda kalma süresi toplam 4 gün üzerinden alınmıştır.

Teknenin seyirde güvenli nakliyesi için yükün bağlanması işlemi dışarıdan seçilecek yük bağlama (lashing) firması tarafından yaptırılması halinde tekne başı piyasa değerleri kapsamında 500 USD ile 1000 USD arasında maliyet oluşacaktır. Hesaplamada tekne başı bağlama ücreti 700 USD alınmıştır. Bu işlemin gemi personeli tarafından yapılması durumunda maliyetler azalacaktır.

Teknelerin ortalama eşdeğer mal kıymetinde olduğu düşünülerek yüke nakliye sırasında hasar gelmesi durumunu garanti altına alabilmek için emtea sigortası tekne başı 500,00 USD olarak alınmıştır. Emtea sigorta fiyatları geminin yaşının genç olmasına bağlı olarak düşmekte ve tekne'nin mali değerine göre artmaktadır.

Yakıt maliyeti, Haydarpaşa lokal masraflar, tekne yükleme ücretleri, Fethiye lokal masraflar, yük bağlama ve emtea sigortası ücretleri toplamı sefer maliyetini vermekte olup 20 tekne bazında 4 gün limanda kalma süresi ile yaklaşık 73.000,00 USD sefer maliyeti oluştuğu belirlenmiştir.

Tekne başı birim maliyet yaklaşık olarak 3650,00 USD olarak hesaplanmıştır.



Şekil 1: Tekne sayısına bağlı olarak birim taşımacılık maliyet değişimleri

Birim taşımacılık maliyeti Şekil 1'de grafiği verilen aynı ölçülerde 25 tekne bazında limanda kalma süresi 5 gün üzerinden yaklaşık 3400 USD, 30 tekne bazında limanda kalma süresi 6 gün üzerinden yaklaşık 3250 USD, 35 tekne bazında limanda kalma süresi 7 gün alınarak yaklaşık 3150 USD, 40 tekne bazında ve limanda kalma süresi 8 gün alınarak 3100 USD olarak hesaplanmıştır. Tekne elleçlemesindeki hız ve tekne sayısına bağlı olarak limanda kalma süresi maliyetler üzerine bir etken olmakla birlikte elleçleme esnasında vinç operatörünün tecrübesi limanda kalma süresinin azalmasıyla orantılı olarak maliyetleri düşürmede ciddi bir etken olacağı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte geminin taşıma kapasitesine bağlı olarak tekne sayısındaki artış ile birim maliyetin düşeceği gözlemlenmiştir.

2.4. Tekne Seyir Riskleri ve Maliyetleri

Yat sahipleri açısından tekne ile seyir bir ulaşım aracı olarak değil, gezinti ve keyif amaçlı olarak düşünülmektedir. Özellikle uzun mesafede seyir yat kaptanın tecrübesiyle ters orantılı olarak çeşitli riskleri barındırmaktadır**.**

Oluşma sıklığına göre başlıca tekne kazaları şöyle sıralanabilir:

- Başka tekneyle çatışma.
- Sabit bir nesneyle çatışma.
- Alabora.
- Nedeni bilinmeyen kazalar.
- Denize düşme.
- Karaya oturmak.
- Yangın veya patlama (yakıttan kaynaklanan).
- Yüzen nesnelerle çatışma.
- Su alma/su alarak batacak hale gelme.
- Batma.
- Tekne veya pervaneyle vurma.
- Teknede düşme.
- Yangın veya patlama (yakıttan değil) (Atmaca, 2005, s. 71).

Yukarıda belirtilen tekne kazaları dikkate alındığında gece seyrinde, sisli ve akıntılı hava koşullarında kaza riski daha da artmaktadır. Seyirde kaptanın tecrübesi risk faktörlerini azaltacak en önemli faktörlerden biri olmakla birlikte teknenin uzun seyir için hazırlıklı olması gerekir.. Yatçıların yaz döneminde güney sahillerimize inebilmek için kat edecekleri mesafe, zaman ve risk faktörleri dikkate alındığında teknesini deniz yolu taşımacılığı ile güney sahillerine indirmek ve sonbahar döneminde tekrar denizyolu taşıması ile Marmara

Bölgesi'ne çıkarmak özellikle sonbahardaki hava koşulları sebebiyle bir alternatif olarak avantajlı görülmektedir.

Gemi ile nakliye yerine, teknesi ile seyir etmek isteyen bir tekne sahibinin üstleneceği maliyetler; yakıt maliyeti ve eğer kendi gitmeyecekse kaptan atama ücretleridir. Maliyet hesaplamalarında Searay marka, Sundencer 260 model, tam boyu 8,1 metre, eni 2,59 metre, ağırlığı 3024 kg yakıt kapasitesi 261 litre, yakıt tipi benzin, motor markası Mercruiser, motor gücü 375 hp, maksimum hızı 22 knots/saat, maksimum hızda yakıt sarfiyatı 2,4 litre/nm olan örnek motor yat modeli dikkate alınmıştır.

Haydarpaşa Limanı ve Fethiye arası mesafe 494 nm'dir. Saatte 22 knot yapan bir motor yat Haydarpaşa Fethiye arası seferini 22,45 saatte tamamlayacaktır.

Maksimum hızda yakıt sarfiyat değeri 2,4 litre/nm olan örnek tekne modeli Haydarpaşa ve Fethiye arasında maksimum 1185,60 litre yakıt harcayacaktır. Teknenin yakıt kapasitesinin 261 litre olması sebebiyle maksimum hızda seyir etmesi durumunda 1185,60 litre yakıt gerekeceğinden maksimum hızda seyrin elverişli olmadığı yatçının seferi tamamlayabilmek için en az 5 kez yakıt ikmali yapması gerektiği gözlenmektedir. Ekonomik hızda seyir durumunda yakıt sarfiyatı 2-3 katı ölçüde azalacaktır ancak seyir süresinin de artmasına sebep olacaktır.

Ataköy Marina yakıt istasyonundan 28.12.2015 tarihinde alınan yakıt fiyatına göre örnek tekne modelinin Haydarpaşa ve Fethiye arasındaki seyrinde yaklaşık 2000 USD maksimum devirde yakıt maliyeti oluşacağı belirlenmiştir.

Takribi bir günlük seyir için yat kaptanı atanması durumunda yat kaptanı ücretlerinin USD 400 - USD 900 arası değişeceği düşünülerek yat kaptanı ücreti ve dönüş ulaşım ve uçak masrafları için ise USD 100 olarak dikkate alınıp tekne seyir maliyeti maksimum değerler üzerinden yaklaşık olarak 3000 USD belirlenmiştir.

3. SONUÇ

Kendi karasularımız arasında genel kargo gemilerinde elleçleme oranları oldukça düşük olmakla birlikte, kabotaj taşımacılığının devletin sağladığı teşviklerle daha fazla hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmamızda liman fener, sahil sağlık rüsumu, kılavuzluk römorkör, palamar ücretleri, deniz ticaret odası oda payı ücretlerinde kabotaj hattında çalışan gemilerimiz için indirimli tarife

uygulaması ve ÖTV'siz yakıt kullanımı Türk armatörüne sağlanan başlıca avantajlardır. Nitekim mesafesi 494 nm olan Haydarpaşa Fethiye seferi yerine, yaklaşık mesafe uzaklığında Haydarpaşa'dan başka bir yabancı limana gidilmesi durumunda lokal masrafların bu maliyetlerin üzerinde olacağı açıkça anlaşılmıştır.

Haydarpaşa'dan Fethiye'ye 20 adet teknenin kabotaj taşıması yapılması durumunda örnek alınan gemi tipi ve tekne modeline göre birim maliyet yaklaşık olarak 3650 USD hesaplanmıştır ve geminin DWT'i büyük olduğundan taşıma kapasitesine bağlı olarak tekne sayısı arttırıldığında tekne başına maliyetlerin düştüğü 3100 USD'ye kadar gerilediği gözlemlenmiştir. Teknenin kendi seyir etmesi durumunda maksimum ücret olarak 3000,00 USD hesaplanmıştır. Teknenin ekonomik hızda seyri ve yat sahibinin yat kaptanı ataması yerine kendi seyir etmesi durumunda maliyetler azalacak olmakla birlikte bu durumda zaman faktörü dezavantaj olarak ortaya çıkacaktır. Teknenin deniz yolu ile nakliye maliyeti ile maksimum tekne seyir maliyetleri kıyaslandığında rakamların birbirine çok yakın olması sebebiyle kabotaj hattında yat taşımacılığının tekne sahiplerine zaman ve risk faktörleri açısından elverişlilik, armatörlere farklı bir taşımacılık potansiyeli ve karlılık doğuracağı görülmektedir. Ayrıca bu tarz taşımacılık işlemlerinin daha avantajlı hale getirilmesi adına bu alanda verilecek devlet teşviklerinin arttırılması gerekliliğidir.

KAYNAKÇA

Atmaca, S. (2005). *Deniz Kazaları ve Can Kurtarma Araçları*, Amatör Denizci El Kitabı (s.71), Amatör Denizcilik Federasyonu, İstanbul.

Çelikkaya, A. (2012) *"Türkiye'de Deniz Taşımacılığına Sağlanan Vergi Teşvikleri Üzerine Bir İnceleme"*. Maliye Dergisi, Sayı 162. s:94.

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü. (2013). *Denizcilik.* http://www.ubak.gov.tr Erişim Tarihi: 02.05.2014

Dentur. (2015) "*Türkiye Yat ve Tekne Endüstrisi Raporu*", Yat ve Tekne Endüstrisi Federasyonu, 25.06.2015.

Esmer S., Yılmazel M. ve Firuzan A. (2005). *"Gemi İşletim Maliyetlerinde Gider Minimizasyonu",* Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:7, Sayı:3. s:211.

Haberci 53. (2015). *Karadenize Dev Marina Yatırımı* http://www.haberci53.com/karadeniz/karadeniz-dev-marina-yatirimi-h17720.html Erişim Tarihi: 29.12.2015.

Resmi Gazete. (1926). *Türkiye Sahillerinde Nakliyatı Bahariye (Kabotaj) ve Limanlarla Karasuları Dahilinde İcrayı San'at ve Ticaret Hakkında Kanun*. Sayı:359, Tertip:3, Cilt:7, 19.04.1926. s:759.

Resmi Gazete. (1983). *Yat Turizmi Yönetmeliği*. Sayı: 18125, Tertip:5, Cilt:22, 04.08.1983. s:3265.

Resmi Gazete. (2012). *Limanlar Yönetmeliği, Limanlarda Seyir Emniyeti. Sayı:28453, 31.10.2012.*

T.C. Devlet Demir Yolları. (2015). *TCDD Liman Hizmetleri Tarifesi* http://www.tcdd.gov.tr/files/liman/limantarife.pdf Erişim Tarihi: 22.05.2015 .

Vessel Distance. (2015). *Routing* http://www.vesseldistance.com/?page_id=2 Erişim Tarihi: 02.10.2015 .

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0012

TÜRKİYE'DEKİ YAT LİMANLARINDA TEKNE GÜVENLİĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

[1]Özgür ALTINKAYA, [2]Oğuz ATİK

ÖZET

Güvenlik, turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi için gereken en temel unsurlardan biri olduğu gibi deniz turizmi kapsamında da yat limanı işletmeleri için büyük önem arz etmektedir. Yat limanı işletmelerinin, teknelerin emniyetli bağlanmasıyla birlikte asli görevleri teknelerin güvenliğinin sağlanmasıdır. Yat limanlarında, güvenlik hizmetleri kapsamında hazırlanması gereken güvenlik planlarının yat limanı yönetimince deniz turizminin özellikleri ve gerekleri doğrultusunda, özel hayatı ve mahremiyeti etkilemeyecek şekilde özenle tasarlanması ve hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, Türkiye'de yat limanlarında güvenlik hizmetleri ve karşılaşılan güvenlik sorunları araştırılmıştır. Araştırmanın amacı, Türkiye'de yat limanlarında başta hırsızlık olmak üzere mevcut güvenlik açıklarını değerlendirmek, neden ve sonuçlarına ulaşmak ve çözüm önerileri sunmaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Yat Limanı, Tekne Güvenliği

1. GİRİŞ

Yatçıların ve ziyaretçilerin yat limanlarının hizmetlerinden faydalanabilmesi için öncelikle kendilerini güvende hissetmeleri gerekmektedir. Yat limanlarının sundukları hizmetlerin temelini güvenlik oluşturmakta, eğer tekne sahipleri ve ziyaretçilerin yat limanı ile ilgili güvenlik algısı olumlu ise yat limanındaki diğer deniz turizmi faaliyetleri gerçekleşebilmektedir. (Gözlem)

Başarılı bir yat limanı, tekne sahipleri ve ziyaretçiler tarafından tercih edilen hizmet düzeyi ve olanaklar olan; emniyet, güvenlik, mahremiyet ile çekici bir atmosfere elverişliliği ve ulaşılabilirliği sağlar (American Society of Civil Engineers Raporu, 2012: 285).

[1] Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
flamencodnd@gmail.com
[2] Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir,
oguz.atik@deu.edu.tr

Günümüzde yatların bağlama imkânları sadece marinalarla sınırlı değildir. Yatların bağlı oldukları işletmelerde en temel hizmetler emniyetli barınma ve güvenlik olmakla birlikte güvenlik hizmetinin nasıl, ne düzeyde ve hangi teknolojik imkânlardan yararlanarak sağlandığı önemlidir. Türkiye'de yatların bağlanabildikleri liman işletmelerinde güvenlik önlemlerinin nasıl olması gerektiği ilgili mevzuatlar incelenerek mevcut durum ele alınmıştır. Araştırmada yat limanlarının güvenlik sorunları ve çözüm yollarının nasıl olabileceği üzerinde durularak iyileştirme yollarının neler olduğuna değinilmiştir. Tekne sahiplerinin yaşadığı sorunlara çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılarak, yat limanlarındaki güvenlik hizmeti ve kapsamı detaylandırılarak incelenmiştir. Güvenlik hizmetlerinin içeriği ve düzeyinin belirlenmesinde inisiyatifin kimde olduğu, yetki ve sorumlulukları incelenmiş, olası güvenlik tehditlerini engellemek için ne gibi önlemler alınabileceği üzerinde durulmuştur.

2. DENİZ TURİZMİ

Deniz turizmi, kara temelli turizmden daha çok geniş çapta su temelli turizmi (yatçılık, su sporları, vb.) kapsayan ancak ilgili karasal faaliyetler ve ilgili turizm tipi için gerekli ürün ve hizmetin üretilmesini de içerir (ECMA, 2015). Bir başka tanıma göre; deniz turizmi, bir kişinin daimi ikamet ettiği yerden uzağa seyahat ederek deniz çevresiyle buluşma aktivitelerini içerir. Deniz çevresi tuzlu ve gelgit etkisinde olan suları tanımlar (Orams, 1999:9).

İlk tanımda yer alan su temelli ifadesinden dolayı iç suları da kapsamakta ve ikinci tanıma göre daha kapsayıcı bir tanım niteliğindedir. Nitekim tüm dünyada su sporları iç sularda da yapılabilmekte ya da yat limanları inşa edilerek, yatçılık faaliyetleri sürdürülebilmektedir. Avalon Waterways firmasının Fransa'nın Sen nehrinde ya da Usa River Cruises firmasının ABD'nin Mississippi nehrindeki kruvaziyer turizmi düşünüldüğünde, kruvaziyer turizmi dâhil aşağıda belirtilen deniz turizmi bileşenlerinin tamamı hem deniz hem de iç sularda faaliyet gösterebilmektedir.

Deniz turizmi bileşenleri ise aşağıdaki gibi belirtilmiştir (DTO Sektörü Raporu, 2009);

a) Yat Yatırım ve İşletmeciliği
b) Mavi Tur İşletmeciliği (Guletler)
c) Bareboat (Çıplak Tekne Kiralama) İşletmeciliği
d) Günübirlik Tur Tekneleri İşletmeciliği
e) Turistik Amaçlı Gezi Tekneleri

f) Kruvaziyer Turizm ve Feribot İşletmeciliği
g) Su Sporları ve Dalış Turizm İşletmeciliği
h) Yat Limanı ve Marina İşletmeciliği

3. YAT LİMANI TANIMI

Yat limanı, 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği'nin 9/1 maddesinde; yat limanlarının 5. maddedeki niteliklere sahip, yatların bağlanabilecekleri iskelelere, dinlenme, konaklama ve alışveriş gibi sosyal tesisler ile yatlara bakım, onarım hizmeti sunan ve benzeri birimlere sahip deniz turizmi tesisleri olarak tanımlanmıştır. Yine aynı tarih ve sayılı Deniz Turizmi Yönetmeliği'nde atıfta bulunulan 5. maddede belirtilen nitelikler ise; deniz turizmi tesislerinin deniz araçlarına seyir, manevra, yanaşma, bağlanma, barınma, karaya çekilme hizmetleri sunan ve bu hizmetleri ilgili mevzuat hükümleri uyarınca yeterli emniyet düzeyini sağlayacak şekilde olması gerektiğine değinilmiştir.

13.12.1996 tarih ve 22846 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Balıkçı Barınakları Yönetmeliği'nin 9/H maddesinde ise; barınağın müsait olması halinde, yatların da ücret karşılığı barınaktan geçici olarak yararlanmasına izin verilir denilmektedir. Ancak bu izin süresi balıkçı gemilerinin, barınaktan yararlanmalarını engelleyecek süre ve koşullarda olamaz denilerek yatlarında balıkçı barınaklarına bağlama yapabilecekleri belirtilmiştir. Ancak balıkçı barınaklarına yabancı bayraklı teknelerin bağlanması, 6.11.2001 tarih ve 24575 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan yatlara ilişkin 9 Sayılı Gümrük Genel Tebliği ile yasaklanmıştır. Bahsi geçen tebliğin 8. maddesinde; yabancı bayraklı yatların ancak Turizm Bakanlığı'ndan belgeli yat limanları ile yat çekek yerlerine kışlama, bakım ve onarım amacı ile bırakılabileceği belirtilerek, bunların Turizm Bakanlığı'ndan belgeli olmayan şahıs, kurum veya kuruluşlara ait yerlere bırakılamayacağından bahsedilmiştir. Turizm Bakanlığı'ndan belgeli olmayan balıkçı barınakları yabancı bayraklı tekneler için bağlama hizmeti sunması yasaklanmakta, dolayısıyla balıkçı barınaklarından bağlama yeri olması durumunda sadece Türk bayraklı tekneler yararlanabilmektedir. Bu tanımlar doğrultusunda Türkiye'de faaliyet gösteren marinalar ve balıkçı barınakları yönetmeliği gereğince özel yatlarında bulunduğu balıkçı barınakları araştırma kapsamı içine dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamında marina ve balıkçı barınağı birlikte ifade edilmek istendiğinde yat limanı kavramı kullanılmış, diğer hallerde marina ve balıkçı barınağı ifadeleri ayrı ayrı belirtilerek ifade edilmiştir.

4. GÜVENLİK KAVRAMI

Emniyet ve güvenlik kavramları çoğu zaman karıştırılmakta ve birbirlerinin yerine kullanılabilmektedir. Öyle ki özel güvenlik şirketlerinin tesisler için hazırladığı koruma ve güvenlik planı içerisinde emniyet ve güvenlik öğeleri birbiriyle iç içe karışık halde maddelendirilmiştir. Emniyet ve güvenlik ayrımı ve güvenlik kavramının tanımı ise şöyledir;

Emniyet, insan hatası, kazalar ve rastgele tehlikelerin oluşturduğu tehditlerden uzak olma durumu olup, Önlem alınması gereken başlıca tehlikeler, doğal güçlerin oluşturduğu potansiyel tehlikelerdir. Güvenlik ise kaynağını insanın bilinçli olarak zarar vermek için oluşturduğu tehlikelerden uzak olma durumunu anlatır ve mücadele konusu insanın oluşturduğu tehlikelerdir (Nas, 2012: 22).

5. İLGİLİ MEVZUAT KAPSAMINDA YAT LİMANLARINDA GÜVENLİK

Yat limanlarında güvenlik kavramına ilgili mevzuatlarda güvenliğin içeriği, nasıl detaylandırıldığı ve güvenliğin sağlanmasından sorumlu kişilerin görev ve sorumlulukları ile işletme içi güvenlik talimatlarının nelerden oluştuğu incelenmiştir.

5.1. Deniz Turizmi Yönetmeliği Kapsamında Güvenlik

24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliğinin 4/F maddesinde; deniz turizm tesisleri, deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım hizmetleri, bu araçlarla gelen yolculara yeme, içme, dinlenme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerden birkaçını veya tamamını sunan kruvaziyer gemi limanı, yat limanı, çekek yeri, rıhtım ve iskele gibi turizm tesisleri olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda güvenli bağlama hizmeti sunma yükümlülüğü deniz turizmi işletmesine verilmiştir. Yine 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliğinin 20/1 maddesinde, işletme müdürünün yetki ve sorumlulukları başlığı altında; deniz turizmi tesisi işletmelerinde güvenlik, düzen, temizlik ve çalışan personel arasındaki koordinasyonun işletme müdürü tarafından sağlanacağı belirtilerek, güvenliğin sağlanması işletme müdürünün yetki ve sorumluluğu olarak tanımlanmıştır.

Ayrıca yine işletme müdürünün yetki ve sorumlulukları başlığı altında 20/Ç maddesinde; deniz turizmi tesislerinde huzur, güven ve düzeni bozanları uyarmak ve herhangi bir sorun olması durumunda ilgili mercileri bilgilendirmek yine deniz turizmi işletmesi müdürünün görevidir.

Marinalarda güvenliğin ne şekilde sağlanması gerektiği, asgari güvenlik şartları ya da ideal güvenlik önlemlerinin nasıl olması gerektiği hususunda, Deniz Turizmi Yönetmeliği kapsamında herhangi bir detay bulunmamaktadır.

5.2. Balıkçı Barınakları Yönetmeliği Kapsamında Güvenlik

13.12.1996 tarih ve 22846 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Balıkçı Barınakları Yönetmeliği'nin 9. maddesinde, barınak işletmecisi, karadan gelebilecek tehlikelere karşı sınırlarını tel, çit veya ihata duvarı ile belirlemek gibi güvenlik önlemleri almak, giriş çıkışları kontrol altında tutmakla ile sorumlu kılınmıştır. Barınak işletmecisi bu amaçla aynı yönetmeliğin 9/C maddesine göre; barınakta huzur, güven ve emniyeti bozan gemiler ve kişileri uyarmak ve gerekiyorsa mülki idari amiri aracılığı ile barınağın dışına çıkarılmalarını sağlamakla ilgili gerekli müdahalelerde bulunur denilmektedir.

Yine aynı yönetmeliğin barınaktan yararlananların yükümlülükleri başlığı altındaki madde 10/B ifadesinde; tekne mürettebatı sorumlu teknelerde bulunan eşyaların kaybolmaması, çalınmaması veya hasara uğramaması konusunda gerekli tedbirleri almakla sorumlu tutulmuş ve gerekli hallerde barınak işletmecisi tarafından özel tedbirler alınması isteyebileceklerinden bahsedilmiştir.

Dolayısıyla güvenlik önlemlerinin ne düzeyde olacağı ve alınacak önlemlerin detayları yönetmelik kapsamında bulunmamakla birlikte, marinalara göre çok daha dezavantajlı bir durum da; balıkçı barınaklarının özel güvenlik şirketleri ile çalışmaması/çalışamaması (ekonomik sebeplerden) ve buna binaen gerekli güvenlik değerlendirmeleri, fizibilite ve risk analizlerinin yapılmayarak koruma ve güvenlik planı oluşturulmamasıdır.

5.3. Özel Güvenlik Hizmetlerine Dair Kanunun Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik Kapsamında Güvenlik

07.10.2004 tarih 25606 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan özel güvenlik hizmetlerine dair kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmeliğin 7.

maddesine göre bir tesisin güvenlik hizmeti valilik iznine tâbi olmak kaydıyla kendi iç bünyesinde kurabileceği güvenlik birimi ya da dış kaynak sağlayarak özel güvenlik şirketlerince yapılabilmektedir. Bu konuda seçim tesis işletmesine bırakılmıştır.

07.10.2004 tarih 25606 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan özel güvenlik hizmetlerine dair kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmeliğin koruma ve güvenlik planları başlığı altındaki 12. maddede; özel güvenlik şirketlerinin bu yönetmelik kapsamında hizmet verecekleri tesis ve alanlara ilişkin koruma ve güvenlik planlarının bir örneğini 30 gün içerisinde valiliğe vermeleri gerektiğinden bahsedilerek planda valiliğin gerekli görmesi durumunda değişikliğe gidilebileceği ya da tespit edilen yetersizliklerin giderilmesini isteyebileceği belirtilmiştir.

4.07.2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği'nde ya da 13.12.1996 tarih ve 22846 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Balıkçı Barınakları Yönetmeliği'nde detayı bulunmayan güvenlik önlemleri özel güvenlik şirketinin, güvenlik hizmeti sunacağı tesiste yaptığı koruma ve güvenlik planı dâhilinde detaylandırılır.

Bu plan içerik bakımından 07.10.2004 tarih 25606 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan özel güvenlik hizmetlerine dair kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmeliğin koruma ve güvenlik planı fihristi başlığı altındaki 12. maddeye istinaden aşağıdaki öğeleri içermektedir;

a) *Tesis veya alanların yerleşim planı (iç ve dış kroki güvenliğin devriye alanı ve durduğu konum belirtilecektir.)*

b) Yangınlara karşı alınacak önlemler ve yangın sonrası uygulanacak hareket tarzı

c) Doğalgaz kaçağı ve yangınına karşı alınacak önlemler ve hareket tarzı

ç) Elektrik kaçağı ve yangınına karşı alınacak önlemler ve hareket tarzı

d) Hırsızlık eylemlerine karşı alınacak önlemler ve hareket tarzı

e) Deprem ve doğal afetlerde alınacak önlemler ve hareket tarzı

f) Sabotajlara karşı alınacak önlemler, sabotaj sonrası eylemcilerin kaçış yollarında alınacak önlemler ve ilgili mercilere verilecek bilgiler

g) Toplu eylemler karşısında uygulanacak hareket tarzı (bomba eylemine karşı alınan önlemler ve bombaya dokunulmayacak ibaresinin bulunması)

ğ) Hava ve deniz limanlarında meydana gelebilecek olaylara karşı alınacak önlemler ve olay sonrası uygulanacak hareket tarzı

h) Kurum, kuruluş. Tesis ve alanların cadde, sokak ve diğer yollarla bağlantılarının krokisi (dış kroki ve devriye alanı)

ı) İlgili kurum, kuruluş ve genel kollukla irtibat kurma usulleri (ilgili karakol)

Yine koruma ve güvenlik planı fihristi dâhilinde, yukarıda belirtilen hususlar haricinde plan hazırlanacak yerin ürettiği mal ya da hizmetin önemi, bölgenin coğrafi şartları, güvenlik güçlerine olan uzaklığı ve stratejik önemine bağlı olarak değişiklik yapılabileceğini ifade ederek, yukarıda belirtilen ana başlıkların tesisin yapısına göre değişiklik gösterebileceğine işaret edilmiştir.

Koruma ve güvenlik planında maddeleştirilmiş unsurlardan doğal gaz, elektrik, deprem, doğal afetler ve yangın ile ilgili maddeler emniyet kavramı içerisinde değerlendirilebilecek kavramlardır. Yat limanlarında güvenlik kavramı içerisinde değerlendirilebilecek hususlara yat limanlarında meydana gelebilecek güvenlik sorunları başlığı altında değinilecektir.

5.4. Marina İşletme Yönetmeliği Kapsamında Güvenlik

Marinalarda işletme yönetmelikleri Türkiye'de marinaların kendine özgü birkaç özelliğinin getirdiği farklılıklardan kaynaklanan farklar dışında birbiri ile büyük oranda aynı içeriğe sahiptirler. Marina işletme yönetmelikleri tekne sahibinin imzalamış olduğu bağlama ya da çekme atma sözleşmesinin bir eki olarak sözleşmelerde geçer ve bahsi geçen sözleşmeleri imzalayan tekne sahibi aynı zamanda Marina İşletme Yönetmeliği'ni de kabul etmiş olur. Marina İşletme Yönetmeliği içeriği itibariyle mümkün olduğunca sorumluluk almamaya çalışan ve tekne sahibinin güvenlikle ilgili sorumluluklarına vurgu yapan niteliktedir.

Marina İşletme Yönetmeliği 1/C maddesine göre, marina güvenlik sahası olarak tanımlanan alan; teknelerin bağlandığı ve kamuya açık alandan bir güvenlik çiti ve/veya parmaklık, peyzajla ayrılmış iskeleler, rıhtımlar, mendirekler, dolgu alanları, otoparklar, yakıt istasyonu ve tekne çekek yerlerini, ifade etmektedir. 74. maddede ise güvenliğin denetlenmesi sorumluluğunu marina müdürüne vermiştir. 118. maddesinde; marina işletmesinin sağlamış olduğu güvenlik hizmetinin, sadece caydırıcılık özelliği taşıdığı bu nedenle marinada teknenin ve/veya kayıtlı veya kayıtsız envanterindeki malzemenin kısmen ya da tamamen çalınması, kaybolması, hasar görmesi ile tekne sahibinin, tekne mürettebatının ve tekne müşterilerinin yaralama, öldürme ve

terör olaylarından dolayı uğrayabileceği her türlü maddi ve manevi zarar, ziyan ve hasar marina işletmesinin mali mesuliyet sigortası kapsamı dışında olduğu belirtilerek marina işletmesinin sorumluluğu altında olmadığı ifade edilmiştir.

6. YAT LİMANINDA GÜVENLİK HİZMETLERİ

Marinalar ve balıkçı barınaklarında meydana gelebilecek güvenlik sorunları koruma ve güvenlik planı fihristi ve yaşanmış olaylar göz önünde bulundurulduğunda aşağıdaki gibi sıralanmıştır (AEM Koruma ve Güvenlik Planı Fihristi, 2015); hırsızlık, sabotaj, toplu eylemler, terör eylemleri, yat limanı güvenlik sahasına izinsiz girişler, adam yaralama, cinayet ve kaçakçılık. Bu tehditlere karşı alınabilecek güvenlik hizmetlerinin şekli kanun kapsamında belirlenmiştir.

07.10.2004 tarih 25606 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan özel güvenlik hizmetlerine dair kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmeliğin 7.maddesine göre tesis güvenliği kurum ve kuruluşlar bünyesinde özel güvenlik birimi kurulmasına ya da bu hizmetin güvenlik şirketlerine gördürülmesi suretiyle iki şekilde yapılabilir.

6.1. Marinalarda Güvenlik Hizmetleri

Marinalar özel güvenlik hizmeti için dış kaynak kullanımı yaparak özel güvenlik şirketlerinden yararlanmaktadır. Özel güvenlik hizmeti veren şirket, koruma ve güvenlik planı dâhilinde marinanın güvenlik değerlendirmesini yapar. Güvenlik değerlendirmesi yat limanı tesisine yönelik içeriden ve/veya dışarıdan gelebilecek her çeşit eyleme karşı fizibilite ve güvenlik risklerinin analizleri ile belirlenen bu risklerin değerlendirmesini içeren tespiti içermektedir. Fizibilite etüdü proje hakkında keşif aşamasıdır. Güvenlik fizibilite çalışması, başarılı bir güvenlik hizmetine ulaşmanın alternatiflerini ve metotlarını tespit ve analiz ederek en iyi güvenlik modelini tespit edecek bakış açısının daraltılmasını sağlar. Güvenlik fizibilite çalışması sonucunda elde edilen çerçeve, çalışma ile nasıl ilerleneceği ve nelerin güvenlik projesine dâhil edileceği konularında yol göstererek kapsam ve düzeyi belirler. Güvenlik risk analizi ise güvenlik risklerinin ve bu risklerin ölçeklerinin ve tedbir alınması gereken alanların belirlenmesi sürecidir (www.ispozelguvenlik.com.tr).

Tüm bu çalışmalardaki amaç marina işletmesinde uygulanacak güvenlik uygulama döngüsünü (bkz. Şekil 1) belirlemek ve işlerlik kazandırmak içindir.

Şekil 1: Güvenlik Uygulaması Döngüsü

Kaynak: www.ispozelguvenlik.com.tr

Koruma ve sağlamlaştırma aşaması gerekli güvenlik önlemlerin alınıp tedbirlerin arttırılarak sağlamlaştırmanın yapıldığı aşamadır. Hazırlık aşamasında alınan tedbirler dışında meydana gelebilecek olayların neler olabileceği belirlenir ve alternatif güvenlik önlemleri alınır. Tespit aşaması mevcut işletme içi akışın izlenerek şüpheli görülen bir durumların tespitidir. Müdahale aşaması güvenlik olayına müdahale edilerek gerekli prosedürün yerine getirilmesi ifade eder. İyileştirme aşaması ise meydana gelen olayın olası etkisini azaltmak ya da mümkünse bu tür olayların önlenmesi için gerekli önlemlerin alınarak mevcut durumun iyileştirilmesidir (www.ispozelguvenlik.com.tr).

Bu kapsamda görevli personelin başlıca görev ve sorumlulukları aşağıdaki gibidir (www.ispozelguvenlik.com.tr);

a) Tekne Sahipleri, mürettebat ve misafirlerin marina işletme yönetmeliğine uygun davranmasını temin etmek,
b) Demirlemiş olan teknelerin güvenliğinin sağlanması,
c) Marina giriş çıkış kontrolleri ile birlikte giriş çıkış yapanların kayıt altına alınması işlemi,
d) Gümrüğe tabi ürünlerin gümrük muhafaza memurları ile birlikte çalışmak üzere kontrolsüz giriş ve çıkışının önlenmesi,
e) Halka açık alanlardan marina yapısındaki kontrollü noktalara izinsiz girişlerin engellenmesi,
f) Marina tesisinin terör, sabotaj ve adi ve profesyonel hırsızlık ve diğer suçlara karşı korunması,
g) *Tekne sahipleri ve diğer marina kullananları için her türlü yönlendirme ve danışma hizmeti*

Marinalarda güvenlik hizmetlerinin başlıca amacı caydırıcılıktır. Güvenlik personeli marina yönetiminin düzenlediği aralıklarla yaya devriye yaparak marina sahasındaki kritik noktaları kontrol ederek bu noktalara tur kontrol sistemi kapsamında kullandıkları dijital kalem ile bölgenin kontrol edildiğini gösteren işaretlemeleri yaparlar. Güvenlik personeli marina işletme yönetmeliğine aykırı herhangi bir durumda yat limanı yönetimi ve güvenlik personeli ortak iletişimi sağlayan karasal telsizlerle olayı bildirir ve gerekli müdahaleleri yapar. Gerçekleşen olayın niteliğine göre güvenlik raporu düzenlenerek tutanak halinde marina yönetimine iletilir. Güvenlik raporunda olayın türü, tarihi, saati ve gelişimi detaylandırılarak imza altına alınır. Bu rapor hem olayların kayıt altına alınarak incelenmesi hem de ileride oluşabilecek güvenlik risklerinin önlenmesi için bir kopyası güvenlik ofisi kayıtlarına alınmak üzere marina yönetimince saklanır. İlgili yönetmeliklerde herhangi bir detayı ya da standardı bulunmadığından ve tesisin özelliklerine göre değişiklik gösterdiğinden güvenlik önlemleri ve güvenlik personelinin yapılanması büyük oranda marina işletmesinin inisiyatifindedir.

Güvenlik personelinin sayısı ve bulundukları noktalar dönemsel olarak değişiklik gösterebilir. Marinanın mevcut giriş çıkışlarının haricinde çekek sezonu döneminde ekstra personele ihtiyaç olabilir. Çekek sezonu döneminde teknelerin kayıtlı demirbaşlarının tamir ya da başka sebeplerden marina dışarına çıkarılması esnasında marina yönetimince düzenlenen malzeme teslim tutanağının bir nüshası yine güvenlik ofisindeki kayıtlara dâhil edilir. Özellikle yabancı bayraklı teknelerin demirbaşlarına kayıtlı malzemelerin dışarı çıkarılması ya da dışarıdan yabancı bayraklı teknelere gelen gümrüklü malzemelerin marina sahasına girişi esnasında gümrük işlemleri kontrol edilir. Tüm bu işlemler sırasında marina yönetiminin de onayı ile güvenlik personeli teslim alınan ya da teslim edilen malzeme ile ilgili yapılacak işlemin son safhasına kadar takip eder ve gerekli gördüğü güvenlik önlemlerini alır.

Marina ortak kullanım alanı olarak tanımlanan ve sadece tekne sahiplerinin değil dışarıdan marina içerisindeki restoran, bar, alışveriş merkezi vb. işletmelere gelen müşterilerinde kullanabildiği alanda güvenlik personeli yaptığı yaya devriyelerle müşterilerin marina işletme yönetmeliğine aykırı davranışları olup olmadığını tespit eder. Ortak kullanım alanında meydana gelebilecek olaylar genellikle hırsızlık ve müşteriler arasında çıkan anlaşmazlıklar sonucu meydana gelebilecek darp ya da adam yaralama gibi suçlardır. Önlenemeyen benzer bir olayda güvenlik personeli delilleri muhafaza ederek, kurumun bağlı olduğu kolluk kuvvetine haber verir. Marina güvenlik sahası olarak tanımlanan teknelerin bağlı bulunduğu ve birçok marinada, ortak kullanım alanıyla arasında çit ve kartlı geçiş noktaları olan alanlara izinsiz geçiş

olması durumunda ise güvenlik personeli gerekli müdahaleyi yaparak marina yönetimine rapor eder.

6.2. Balıkçı Barınaklarında Güvenlik Hizmetleri

Balıkçı barınakları ise genelde bütçelerinin kısıtlı olması sebebiyle özel güvenlik şirketlerinden yararlanamamakta özel güvenlik personeli çalıştıramamaktadır. Barınaklarda görülen uygulama sadece barınak girişinde bekçilik edecek özel güvenlik belgesi olmayan kişilerin barınaktaki teknelere gözcülük ederek koruması şeklindedir. Balıkçı barınaklarında güvenlik hizmetleri ise marinalara göre çok daha yetersiz düzeydedir. Balıkçı barınaklarının birçoğunda herhangi bir güvenlik hizmeti yokken, bazılarında bekçi veya çit bulunmakta, çok azında güvenlik kameraları bulunmaktadır.

Birçok balıkçı barınağında güvenlik hizmeti ya da önlemi şöyle dursun alt ve üst yapı yeterli düzeyde değildir. Bu konuya DTO 2013 yılı deniz sektörü raporunun, Türkiye su ürünleri raporu başlığı altında balıkçı barınaklarımızın bir kısmında, istenilen alt ve üst yapıların bulunmadığına değinilmiştir (DTO, 2013).

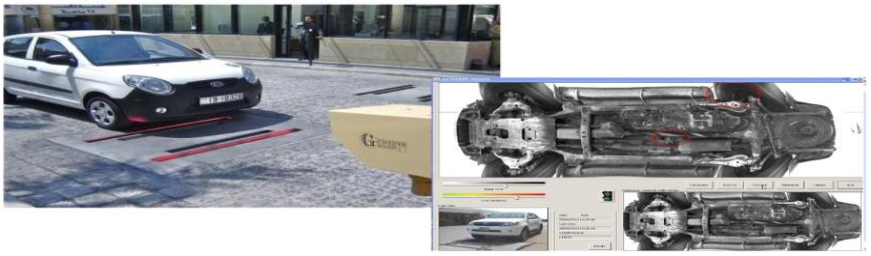
7. YAT LİMANLARINDA GÜVENLİK ÖNLEMLERİ

Yat limanlarında sadece güvenlik personeli ya da bekçi bulundurulması güvenliğin sağlanması açısından yeterli değildir. Teknolojik imkânlardan yararlanarak güvenlik personelinin daha etkin ve verimli çalışmasını sağlanabilir. Bu kapsamda yat limanlarında alınabilecek üst yapısal ve teknolojik önlemler ve bunların özellikleri incelenecektir.

7.1. Güvenlik Çitleri

Güvenlik çitleri marinalar ve bazı balıkçı barınaklarında marina güvenlik sahası tanımı içerisine giren tekne bağlama alanını, ortak kullanım alnından ayırmak için kullanılırlar. Yükseklikleri ortalama bel hizasında ve belirli noktalardan bağlama alanına girişe imkân verecek kartlı geçiş noktaları olabilir. Güvenlik çitleri üzerinden atlanarak bağlama sahasına giriş için kolay bir engel olmasına rağmen, ortak kullanım alanı müşterileri için onlara ayrılmış alanın bittiğini hatırlatan psikolojik bir engeldir.

7.2. Araç Altı İzleme Sistemi



Şekil 2: Araç Altı İzleme Sistemi

Kaynak: www.aissecuritysolutions.com

Marina girişinde araçların altlarının kontrolünün yapılması (bkz. Şekil 2) ciddi sonuçları olabilecek terör eylemlerinin önlenmesi için oldukça önemlidir.

7.3. Plaka Tanıma Sistemi

Şekil 3: Plaka Tanıma Sistemi

Kaynak: www.platar.com.tr

Plaka tanıma sistemi (bkz. Şekil 3) konvansiyonel kamera kullanılması durumunda 10 metre mesafeden, yüksek çözünürlüklü kamera kullanılması durumunda 25 metre mesafeden plaka tanıma yaparak sisteme kaydedebilmektedir. Bu sistem yat limanı girişinde tekne sahibi, personel ya da ortak kullanım alanı müşterisi aracını ayırt ederek gerekli durumlarda araçların marina içerisindeki durumuna da müdahale etmeyi sağlar. Yat limanına girişi yönetimce yasaklanmış ya da daha önce şüpheli görülen araçlar tekrar giriş yaptıklarında ise uyarı vererek güvenlik personelinin gerekli müdahaleyi yapmasını sağlar. (www.platar.com.tr)

7.4. Güvenlik Kameraları

Yat limanlarında güvenlik kameraları, yat limanı yönetimi tarafından belirlenen noktalara kurulmaktadır. Güvenlik personeli kameraları izleyerek herhangi bir olay durumunda yaya devriyedeki arkadaşını olaya müdahale için yönlendirebilir. Güvenlik kameraları tekne sahipleri ve ortak kullanım alanı müşterilerinin özel hayat ve mahremiyetine zarar vermeyecek noktalara kurulmalıdır. Herhangi bir güvenlik olayı olmaması halinde kayıtlar tekne sahipleri dâhil herhangi üçüncü şahıslarla paylaşılmamalı, sadece kolluk kuvvetlerinin olay incelemesi için kullanılmalıdır. Ayrıca kameraların gece görüş, yakınlaştırma, yatay ve dikey hareket etme özelliklerine sahip olması yat limanı güvenliği için bir artı olma niteliğindedir.

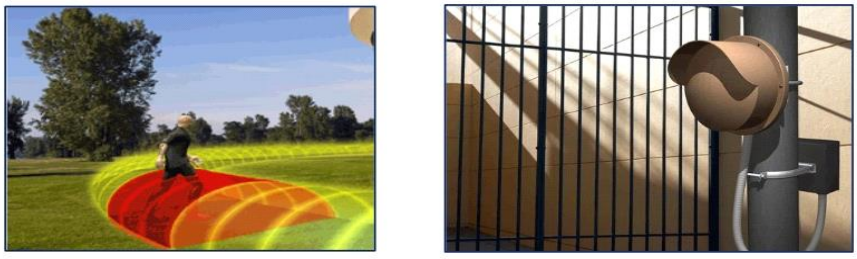
7.5. Çit Titreşim Sensoru

Şekil 4: Çit Titreşim Sensoru

Kaynak: www.aissecuritysolutions.com

Çitlerde meydana gelebilecek titreşimin sensor vasıtası (bkz. Şekil 4) ile algılanarak ve titreşimin meydana geldiği tam nokta belirlenerek, yaya devriye ya da güvenlik kameraları sayesinde o nokta kontrol edilebilmektedir (www.aissecuritysolutions.com).

7.6. Hareket Sensoru

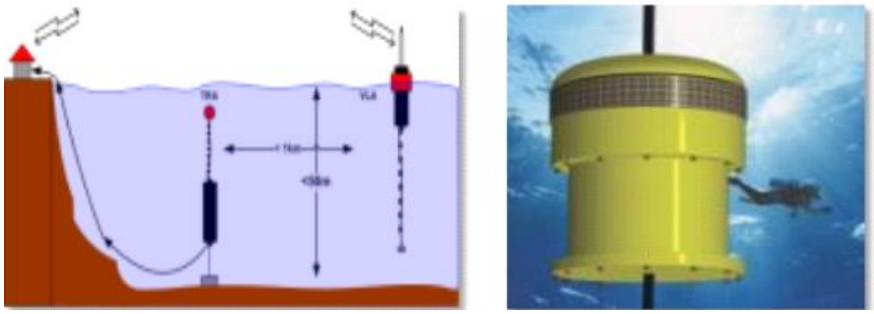


Şekil 5: Hareket Sensoru

Kaynak: www.aissecuritysolutions.com

Volumetrik (hacimsel) ve mikro dalga boylarının kullanarak korunması planlanan alana girenin tam yerini belirleyen sistemlerdir (bkz. Şekil 5). Çit kullanılmasının uygun olmadığı ya da müşterinin kendisini daha özgür hissetmesinin öngörüldüğü alanlar için uygun güvenlik çözümlerinden biridir.

7.7. Deniz Altı Radarı



Şekil 6: Deniz Altı Radarı

Kaynak: www.aissecuritysolutions.com

Deniz altı radarı (bkz. Şekil 6) su altından gelebilecek tehlikelere karşı kullanılabilecek güvenlik önlemlerinden biri olup, deniz altındaki cismin türüne göre ayrım yapabilen ve buna göre alarm verebilen sistemlerdir.

7.8. Aydınlatma

Yat limanı sahasında aydınlatma kullanıldığı alana göre güçlü ya da loş aydınlatma olabilir. Ana girişler ve kritik noktalarda t kollu aydınlatma direkleri ya da projektörlerden yararlanılabilir. İskele ve rıhtımlarda servis kutularının aydınlatmaları kullanılabilir.

7.9. Kartlı Giriş Kapıları

Çit kullanılan marinalarda iskelelerin girişinin tek bir noktadan güvenlik açısından avantaj sağlamaktadır. Ancak yat limanının yapısına göre bu duruma uymayan yat limanları çoğunlukta olmakla birlikte bu durumda her iskele ya da ara geçiş noktasında kartlı geçiş kapıları (bkz. Şekil 7)

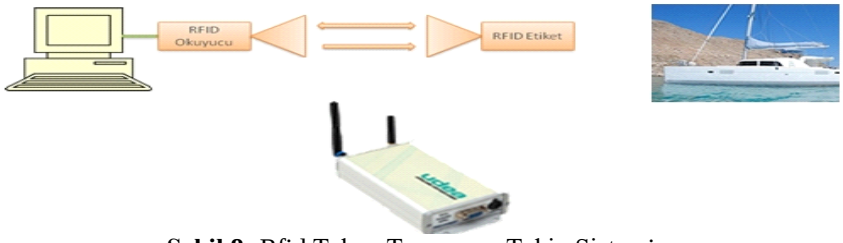
kullanılmalıdır. Kartlı geçiş ile bağlama alanına sadece tekne sahipleri, tekne sahiplerinin onay verdiği yakınları ve tekne yetki belgesi olan tekne mürettebatına geçiş hakkı verilmektedir. Dolayısıyla bağlama alanına yat limanına dışarıdan gelen müşterilerin izinsiz girişleri engellenmiş ya da en aza indirgenmiş olur.

Şekil 7: Kartlı Giriş Kapıları

Kaynak: www.westcountrygates.co.uk

7.10. Radyo Frekanslı (RFID) Tekne Tanıma ve Takip Sistemi

Yat limanlarındaki teknelerin giriş çıkışlarının takip edilmesi liman personeli ve marina ofis koordinasyonu ya da günlük tekne sayımları ile yapılmaktadır. Bu yöntem yoğun dönemlerde aksaklıklara yol açabilmekte aynı zamanda güvenlik acısından olumsuz bir durum oluşturmaktadır. Rfid (RadioFrequencyIdentification) tekne takip sistemi (bkz. Şekil 8) ile yat limanındaki teknelerin gövdelerine yapıştırılan rfid etiketlerin sabit ya da mobil terminaller ile okunarak teknenin giriş çıkışlarının anında kayıt altına alınabilmesini ve güvenlik açısından bir sorun olduğunda hızlı müdahaleyi sağlar. Sistem aynı zamanda kolluk kuvvetlerinin sorgusunda geriye dönük ve anlık rapor verilebilmektedir.



Şekil 8: Rfid Tekne Tanıma ve Takip Sistemi
Kaynak: www.sensmarine.com

7.11. Yüz Tanıma Sistemleri

Tekne sahipleri için ayrılmış alanlara kartlı geçişi, zamanla kartın kaybolması ya da sistemdeki aksaklıklardan dolayı tekne sahiplerinde memnuniyetsizlik oluşturabilmektedir. Yüz tanıma sistemleri tekne sahiplerinin herhangi bariyer ya da kapıyı dokunmadan açmasını sağlamakta ve aynı zamanda yüksek güvenlik sağlamaktadır. Özellikle turizm hizmeti kapsamında müşteriyi daha özgür hissettirerek müşteri memnuniyetini sağlayacak teknolojik önlemlerden biridir. (www.hanvonyuztanima.com)

8. ARAŞTIRMANIN AMACI

Nitel araştırma yönteminin esnekliği ve akıcılığı, bu yöntemi insanların tecrübelerini ve yorumlarını anlamaya uygun bir yöntem haline getirmektedir. Nitel veri toplama aracı yalnızca "ne" sorusunu sormaz. Aynı zamanda ve daha önemlisi "açıkla", "neden", "süreç nedir", "önemi nedir" gibi sorular ve ifadeler kullanarak olayları, durumları derinlemesine inceler (Hesse-Biber ve Leavy, 2005: 28'den aktaran Atik, 2013:92).

Bu araştırma, yat limanlarında meydana gelebilecek güvenlik açıklarının tespiti, mevcut güvenlik önlemlerinin incelenmesi ve yat limanı güvenliği uygulamalarının nasıl geliştirilebileceğine dair sorulara yanıt bulmak amacıyla yapılmıştır. Tekne sahiplerinin teknelerinin bağlı bulunduğu yat limanlarındaki güvenlik algısının ne yönde olduğu incelenmiş, tekne sahiplerinin görüş ve tecrübelerinden yararlanarak mevcut durum anlamlandırılmıştır.

Yat limanlarındaki güvenlik hizmeti imkanlarının karşılaştırılarak aralarındaki farklılıklar ya da benzerliklere göre yaşanan olayların değişiklik göstermesi güvenlik hizmetinin sağlayabildiği caydırıcılık rolü üzerinde fikir

sağlanmasına sebep olduğu gibi, tekne sahiplerinin görüşleri de asgari güvenlik önlemlerinin neler olması gerektiği istikametinde fikir vermiştir.

9. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yapılandırılmamış görüşme tekniği kullanılmış, görüşmeler 03.11.2015 ve 04.11.2015 tarihlerinde yapılmıştır. Görüşmeler sırasında notlar tutulmuştur. Çalışmanın örneklemini Çeşme yarımadasındaki yat limanlarının tamamı oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleminin Çeşme yarımadasındaki yat limanları olarak seçilmesinin sebepleri arasında, zincir marina işletmeleri üyesi işletmelerin yanı sıra butik marinaların bulunması ve balıkçı barınaklarının güvenlik önlemleri arasında farklılıkların bulunmasıdır. Böylelikle farklılıklardan elde edilecek verilerin ortak noktalarının izlenerek doğru sonuçlara ulaşılması hedeflenmiştir.

Çalışmanın örneklemi olan Çeşme yarımadasındaki yat limanlarındaki tekne sahipleri ve yat personeli ile görüşülmüş (bkz. Tablo 1), yat limanlarındaki güvenlik kavramı ile ilgili fikirleri alınmış, yaşadıkları suç teşkil eden olaylar üzerine konuşulmuştur. Katılımcılar ile yapılan her bir görüşmenin süresi 20 dakikadır. Görüşmelerle ilgili sorular yapılandırılmamış olmasına rağmen sektör tecrübesine bağlı gözleme dayalı bilgilere göre şekillenmiş, verilen cevaplara göre de yeni sorular şekillenmiştir.

Tablo 1: Katılımcılar

Katılımcı	Görev	Tecrübe	Yaş	Eğitim	Köken
Katılımcı 1	Balıkçı	15-20	35-40	İlkokul	Balıkçılık
Katılımcı 2	Balıkçı	15-20	35-40	İlkokul	Balıkçılık
Katılımcı 3	Kaptanı	10-15	35-40	Üniversite	Denizcilik
Katılımcı 4	Gemici	0-5	20-25	Lise	Denizcilik
Katılımcı 5	Tekne Sahibi	0-5	40-45	Lise	Diğer
Katılımcı 6	Tekne Sahibi	10-15	45-50	Lise	Diğer
Katılımcı 7	Kaptanı	15-20	45-50	İlkokul	Denizcilik
Katılımcı 8	Gemici	5-10	30-35	Lise	Balıkçılık
Katılımcı 9	Koop. Bşk.	25-30	50-55	İlkokul	Balıkçılık
Katılımcı 10	Balıkçı	10-15	30-35	İlkokul	Balıkçılık
Katılımcı 11	Balıkçı	10-15	35-40	İlkokul	Balıkçılık
Katılımcı 12	Tekne Sahibi	0-5	40-45	Üniversite	Diğer

10. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında görüşülen 12 yat limanı müşterisinden 5'i balıkçı teknesi sahibi olmakla bunlardan 1 tanesi aynı zamanda balıkçı kooperatifi başkanıdır. 3 tanesi tekne sahibi, 2'si özel yat kaptanı ve 1'i gemicidir. Katılımcıların ortalama sektör tecrübesi 15 senedir. 3'ü diğer sektör kökenli, 3'ü denizcilik sektörü, 6'sı balıkçılık sektörü kökenlidir. 6'sı ilkokul, 4'ü lise, 2'si üniversite mezunudur.

Araştırma kapsamında, Çeşme yarımadasındaki 4 adet marina ve 4 adet balıkçı barınağı işletmesinde ne gibi güvenlik önlemlerinin alındığının tespitine yönelik sorular kapsamında, marinaların özel güvenlik personeli çalıştırdığı, kamera, çit, kartlı giriş kapıları gibi güvenlik önlemleri aldıkları tespit edilmiştir. Bazı balıkçı barınaklarında güvenlik kamerası sisteminin yeni hayata geçirildiği ancak bazı balıkçı barınaklarında ise hiçbir güvenlik önlemi ve hizmetinin olmadığı tespit edilmiştir.

Yaşanmış suç teşkil eden herhangi bir olay olup olmadığına varsa oluş biçiminin ne olduğunu anlamaya yönelik soruya verilen cevaplarda, marinalarda olan olayların basit tekne malzemesinin çalınması/kaybolması ve bağlama alanına izinsiz girişler şeklinde olduğu görülmüştür. En azından güvenlik kamerası ve çit önlemleri almış balıkçı barınaklarının ise bu önlemlerin olmadığı barınaklara göre daha güvenli olduğu algısı katılımcıların ortak görüşüdür. Genel olarak yat limanlarındaki güvenlik önlemi seviyesine göre yaşanan olayların ters orantılı olduğu gözlemlenmiştir.

Yaşanan güvenlik sorunlarının çözümü için tavsiyeleri sorulan katılımcılardan balıkçı barınağında bağlama yapan tekne sahipleri, gelir kalemlerinin yetersizliğinden dolayı devletin finansman desteği yapması gerektiğine vurgu yapmışlar, kaymakamlığın güvenlik ile ilgili toplantı yaparak alınması gereken önlemleri görüştüklerini ancak finansman desteği konusunda yardıma ihtiyaçları olduklarını ifade etmişlerdir. Aynı sorunun marinada teknelerini bağlayan muhatapları daha çok ortak alanların bağlama sahasına yakınlığından kaynaklanan izinsiz girişler olduğunu bildirmiş ve kartlı geçiş sistemi yanı sıra yüz tanıma sistemlerinin faydalı olabileceğini belirtmişlerdir. Ayrıca ciddi terör eylemlerinin önlenmesi açısından marina işletmesinin güvenlik hizmetlerinin yeterli olmadığı ifade edilmiş, araç altı izleme sistemi gibi daha teknolojik önlemlerden yararlanılması gerektiği ifade edilmiştir.

11. SONUÇ

Balıkçı barınaklarında güvenlik önlemlerinin marinalara göre yetersiz olduğu hatta bazılarında hiçbir güvenlik önleminin olmadığı görülmüştür. Bunun başlıca sebepleri, barınakların ilgili su ürünleri kooperatifi tarafından kiralanmasının getirdiği maliyetin yanı sıra bazı balıkçı barınakları için ek gelir kaynağı olan özel tekne bağlama bedeli girdisinden yararlanamayacak durumda olmasıdır. Özel tekne kabul edemeyecek kadar yoğun balıkçı teknesi bağlanmış barınaklar için tek gelir kaynağı tutulan balığın bedeline kooperatif tarafından belirlenmiş komisyon oranı ve balıkçı teknelerinin ödediği özel teknelere göre çok daha az olan bağlama bedelleridir.

Ekonomik kaynakları sınırlı olan barınak işletmesinin güvenlik hizmeti için bekçi/özel güvenlik görevlisi istihdam etmesi ya da barınağı diğer teknolojik güvenlik önlemler ile donatması balıkçılara ekstra ekonomik yük getirmektedir.

Ayrıca balıkçı barınaklarının yetersiz alt ve üst yapısının güvenliği etkileyen, aydınlatma, giriş kapısı, duvar ya da çit ve benzeri öğelerinin iyileştirilmesi için gereken onay 4 bakanlığın ayrı ayrı incelemesi ve onayından sonra gerçekleştiğinden, bahsi geçen iyileştirme ve tamamlamaların yapılması gibi bürokratik işlemler barınak işletmesi yönetiminin etkinliğini engellemektedir. Nitekim 20.10.2005 tarih ve 25972 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanan Maliye Bakanlığının 300 sıra numaralı Milli Emlak Genel Tebliğinin F/8 maddesinde; alt ve üst yapısı bulunmayan ya da eksik barınaklar için barınak işletmecisinin talebi doğrultusunda yapılacak değişiklikler bakanlığımız, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ile Ulaştırma Bakanlığının uygun görüşüne istinaden, Balıkçı Barınakları Yönetmeliğinin 7. maddesinde yer alan esaslar doğrultusunda ve 3621 sayılı Kıyı Kanunu uyarınca Bayındırlık ve İskân Bakanlığınca değerlendirileceği ifade edilmektedir.

Balıkçı barınaklarındaki güvenliğin yetersiz olmasından kaynaklanan hırsızlıklar, barınakların başlıca sorununu oluşturmaktadır. Hırsızlık olaylarının daha çok kıçtan takma deniz motorlarının, balık bulucuların ve diğer elektronik donanımların çalınması olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra küçük bot ya da teknelerin çalınması olaylarının da yaşandığı kaydedilmiştir.

Özel tekne bağlayarak gelir elde edebilen balıkçı barınakları bekçi ya da güvenlik kamerası gibi önlemleri daha kolay alabilmektedir. Asgari düzeyde sayılabilecek bu önlemleri alan barınaklarda hırsızlık olaylarının olduğuna dair

bir veri elde edilmemiştir. Buradan, asgari düzeyde de olsa bekçi ve güvenlik kamerası hizmetini sunan balıkçı barınaklarının nispeten caydırıcılık sağladıkları düşünülmektedir.

Marinalarda güvenlik hizmetleri, marina yönetiminin maddi olanakları çerçevesinde ve gerekli görüldüğü düzeyde yapılmaktadır. Balıkçı barınaklarına göre daha iyi güvenlik önlemlerinin alındığı marinalarda yaşanan güvenlik olayları genelde basit tekne malzemesi sayılabilecek hortum, fırça ve benzeri malzemenin çalınması/kaybolması şeklinde olduğu anlaşılmaktadır.

Bazı tekne sahipleri tatillerini geçirmek için geldikleri yatlarında özgürlük alanlarını kısıtlayacak düzeyde güvenlik önlemleri istemeyebilmektedirler. Bu nedenle marinaların daha çok teknolojik güvenlik önlemlerine ağırlık vermesi, güvenlik seviyesini arttıracağı gibi tekne sahiplerinin de özel hayat ve mahremiyetleri konusunda daha az etkilenmiş olduklarını hissettirebilir.

Marinalardaki ticari alanların tekne bağlama alanı ile iç içe olması bağlama alanına izinsiz girişlere, teknelerin üzerine çıkılmasına yol açabilmektedir. Marinanın üst yapı özellikleri ve imar planının inşa öncesi güvenlik açısından analiz edilmesi genel marina güvenliği açısından faydalı olabilir.

Marinalardaki güvenlik hizmetlerinin balıkçı barınaklarına göre daha iyi olmasına rağmen teknolojik açıdan yetersiz olması, konuyla ilgili tekne sahiplerinde olası terör, bombalı eylem gibi olayların meydana gelmesi düşüncesini oluşturabilmektedir. Araştırmaya konu olan hiçbir yat limanında araç altı kontrol sistemi ya da plaka takip sisteminin olmaması karadan meydana gelebilecek saldırılara karşı açık olduklarını göstermektedir. Aynı şekilde araştırmaya konu olan yat limanlarında deniz altı radar sistemi de olmadığından deniz altından gelebilecek her türlü tehdide karşı korumasız durumdadırlar.

Öte yandan marina işletme yönetmeliğinin marina işletmesinin tekne ve tekne malzemesinin çalınmasından, tekne mürettebatının yaralanması, öldürülmesi ve terör olaylarından sorumlu tutulamayacağını ifade eden 118. maddesi; 28.04.2010 tarih ve 27565 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliğinin 5/Ç maddesince işletme iç talimatı olarak tanımlanmakta ve bakanlık tarafından onaylanmaktadır.

Ancak bu yönetmelik hükümleri marinaların üst düzey teknolojik güvenlik önlemlerini alması için bir engel oluşturmamakta sadece yaşanabilecek bir olayın hukuki boyutunda marina yönetiminin sorumluluğunu tanımlamaktadır.

Genel olarak yat limanlarında yaşanan güvenlik olaylarının önlenebilmesi ya da en aza indirilebilmesi için, deniz turizmi yönetmeliğinde ve balıkçı barınakları yönetmeliğinde asgari güvenlik standartlarının tanımlanması ve özellikle balıkçı barınakları işletmelerinin yetkili devlet organları tarafından ekonomik ve üst yapısal anlamda desteklenmesi gerekmektedir. Marinalarda nispeten daha iyi olan güvenlik önlemleri de daha teknolojik güvenlik önlemleri ile daha caydırıcı olabileceği gibi, ciddi güvenlik olaylarının meydana getireceği zararı en aza indirgeyebilir.

KAYNAKÇA

AEM (Ankara Emniyet Müdürlüğü) (2015) *"Koruma ve Güvenlik Planı Fihristi"* www.ankara.pol.tr/dosyalar/ornek_koruma_plani.doc Erişim: 17.12.2015

Ais Security Solutions (2015) "*Port Harbor Security"*http://www.aissecuritysolutions.com/port-harbor-security.pdf Erişim Tarihi: 23.12.2015

Ais Security Solutions (2015) "*Araç Altı İzleme Sistemi"* http://www.aissecuritysolutions.com/port-harbor-security.pdf Erişim Tarihi: 23.12.2015

American Society of Civil Engineers, (2012) *"Planning and Design Guidelines for Small Craft Harbors"*American Society of Civil Engineers Publications, Virginia

Atik, O. (2013). "*Takım Liderliğinin Mesleki Kültür Yönünden İncelenmesi:Gemi Kaptanları Üzerine Bir Araştırma"*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.

ECMA (European Commission Maritime Affairs) (2015) "*Blue GrowthStudy"*http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism/index_en.htm Erişim Tarihi: 19.12.2015

Havon Yüz Tanıma (2015) *"Yüz Tanıma Sistemi"* www.hanvonyuztanima.com/index.html Erişim Tarihi: 15.12.2015

Hesse-Biber, S.N. ve Leavy, P. (2006). *"ThePractice of Qualitative Research"*London. Sage Publications.

İMEAK Deniz Ticaret Odası (2009) *"Deniz Sektörü Raporu"* http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/sektor-raporu.aspxErişim Tarihi: 11.01.2015

İMEAK Deniz Ticaret Odası (2013) *"Deniz Sektörü Raporu"*http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/sektor-raporu.aspxErişim Tarihi: 11.12.2015

ISP Özel Güvenlik AŞ. (2013)*"Marina Güvenlik Hizmetleri"*http://www.ispozelguvenlik.com.tr/marina-guvenlik-hizmetleri/ Erişim Tarihi: 26.11.2015

ISP Özel Güvenlik AŞ. (2011) "Güvenlik Fizibilite Çalışması" http://www.ispozelguvenlik.com.tr/guvenlik-fizibilite-calismasi/ Erişim Tarihi: 25.11.2015

Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı. (2009) *"Deniz Turizmi Yönetmeliği"*http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14610/deniz-turizmi-yonetmeligi.html Erişim Tarihi: 16.11.2015

Maliye Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü (2005)*"Milli Emlak Genel*

*Tebliği"*http://www.milliemlak.gov.tr/Sayfalar/mevzuat/idari-duzenlemeler/genel-tebligler.aspxErişim Tarihi: 17.12.2015

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi.(2004) *"Özel Güvenlik Hizmetlere Dair Kanunun Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik"*http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.AspxMevzuatKod=7.5.7190&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch= Erişim Tarihi: 18.12.2015

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi. (1996) *"Balıkçı Barınakları Yönetmeliği"*http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.AspxMevzuatKod=7.5.4997&sourceXmlSearch=&MevzuatIliski=0 Erişim Tarihi: 15.11.2015

Nas S. (2012) "*Emniyet ve Güvenlik Sözcükleri Üzerine Bir Çalışma"* Denizcilik Dergisi, Sayı 2, ISSN: 1308-8629. s:22.

Orams M. Marine Tourism (1999) *Historyand Development of Marine Tourism.* Routledge

Platar Plaka Tanıma Sistemi (2015) "*Plaka Tanıma Sistemi"*http://www.platar.com.tr/plaka-tanima.php Erişim: 23.12.2015

SensMarine A.Ş. (2015) *"Marina Güvenlik Sistemi"* http://www.sensmarine.com/marinaguvenligi.php Erişim Tarihi: 17.12.2015

Setur Marinaları İşletme Müdürlüğü (2015) *"İşletme Yönetmeliği"* http://www.seturmarinas.com/tr/kurumsal/isletme-yonetmeligi Erişim Tarihi: 05.12.2015

T.C. Başbakanlık Resmi Gazete *"Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği"*http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/04/20100428-24.htm Erişim Tarihi: 25.12.2015

The West Country Group (2015) *"Metal Gates"* http://www.westcountrygates.co.uk/metalgates/#prettyPhoto[gallerythumbs]/8/ Erişim Tarihi: 15.12.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0013

TÜRKİYE'DE YATÇILIK FAALİYETLERİNDE MAVİ KART UYGULAMASI VE UYGULAMADA YAŞANAN SORUNLAR

[1]İlke KOŞAR DANIŞMAN, [2]Elif KOÇ, [3]Alper KILIÇ

ÖZET

Kıyı alanları, insan faaliyetlerinin yoğunluğu ve her geçen gün bu faaliyetlerin çeşitliliği ve miktarındaki artışa bağlı olarak ortaya çıkan çevresel baskıdan olumsuz etkilenmektedir. Kıyılarda gerçekleştirilen bu faaliyetlerden biri de yatçılıktır. Günümüzde yoğun kent yaşamının getirdiği baskıyla, insanların deniz ve doğa özlemlerinin giderek artması, aktif uğraşlarda bulunma isteği, ekonomik refah düzeyinin yükselmesi ve teknolojik gelişmeler, yatçılık faaliyetlerini hızla geliştirmiştir.

Son yıllarda Akdeniz Çanağı'nda yaklaşık bir milyon yatın dolaştığı tahmin edilmektedir. Türkiye'nin de içinde bulunduğu bu sular sisteminde, denizlerde yoğun bir kirlilik baskısı oluşmaktadır. Gerek uluslararası gerekse ulusal ölçekte çeşitli düzenlemelerle yatlar ve yatçılıktan kaynaklanan kirliliğin en aza indirilmesi amaçlanmaktadır. Bu uygulamalardan son yıllarda en önemlisi T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından 2011 tarihinden bu yana yürütülen "Mavi Kart Elektronik Atık Takip Sistemi"dir. Ağustos 2011 tarihinde Muğla (Fethiye ve Göcek) ilinde pilot uygulama başlamış ve 2015 yılı itibariyle tüm marina işletmelerinden, teknelerden atık alımı ve Mavi Kart uygulaması ile ilgili gerekleri yerine getirmeleri istenmiştir.

Bu kapsamda, Türkiye'de faaliyet gösteren yatçılar için en önemli atık boşaltım noktalarından olan marina işletmelerinde Mavi Kart uygulamasının mevcut işleyişi ve bu işleyişte karşılaşılan sorunların ortaya konması amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda Mavi Kart uygulamasının daha etkin hale gelmesine katkı sağlayacak bazı öneriler getirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Marina, Mavi Kart, Yatçılık

[1]Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Bodrum Denizcilik MYO, Muğla. ilke.kosar@gmail.com.
[2] Araş.Gör.,Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Balıkesir. elif.koc@outlook.com.
3 Yrd. Doç. Dr.,Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Balıkesir. alperkilic@balikesir.edu.tr.

1. GİRİŞ

Deniz turizminin önemli kollarından biri olan yat turizmidir. Yat turizmi, dünyada en çok gelişen sektörlerden biridir. Türkiye turizmi açısından, yüksek gelir, sürdürülebilir gelişme olanakları ve ürün çeşitliliği açısından en kritik öneme sahip turizm türüdür (Sarıışık, ve diğ., 2011). Türkiye'nin turizm gelirlerinin %20'sinin yat turizminden geldiği (DTO, 2015) göz önünde bulundurulduğunda sektörün ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye; kıyı şeridi, doğal güzellikleri ve kaliteli konaklama tesisleri ile birlikte büyük bir potansiyele sahiptir (Sarıışık, ve diğ., 2011). 2015 yılı itibariyle belgeli yat limanları, belediye iskeleleri ve çekek yerlerinin toplam sayısı 69'a ve bağlama kapasitesi 25.000'lere ulaşmıştır. Deniz turizminde kullanılan deniz araçlarına bakıldığında yatlar, sektörün en önemli bileşenlerinden biridir. Deniz turizminde hizmet veren yatların sayısı Tablo 1'de gösterilmektedir. Bu sayılara ilaveten 38.000'i aşkın özel yatın olduğu bilinmektedir.

Tablo 1: Türkiye'deki deniz turizmi araçlarının sayıları

Deniz Araçları	**Araç Sayısı**
Yatlar	1.529
Mürettebatsız yatlar	571
Günübirlik gezi tekneleri	1.051
Dalış işletmeleri	263
Özel tekneler	38.838

Kaynak: DTO, 2015.

Her geçen gün, yatçılık faaliyetlerindeki artış, deniz ve kıyı çevresi üzerindeki baskıyı da arttırmaktadır. (DTO, 2015). Yatçılık sektörünün deniz ve kıyı çevresi üzerindeki etkileri; yatların kendisinden kaynaklanan ve yatlara hizmet veren kıyı tesislerinin sebep olduğu çevresel etkiler olarak gruplandırılabilir. Kıyılarda yatçılık sektörüne hizmet eden marina, iskele ve yanaşma yerlerinin gerek deniz gerekse kara kısmında etkileri bulunmaktadır. Ayrıca, kıyı şeritlerinde faaliyet gösteren yatlar çeşitli şekillerde doğal çevreyi etkileyebilmektedir. Bu temel çevresel etkilere; teknelerde kullanılan antifouling boyalar ve teknelerin oluşturduğu ve bertaraf edilmeyen atıklar örnek verilebilir (Srinivasan ve Swain 2007: 423-441).

Özellikle son yıllarda artan yatçılık faaliyetlerinin çevreye vereceği zararları en aza indirmek amacıyla, ülkemizde ilgili devlet kurumları birtakım uygulamaları hayata geçirme çabası içindedir. Bu uygulamaların en önemlilerinden biri TC Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından ilk kez 2011 yılında uygulamaya konulan "Mavi Kart Sistemi"dir. Bu sistem ile; atık alım gemileri, balıkçı barınakları, yat limanları ve buna benzer kıyı tesisleri tarafından alınan atıkların türü ve miktarı ile gemilerde ne kadar atık oluştuğu, atığın türü ve miktarı gibi bilgiler web ortamında online olarak izlenebilmekte, böylece yat ve diğer teknelerdeki sintine, pis su ve çöplerin denize yasadışı boşaltılmasının önlenmesine çalışılmaktadır. Bu uygulama kapsamında yer alan kıyı tesislerinin (marinalar, balıkçı barınakları, vs.), gemilerin atıklarını alacak yeterli kapasite ve nitelikte otomatik sayaç sistemine sahip ve Bakanlığın Mavi Kart yazılım sistemine bilgileri aktaracak bilişim altyapısının kurulu bulunduğu atık alım noktalarını tesis etmeleri zorunluluğu söz konusudur (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2013).

Bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren ve yatçılar için en önemli atık su boşaltım noktalarından olan marina işletmelerinde Mavi Kart uygulamasının mevcut işleyişi ve bu işleyişte karşılaşılan sorunların ortaya koymak amacıyla marina işletmelerine yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda Mavi Kart uygulamasının daha etkin hale gelmesine katkı sağlayacak bazı öneriler getirilmiştir.

2. MAVİ KART SİSTEMİ TANIMI VE KAPSAMI

TC Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından, 2011 yılında, Türkiye'nin deniz yetki alanlarında 2872 Sayılı Çevre Kanunu ve bu kanun uyarınca yayınlanan "Gemilerden Atık Alınması ve Atıkların Kontrolü" yönetmeliği kapsamında balıkçı barınakları, yat limanları, çekek yerleri ve buna benzer kıyı tesislerine gelen teknelere atık alım hizmetinin verilmesi, bu hizmetin takibinin sağlanması amacıyla Mavi Kart Sisteminin oluşturulması ve sistemin uygulanmasından sorumlu kurum ve kuruluşların belirlenmesi amacıyla Mavi Kart Uygulama Genelgesi yayınlanmıştır. Genelge, MARPOL 73/78 Sözleşmesinin I., IV. ve V. ekleri ile 2872 Sayılı Çevre Kanunu' nun 12. ve 24. maddelerine ve Gemilerden Atık Alınması ve Atıkların Kontrolü Yönetmeliğinin 6, 8, 10 ve 24. maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2011). Bu genelgeye göre temel olarak tekneler, atıklarını atık alım tesislerine vermekle ve Mavi Kart temin etmekle; kıyı tesisleri de yeterli kapasite ve nitelikte atık kabul tesisini ve tesisin elektronik altyapısını kurmak, Bakanlığa bağlı sisteme tesisin entegrasyonunu sağlamak ve uygulamayı yürütmekle yükümlüdür.

Mavi Kart sisteminin işletilmesinde taraflara düşen sorumluluklar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Mavi Kart siteminde tarafların sorumluluğu

Kıyı Tesisleri	-Yeterli kapasite ve nitelikte atık kabul tesisi kurmak, -Atıkların aynı yönetmelik gereğince bertarafını sağlamak, -Alınan her atıkla ilgili bilgileri gemide bulunan mavi karta işlemekle, bilgileri işlemek üzere gerekli kart okuyucu ve internet altyapısını kurmak, -Mavi kartın gemilere dağıtımını sağlamak, -Atık Transfer Formunu doldurmakla yükümlüdür.
Atık Alım Gemileri	-Alınan atığın türü ve miktarını mavi karta işlemek, gemilerden alınan atığı atık kabul tesislerine vermek, mavi kartı gemilere dağıtmakla yükümlüdür.
Yatlar	-Tekne için "Mavi Kart" temin etmek, -Liman Çıkış Belgesi" başvurusu sırasında Mavi Kartı ibraz etmek, -Ticari gemiler giriş-çıkış zamanları ve yolcu sayılarını "Mavi Kart" sistemine işletmek, -Yurt dışından ve/veya "Mavi Kart" sisteminin uygulandığı alan sınırlarına ilk defa gelen gemiler, ilk 48 saat içinde "Mavi Kart" almak ve her türlü atıklarını bu karta işletmekle yükümlüdür.
Denetim	-İl Çevre ve Şehircilik Müdürlüğü denetimleri yapmak ve gerekli kurumlar arası işbirliğini sağlamakla yükümlüdür.

Kaynak: T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Mavi Kart Uygulama Genelgesi (2011)'nden uyarlanmıştır.

Mavi Kart sistemi ile gemilerin atık alım tesislerine verdiği atık su miktarının tam olarak gerçek değerinin bilinmesi amaçlanmıştır. Bu sistem kapsamında, bayrağı ne olursa olsun Gemi Atık Takip Sistemi-GATS dışında kalan (liman dışı sefer yapan tüm yolcu gemileri, 150 GRT ve üstü bütün petrol tankerleri ve 400 GRT ve üstü diğer gemiler dışında kalan gemiler) turizm, balıkçılık ve rekreasyonel amaçlı kullanılan ve atık üretecek donanıma sahip olan bütün gemi ve deniz araçlarından alınan sintine, pis su ve çöplerin denize deşarjı önlenmekte; ne kadar atık oluştuğu, atığın türü, miktarı, tarihi ve ihtiyaç duyulan diğer bilgiler ile, atığın hangi kıyı tesisine verildiğinin elektronik olarak web ortamında online izlenebilmektedir. Bu sistem; gemilerin tesislere verdiği atık su miktarının tam olarak saptanması, ürettikleri atık suyun tamamının tesislere verildiğinden emin olunmasını sağlamaktadır.

Mavi Kart sistemi ilk olarak Ağustos 2011 tarihinde Muğla (Fethiye ve Göcek) ilinde pilot uygulama ile başlatılmıştır. Uygulama alanına 3 Temmuz 2012 tarihinde Antalya ili de dahil edilmiş, kıyı

tesislerinde gerekli altyapı yatırımları hayata geçirilerek bölgede bulunan teknelerle ilgili veriler kayıt altına alınmaya başlamıştır. 2014 yılı sonu itibariyle ise tüm marina işletmelerinden, teknelerden atık alımı ve Mavi Kart uygulaması ile ilgili gerekleri yerine getirmeleri, gemilerin atıklarını alacak yeterli kapasite ve nitelikte otomatik sayaç sistemlerini oluşturmaları ve Mavi Kart sistemine bilgileri aktaracak bilişim altyapılarını kurmaları istenmiştir. Şu an ülkemizde 56 farklı kıyı tesisinde bu sistem kullanılmaktadır (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2013; DTO, 2014; Motoryat Bilişim, 2015).

Ülkemizin pek çok bölgesinde yer alan kıyı tesislerinde Mavi Kart sisteminin altyapısı özel sektör firmaları tarafından kurulmaktadır ve kurulum giderleri kıyı tesis işletmeleri tarafından karşılanmaktadır. İstanbul Bölgesi'nde yer alan tesisler mavi kart uygulamasına yeni geçilmektedir ve kıyı tesislerine altyapı kurulumu hizmeti İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı "İstanbul İstaç A.Ş." tarafından verilmektedir ve kurulum giderleri yine kıyı tesis işletmeleri tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca 2015 sonu itibariyle ülkemiz kıyılarında yer alan tüm balıkçı barınaklarına, marina işletmelerinde olduğu gibi atık alım noktası ve mavi kart sistemi oluşturma zorunluluğu getirilmektedir (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışma, Türkiye'de faaliyet gösteren ve yatçılar için en önemli atık su boşaltım noktalarından olan marina işletmelerinde Mavi Kart uygulamasının mevcut işleyişi ve bu işleyişte karşılaşılan sorunları ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak görüşme ve anket uygulaması kullanılmıştır.

Çalışmada öncelikle, çalışmanın temelini oluşturması açısından ikincil veri toplama yöntemi kullanılarak mavi kart uygulamasını ilgilendirecek hususlar ile ilgili kitaplar, dergiler, yayınlanmış raporlar, ulusal ve uluslararası makaleler ve internet veri tabanları incelenmiştir. Edinilen bilgilere paralel olarak anket formunu şekillendirmek için daha detaylı güncel veriler edinmek amacıyla sektörden yetkililer ile (marina müdürleri, mavi kart altyapısını kuran firmalar, tekne sahipleri, tekne kaptanları) yüz-yüze ve telefonla yarı-yapı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu süreçler sonunda toplanan bilgilere paralel olarak toplamda 19 Adet çoktan seçmeli ve açık uçlu sorunun yer aldığı anket formu hazırlanmıştır. Soru formunda ayrıca «Diğer Yorum ve Görüşleriniz» kısmı da yer almaktadır ve bu kısımda toplanan bilgiler çalışma için büyük önem taşımaktadır.

Çalışmanın ana kütlesini Türkiye'de faaliyet gösteren marina işletmelerinde üst düzey marina yetkilileri oluşturmaktadır. Kullanılan

örneklem ise Türkiye'de Ege, Akdeniz ve Marmara Denizi (İstanbul hariç) sahillerinde faaliyet gösteren ve denizde bağlama kapasitesi 200 tekne üzerinde olan 25 marina işletmesi üst düzey marina yetkilileridir.

Veri toplama sürecinde; anket formunu şekillendirmek için daha detaylı güncel veriler edinmek amacıyla sektörden yetkililer ile yapılan yüz-yüze ve telefonla yapılan yarı-yapı yapılandırılmış görüşmeler 15.10.2015-02.11.2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması e-posta yoluyla 03.11.2015- 30.11.2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve 14 marina işletmesinden anket uygulamasına geri dönüş alınmıştır. Geri dönüş alınan marinalar Antalya, Muğla (Göcek, Fethiye, Marmaris, Bodrum), Aydın, İzmir illerinde ve Güney Marmara Bölgesinde yer almaktadır. Bu durum da yatçılık faaliyetlerinin yoğun şekilde gerçekleştirildiği hemen hemen tüm bölgelerden anket çalışmasına geri dönüşler alındığını ortaya koymaktadır.

Yapılan anket çalışmasına mümkün olduğunca öncelikli olarak Marina Müdürlerinin katılımı sağlanmaya çalışılmıştır. Mavi kart sistemin hayata geçirilmesinden önce ve hayata geçirilmesi sonrasında T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve İMEAK (İstanbul, Marmara, Akdeniz ve Karadeniz) Deniz Ticaret Odası tarafından düzenlenen toplantı ve çalıştaylara daha çok marina müdürleri ve onlarla birlikte teknik müdürler katılım göstermektedir. Bu sebeple marina işletmelerinde konu ile ilgili en geniş kapsamlı bilgiye ve görüşe sahip olan kişiler de onlardır. Anketi yanıtlayan yetkililerden; 10'u Marina Müdürü, 2'si Teknik Hizmetler Müdürü, 2'si de Ön Büro Müdürü'dür. Özellikle bazı marina yöneticileri anket soruları haricinde, çalışmanın ilerleyen zamanlarında sektöre faydası olabilmesi açısından, konu ile ilgili önemli görüş ve düşüncelerini yazılı ve sözlü şekilde araştırmacı ile paylaşmışlardır.

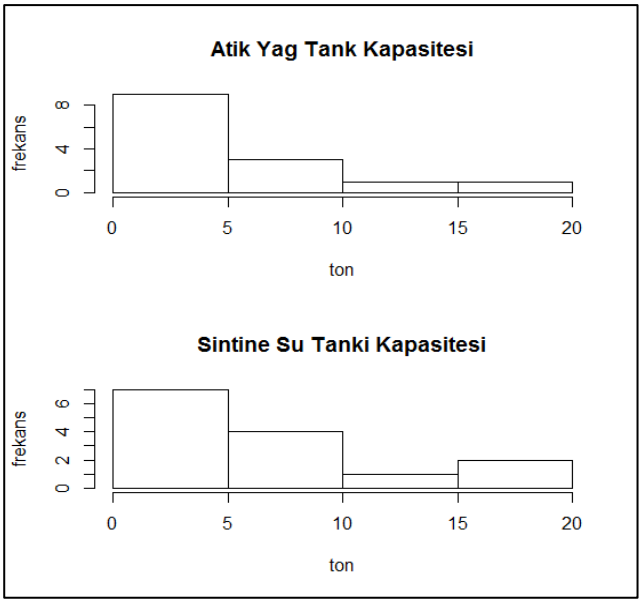
Görüşme yapılan yetkililer ve anketimizi cevaplayan marina yetkililerinin bilgileri, iletişime geçilen bazı tarafların talebi üzerine çalışmada gizli tutulmuştur.

4. BULGULAR

Türkiye'de faaliyet gösteren 14 farklı marina işletmesi yetkililerine uygulanan anket ve sektörde yetkili kişiler ile yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bulgular aşağıda sunulmaktadır. Ankete katılım sağlayan 14 marinanın hepsi Çevre İzin ve Lisans Belgesi'ne sahiptir.

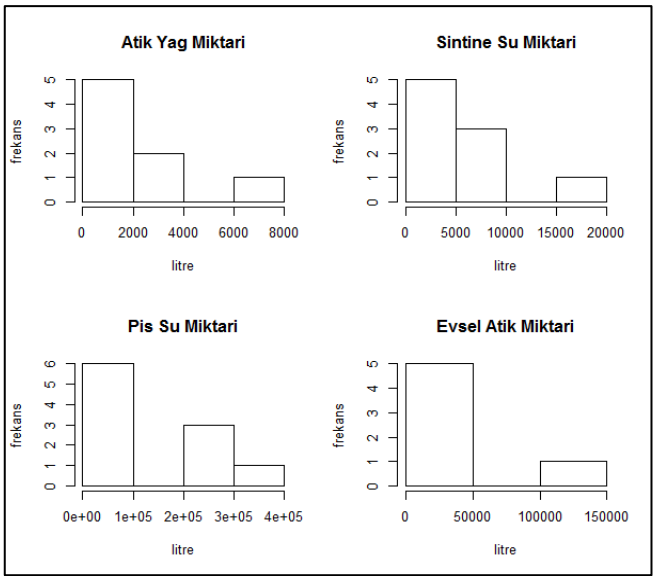
Mevcut Tank Kapasiteleri

Şekil 1'de de görüldüğü gibi marinaların büyük çoğunluğunda 5 tona kadar atık yağ tankı olduğu görülmektedir. Sintine su tankı ise sadece 4 marinada bulunmakta olup, kapasiteleri 1.5 ila 8 ton arasında değişmektedir.



Şekil 1: Marinaların atık yağ ve sintine suyu tankı kapasiteleri

Marinaların 2015 yılında, yatlardan topladığı atık yağ, sintine suyu, pis su ve evsel atık miktarları ise Şekil 2'de gösterildiği gibidir.



Şekil 2: Marinalarda toplanan atık yağ, sintine suyu, pis su ve evsel atık miktarları

Arıtma Sistemi

Marinalardan 10 tanesinde pis su alım sistemi, belediyenin kanalizasyon sistemine bağlıdır. Birçok yönetici (9 marina), bu konuda belediyelerden kaynaklı eksik altyapı söz konusu olduğunu belirtmişler; marinalar tarafından teknelerden toplanan ve belediyenin kanalizasyonuna aktarılan pissuların, bazı ilçelerde derin deniz deşarjı yöntemi ile tekrar denize bırakıldığını belirtmişlerdir. Bu konuda hem marina yöneticileri, hem de görüşülen bazı sektör yetkilileri, arıtma tesisi olmayan belediyelerin en kısa zamanda arıtma tesislerini kurmaları ve işletmeleri gerektiğini belirtmişlerdir.

Ayrıca bazı marina yetkilileri, marina işletmeleri tarafından ayrıştırılarak toplanan katı atıkların, bazı belediyeler tarafından toplanırken hepsinin bir araya getirildiğini ve geri dönüşüm amacıyla yapılan bu ayrıştırma işleminin bir anlamının kalmadığını belirtmiştir.

Mevcut Atık Alım Noktalarının Yeterliliği

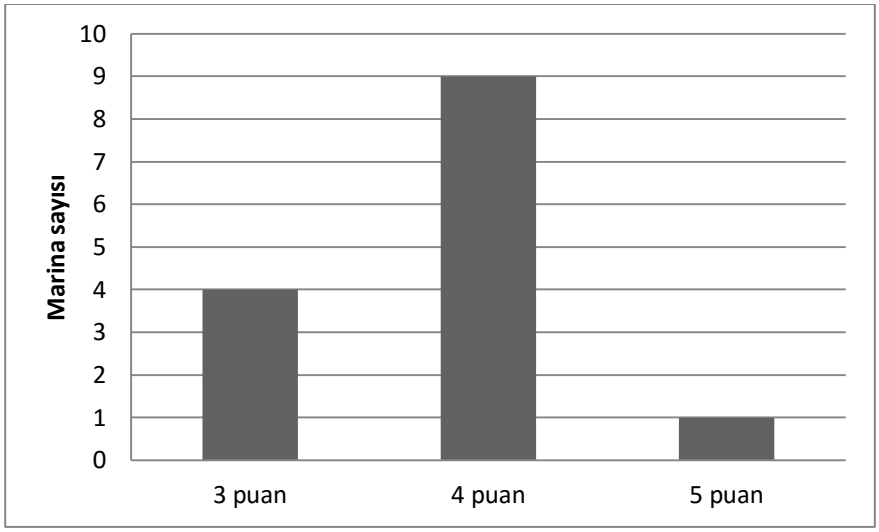
Marinaların 6 tanesi atık alım noktalarının yeterli olduğunu, diğer 8 tanesi ise yeterli olmadığını belirtmektedir. Özellikle sahip olunan koylar tarafından zengin olan Güney Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren marina işletmeleri, bölgelerinde mevcut atık alım noktalarının yeterli olmadığını

ve eksik bölgeler için yeni atık alım noktaları oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Bakanlık Yazılım Sistemi Altyapısını Değerlendirme

Anket çalışmasında marinaların, Mavi kart sisteminin Bakanlığa bağlı yazılım sistemini 5'li likert ölçeğine göre puanlandırmaları istenmiştir (1: çok kötü 5: çok iyi).

Marinaların 4 tanesi 3 puan, 9 tanesi 4 puan ve 1 tanesi de 5 puan vermiştir (Şekil 3). Marinalara mavi kart yazılım sisteminde yaşanan aksaklıklar sorulduğunda 5 marina aksaklık yaşamadığını, 9 tanesi ise zaman zaman sisteme bağlanamadıklarını ya da otomatik veri işleyemediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bazı yöneticiler, sistemin kuruluşundan bu yana yazılımda yapılan güncellemeler sayesinde yaşanan sorunların azaldığını belirtmişlerdir.



Şekil 3: Bakanlık Yazılım Sistemi Puanlaması (1: çok kötü 5: çok iyi).

Maliyetler

Marinalarda atık alım sistemine ortalama 70 ila 80 bin TL civarı yatırım yapıldığı, mavi kart sistemine yapılan yatırımın yaklaşık 25 bin TL olduğu, sistemin yıllık bakım maliyetinin 5 bin TL civarında olduğu öğrenilmiştir.

İlave İstihdam

Ankete katılan 14 marinanın yarısı, mavi kart sistemi için ilave personel istihdam ederken, diğer yarısı istihdamı gerekli görmemiştir. Mavi Kart Uygulaması kapsamında sahadaki mavi kart atık alım noktasında marinaların 1 daimi görevli bulundurma zorunluluğunu bazı marinalar, mevcut personelleri ile karşılamakta olup çekek sahası ya da akaryakıt görevlisini yönlendirerek çözmekte ve yeni personel istihdamına gitmemektedir. Mavi Kart programını kullanma ve karta atık işleme, yeni kart düzenleme, atık alım bedeli tahsil etme gibi işlemler ise marinaların tamamında ön büro personelleri tarafından herhangi yeni bir personel istihdamı yapılmadan yürütülmektedir.

Yoğunluk Durumu

Marinaların sadece 5 tanesi, yoğunluğa bağlı olarak zaman zaman sıkıntılar yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bu 5 marina Güney Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve günlük tekne yoğunluğu fazla olan marinalardır. Diğer bölgelerde yer alan marinaların bazıları ise, tekne sahiplerinin bu konuda yeterli bilince sahip olmamalarından dolayı herhangi bir yoğunluk yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

Kontratsız Tekneden Atık Alım Kabulü

Marinaların 9 tanesi marina ile kontratı bulunmayan teknelerden atık kabul etmekte, 3 tanesi etmemekte, 2 tanesi de eğer yoğunluk yoksa atık kabul etmektedirler. Kontratsız teknelerden atık kabul etmeyen marinalar bunun gerekçesi olarak; bu sistemin marinaya bir maliyeti olması (kurulum, bakım/tutum) ve marinalara atık alım lisansının, marinaların bağlama kapasitesine göre verilmesini göstermişlerdir.

Tekne Sahiplerinin Farkındalık Durumu

Marinaların 10 tanesi, tekne sahiplerinin mavi kart sistemi hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını düşünmektedir. Kağıt üzerinde her ne kadar uygulama tam gibi duruyor olsa da, tekne sahiplerinin bu konuda gereken bilince sahip olmaması, sistemin tam anlamıyla amacına ulaşmasında önemli bir engeldir. Özellikle bazı marinalar, tekne sahiplerini kart edinmeleri konusunda mümkün olduğunca bilgilendirmeye çalıştıklarını ve hatırlatıcı e-posta gönderdiklerini; buna rağmen hala marinalarında Mavi Kart uygulamasına geçmeyen teknelerin bulunduğunu belirtmişlerdir.

İlgili Mevzuatın Yeterliliği

Marinaların 3 tanesi, mavi kart sistemi mevzuatının yetersiz olduğunu düşünürken, 11 tanesi ise mevzuatın yeterli olduğu ancak iyileştirmesinin gerekli olduğunu belirtmiştir. Mevzuatın eksik yönleri sırasıyla;

- teknelere yönelik yaptırımların yetersiz olması,
- belediyelere yönelik yaptırımın olmaması ve bazı belediyelerin atıkları derin su deşarjıyla denize boşaltması,
- prosedür yoğunluğu,
- teknelere yapılan denetimlerin seyrekliğidir.

Sistemin Amacına Ulaşması

Marinaların 5 tanesi sistemin amacına ulaştığını, 6 tanesi ulaşmadığını ve 3 tanesi de kısmen amacına ulaştığını belirtmektedir. Uygulamanın kısmen amacına ulaştığını belirten yöneticilerden bazıları, sistemdeki eksiklikler tamamlanıp tüm paydaşlar tarafından sistemin uygulanmaya başlaması ile mevcut sorunların üstesinden gelinmesinin sağlanacağını belirtmişlerdir.

Diğer Yorum ve Görüşler

Marina müdürlerinden bazıları anketin "Diğer Yorum ve Görüşler" kısmında deniz kirliliğinin büyük bir oranının (%95 civarı) kara kaynaklı olduğunu ve bu kirlilik kaynağının acilen kontrol edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Tüm paydaşların bu konuda bilinçlenmesi için, eğitimin önemi marina yöneticileri tarafından belirtilen hususlar arasındadır.

Kara kaynaklı deniz kirliliğinin önlenmesi için kıyı belediyeleri ile gerekli çalışmaların yapılması ve Mavi Kart mevzuatıyla koordineli ilerlenmesi gerekliliği de yöneticiler tarafından belirtilmiştir. Kıyı belediyelerinde sıkı denetim ve takibin yapılması gerektiği, kanalizasyon çıkışlarından her ay alınacak su örneklerinin laboratuvar koşullarında denetlenmesi ve kamuoyu ile paylaşılması gerektiği marina yöneticileri tarafından belirtilen hususlardandır.

Çalışmada yöneticiler tarafından belirtilen; mevcut atık alımı yapan kıyı tesislerinin artırılması gerekliliğine paralel olarak, seyyar (deniz tipi) atık alım teknelerinin sayılarının artırılmasının, mevcut ihtiyaçlara yönelik etkin çözüm olacağı da belirtilen hususlar arasındadır.

Yöneticiler tarafından belirtilen bir konu da teknelere yönelik yapılan denetimlerin sıklaştırılması gerektiğidir. Ayrıca bazı marina yöneticileri, deniz kirliliği konusunda yat limanlarına bir takım yükümlülükler verildiği ve hatta cezai yaptırımlar uygulandığı ancak

buna rağmen yat limanlarının denetçi konumda olmasının beklenmemesi gerektiğini belirtmiştir. Tekne ve yat limanları arasında ticari bir ilişki söz konusudur ve teknelere yapılan denetlemelerin yetkili birimler tarafından gerekli zamanlarda yapılması gerekmektedir.

Mavi kart konusunda; deniz trafik yoğunluğun fazla yaşandığı marinalar, kullanılan yazılım sisteminde yaşanan iletişim sorununun (zaman zaman bağlantının kesilmesi) yoğun sezonlarda işletmede ciddi sıkıntıya neden olduğunu ve atık verip denize çıkmak isteyen yatçıyı bekletmek gerektiğini belirtmişlerdir.

Mavi kart yazılım sistemi ile ilgili herhangi bir sorun yaşandığında Bakanlık veya Çevre İl Müdürlükleri'nde konuya hakim ve sorunlar oluştuğunda teknik destek sağlayabilecek bilgili personelin bulunamaması da marinalar tarafından belirtilen hususlar arasındadır.

4. SONUÇ

Yatçılığın, deniz turizminin her geçen gün büyüyen bir alt dalı olduğu kuşkusuzdur. Türkiye turizmi açısından da büyük önem taşıyan yatçılık faaliyetlerindeki artış, gerek kıyılarda gerek denizel çevrede oluşabilecek çevresel etkilerin de artmasına neden olmaktadır. Mavi Kart uygulaması ile Türkiye'de yatçılık faaliyetinden kaynaklanan atık sorununa çözüm getirilmesi amaçlanmıştır. Başlangıçta pilot uygulama ile başlayan Mavi Kart 2016 yılı itibariyle ülke genelinde uygulanacak olup gerekli yatırım ve düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu çalışma kapsamında, marinaların Mavi Kart sisteminin kurulması ve işletilmesi aşamasında yaptıkları çalışmalar ve karşılaştıkları sorunlar ele alınmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, marinaların Mavi Kart sistemi için gerekli çalışmaları yaptığı görülmektedir. Birçok marina, atık yağ ve su ile çöp için gerekli düzenlemeleri yapmıştır. Yatçılık açısından yoğunluğun fazla olduğu güney Ege'de konumlanan marinaların atık alımı konusunda zaman zaman yoğunluğa bağlı sorunlar yaşandığı görülmüştür. Yoğunluğun fazla olduğu bu bölgede atık alım istasyonlarının arttırılmasına yönelik çalışmaların yapılması, sistemin etkinliği açısından önem taşımaktadır.

Marinaların atık alım istasyonlarını oluşturması ile yatlardan atıkların alınması ve atık miktarlarının kaydedilmesi açısından önemlidir. Ancak, marinalar, atıkların belediyelere teslim edilmesinden sonra, kıyı belediyelerinin yetersiz alt yapısı nedeniyle uygun şekilde bertaraf edilememektedir. Atık suların belediye sistemine aktarılmasından sonra arıtma tesisi bulunmayan belediyeler, atık sularını derin deniz deşarjı ile yine denize bırakmaktadır. Kıyı alanlarında gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin yapılan hukuki, altyapı ve benzer düzenlemelerde bütünleşik bir

yönetim anlayışının belirlenmesi bu gibi sorunların çözümünde etkili olacaktır.

Araştırmada marina yetkililerin görüşlerinden anlaşıldığı üzere yat sahiplerinin konuya ilişkin yeterli bilgileri bulunmamaktadır. Yat sahiplerinin sistemin işleyişi, kullanımı konusunda bilgilendirilmesi yönünde çalışma yapılması, kullanıcı tarafında oluşabilecek muhtemel sorunların önüne geçecektir.

Çalışma kapsamında marina idaresi hedeflenmiş olup bu araştırma daha sonra yat sahipleri gibi tarafların dahil edilmesiyle geliştirilmeye açıktır. Yürütülecek yeni araştırmalarla Mavi Kart sisteminin iyileştirilmesine yönelik bilgiler elde edilebilir.

KAYNAKÇA

DTO (2015). Deniz Ticaret Odası Dergisi. *Deniz Turizmi Özel Sayısı*. http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/Deniz%20Ticareti%20Dergisi/nisan_ek_15.pdf Erişim Tarihi: 01.12.2015.

DTO (2014). Deniz Ticaret Odası Resmi İnternet Sitesi. *Mavi Kart Sistemi*.http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/mavi-kart-sistemi.aspx Erişim Tarihi: 25.11.2015.

Motoryat Bilişim. (2015). *Mavi kart Marintürk yat.tv* https://www.youtube.com/watch?v=-x8yucO4IFs Erişim Tarihi: 22.11.2015.

Sarıışık, M., Turkay, O. ve Akova, O. (2011) *"How To Manage Yacht Tourism in Turkey: A Swot Analysis And Related Strategies".* Procedia Social and Behavioral Sciences, 24, 1014-1025.

Srinivasan, M., & Swain, G. (2007) "*Managing The Use Of Copper-Based Antifouling Paints".* Environ Manage, 39, 423-441.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2011) "*Mavi Kart Uygulama Genelgesi".* Ankara.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2015). *Fethiye Göcek* http://www.csb.gov.tr/gm/tabiat/index.php?Sayfa=sayfa&Tur=webmenu&Id=192 Erişim Tarihi: 22.11.2015.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2013). *Mavi Kart uygulaması yaygınlaşıyor.*http://www.csb.gov.tr/gm/cygm/index.php?Sayfa=haberdetay&Id=11176 Erişim Tarihi:10.11.2015.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0014

KRUVAZİYER TURİZMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMI

[1]Reyhan A. AYAZLAR, [2]Gökhan AYAZLAR

ÖZET

Dünya genelinde hızla gelişmeye devam eden turizm endüstrisinin gerek ulusal gerekse uluslararası alanda sürdürülebilirliğe etkileri tartışılmaktadır. Bu anlamda turizmin çevresel, ekonomik ve sosyal anlamda sürdürülebilirliğe birtakım olumlu ve olumsuz etkilerinden söz etmek mümkün olmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı, turizmde özel bir alan olarak deniz turizminin geleceği açısından da önemlidir. Dolayısıyla deniz turizminde önemli bir rol oynayan kruvaziyer gemilerinin olumlu ve olumsuz olmak üzere deniz turizminin sürdürülebilirliğinde çeşitli etkileri ortaya çıkmaktadır. Gerek uluslararası alanda gerekse üç tarafı denizlerle çevrili ülkemiz açısından önemli bir kaynak niteliğinde olan kruvaziyer gemilerinin turizme sağladığı olumlu katkılarının uzun vadeye yayılması açısından sürdürülebilirliğin sağlanması gerekmektedir. Kruvaziyer gemileri pazarda önemli bir paya sahip olmakla birlikte sermayesi temiz sular olan deniz turizmi açısından bir tehdit haline de dönüşmektedir. Bu anlamda kruvaziyer gemilerinin sürdürülebilirliğe etkilerinin tartışıldığı bu çalışmada olumlu ve olumsuz yönler ortaya konmakta ve özellikle ülkemiz açısından olumsuz yönlerinin giderilmesi noktasında alınabilecek önlemlere yönelik tavsiyelerde bulunulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Kruvaziyer, Sürdürülebilirlik

1. GİRİŞ

Kruvaziyer turizmi dünya genelinde hızla gelişen bir pazardır. Gelişmiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ülkeler de önemli ekonomik katkıları bulunan kruvaziyer turizminden pay almaya çalışmaktadır. Bununla birlikte kruvaziyer turizminin gelişiminde sürdürülebilirlik anlayışının göz ardı edilmesi olumsuz bazı etkilere neden olabilmektedir.

Uzun vadede ihtiyaç duyulabilecek kaynakları tüketmeden bugünün gelişimini sağlamak ifadesiyle tanımlanabilecek olan sürdürülebilirlik, bir turizm çeşidi değil bütün turizm çeşitlerinin olumlu

[1] Öğr.Gör.Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, Aydın, reyhanayazlar@gmail.com
[2] Yrd.Doç.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, gokhanayazlar@gmail.com

gelişimi açısından mutlaka göz önünde bulundurulması gereken bir yaklaşım olarak değerlendirilmelidir. Sürdürülebilirlik yaklaşımının ekonomik, sosyokültürel ve çevresel olmak üzere üç temel bakış açısına sahip olması önerilmektedir (Brida ve Zapata, 2009: 206; Klein, 2011: 108). Dolayısıyla kruvaziyer turizminin ekonomik, sosyokültürel ve çevresel alanlardaki karşılaşılabilecek olumsuz etkilerinin ortaya konularak gerekli önlemlerin alınması, kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliği açısından önemli görülmektedir. Bir diğer deyişle kruvaziyer turizminden elde edilecek gelirin adil paylaşımı, yerel halkın yaşamının olumsuz yönde etkilememesi ve doğal çevreye zarar vermeden gelişimi sağlanmalıdır. Ancak bu koşullarda sürdürülebilir bir kruvaziyer turizminden söz edilebilir.

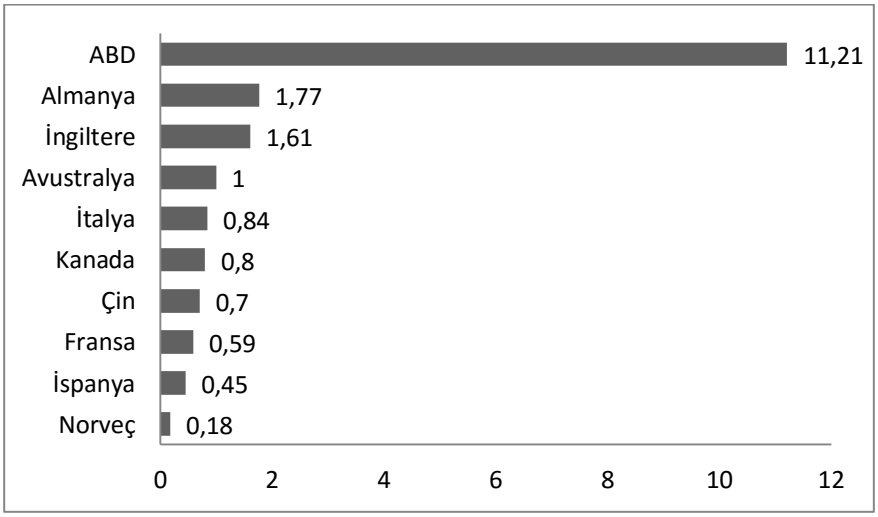
Bu çalışmanın amacı, kruvaziyer turizminin sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde mevcut yapısını ortaya koymak ve daha sürdürülebilir bir kruvaziyer turizmi için önerilerde bulunmaktır. Bu amaca yönelik olarak öncelikle kruvaziyer turizminin günümüzdeki durumu incelenmiş ve sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkileri ele alınmıştır. Daha sonra dünya genelinde uygulama örnekleri değerlendirilerek kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliğine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

2. KRUVAZİYER TURİZMİ

Kruvaziyer turizmi Wild ve Dearing (2000: 319) tarafından "konukların temel amacı yolcu taşımacılığı olan bir gemiye para ödemek suretiyle bindikleri denize dayalı bir seyahat" olarak tanımlanmaktadır. Kruvaziyer turizminin gerek sektörde gerekse sektör dışındaki birçok alanda çeşitli etkilere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Kruvaziyer turistlerinin harcamaları sektöre doğrudan bir etki etmekte ve sektördeki çeşitli işletmeler bu harcamalardan pay almaktadır. Sektör dışındaki işletmelerin de dolaylı yoldan olmak üzere kruvaziyer turizminden yararlandığı söylenebilir (Evangelia ve Maria, 2012: 72).

İlk kez 1831 yılında İtalya'da başlayan kruvaziyer turizmi, seyahat endüstrisinin en hızlı gelişen segmentlerinden biri olarak uluslararası arenada yerini almıştır. 1970'li yıllarda 500.000 turist sayısına sahip olan kruvaziyer turizmi 2014 yılı itibariyle dünya genelinde 22,04 milyon turist sayısına ulaşmıştır. Son on yılda kruvaziyer turizm talebi %68'lik bir artış göstermiştir. Bu turistlerin yaklaşık olarak yarısı ABD vatandaşlarından oluşmaktadır. Toplam turist sayısının ülkelere göre dağılımı Şekil 1'de gösterilmektedir. 2018 yılında bu rakamın 24.1 milyona ulaşması beklenmektedir (CLIA, 2015; Deniz Ticareti, 2015: 3-4; Hritz ve Cecil, 2008: 169; Copeland, 2014: 4; Caric, 2015: 4).

Kruvaziyer turizminin yeni başladığı dönemlerde rotalar bir hafta ya da bir ayı geçecek kadar uzun süreli gerçekleştirilmekteydi. Zaman içerisinde sektördeki gemi arzının artmasıyla birlikte işletmeler kitle turizmine yönelmiş, 3-4 günü kapsayan tur rotaları oluşturmuş ve 200$'ın altında tur satışları gerçekleştirmeye başlamıştır. Düşük ücretli bu kruvaziyer turları sektörün hızla büyümesinde önemli bir rol oynamıştır. Nehir seferleri de dahil olmak üzere dünya genelinde 2014 yılı itibariyle 411 kruvaziyer gemisi aktif bir şekilde faaliyetlerine devam etmektedir. Bu gemilerin 278'i okyanusta, 133'ü ise nehirlerde faaliyet göstermektedir. Kruvaziyer gemilerinin misafirlerine sunduğu toplam yatak kapasitesi ise 470 bin civarındadır. (CLIA, 2015; Deniz Ticareti, 2015: 3-4; Hritz ve Cecil, 2008: 169-170; Copeland, 2014: 4; Caric, 2015: 4).



Şekil 1: Ülkelere Göre Kruvaziyer Turistleri (Milyon)

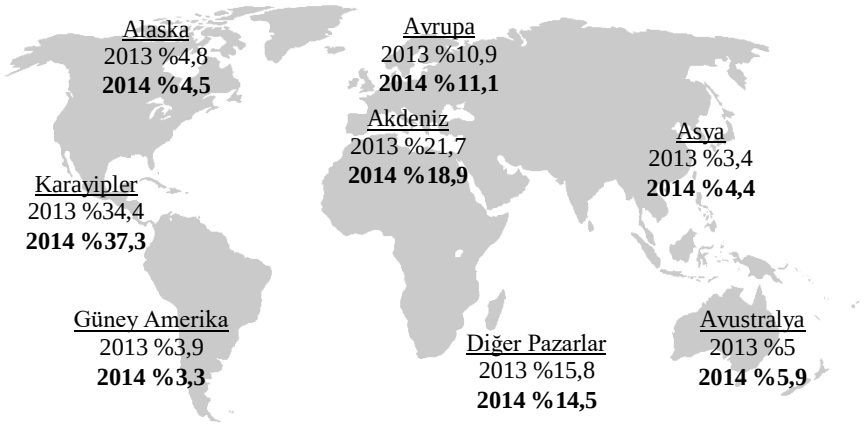
Kaynak: CLIA, 2015

Dünya pazarında Kuzey Amerika ve Karayipler %41,8'lik bir oran ile en fazla kruvaziyer turisti ağırlayan bölgelerdir. Bu bölgeleri %30'luk bir oran ile Akdeniz çanağını da içine alan Avrupa pazarı takip etmektedir. Dünyanın en fazla ziyaret edilen kruvaziyer destinasyonları 2013-2014 karşılaştırması ile Şekil 2' de sunulmaktadır.

Son yıllarda Mısır'dan sonra Türkiye'de de gemi ve turist sayısı bakımından görülen artışlar ülkemizin bu pazardaki yerini hissettirmektedir. Kruvaziyer turizminin Türkiye'deki durumuna bakıldığında 2014 yılı itibariyle 22.04 milyon turistin 2.2 milyonunun

ülke sınırlarındaki limanlarda ağırlandığı görülmektedir. Bir diğer deyişle kruvaziyer turistlerinin yaklaşık %10'u Türkiye'ye uğramıştır (CLIA, 2015; Deniz Ticareti, 2015: 3-5; Caric, 2015: 5).

Kruvaziyer turizmi gemi seferleri ve bu gemilere hizmet eden limanlar olmak üzere iki şekilde değerlendirilmektedir. Kruvaziyer turizminde gemi yatırımlarının oldukça yüksek olması sebebiyle birçok ülke liman işletmeciliği ile pazarda yer edinmeye çalışmaktadır. Türkiye Akdeniz çanağında yer alan İspanya, İtalya, Tunus, Hırvatistan, Yunanistan, Malta gibi rakipleri ile kruvaziyer turizminden pay almaya çalışmaktadır. Türkiye'de en çok tercih edilen destinasyonlar arasında %30 ile İstanbul yer almakta ve bunu Kuşadası (%25.7) ve İzmir (%21.7) limanları takip etmektedir (Resort, 2015: 27).



Kaynak: CLIA, 2015

Şekil 2: Kruvaziyer Turizminde En Fazla Ziyaret Edilen Destinasyonlar

Yıllara göre Türkiye'ye gelen kruvaziyer gemi ve turist sayısı Tablo 1'de gösterilmektedir. Tabloya göre kruvaziyer turizmi yıllara göre sürekli bir artış göstermiş yalnızca 2008-2009 krizinden etkilenerek bu dönemlerde düşüş yaşanmıştır. Benzer bir düşüş 2014 yılında da gözlemlenmekte ancak 2015 yılı sonu itibariyle kruvaziyer seyahatlerinin %2-3 seviyelerinde artış göstererek turist sayısının 2.3 milyona çıkması beklenmektedir (Deniz Ticareti, 2015: 4).

Tablo 1: Türkiye'ye Gelen Kruvaziyer Gemi ve Turist Sayısı (2003-2014)

YIL	GEMİ SAYISI	TURİST SAYISI
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: Deniz Ticareti, 2015: 4

Kruvaziyer turisti, kruvaziyer turizminin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Kruvaziyer seyahatlerinin ortalama 7 gün sürdüğü göz önünde bulundurulduğunda bir kruvaziyer turisti bu seyahatte ortalama 1.719$ harcama gerçekleştirmektedir. Söz konusu harcama miktarı turistlerin yalnızca gemide yaptıkları harcamalar olup gemi dışında yapılan harcamalar bu rakama dahil değildir. Bu rakama göre kruvaziyer turistinin normal turistin 3 katı harcama gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür. Türkiye'ye gelen normal turistin günlük ortalama harcaması 50-55$ civarındayken, kruvaziyer turistinin harcamaları 120 ila 150$ seviyesindedir. Kruvaziyer gemilerinde görevli çalışanlar ise limanlarda günlük ortalama 70$ harcama gerçekleştirmektedirler. Bu rakamlar doğrultusunda kruvaziyer turisti ve çalışanlarının Türkiye'de yaklaşık 400 milyon $ harcama yaptıklarını söylemek mümkün olmaktadır. Kruvaziyer turistlerinin yaş ortalaması 50 olarak belirlenmiştir. Yıllık olarak ortalama 100-110 bin $ gelir seviyesine sahip olan kruvaziyer turistlerinin bu turizm türünü tercih etme sebeplerinin başında "eğlenceli ve hesaplı lüks" bir turizm türü olması olarak gösterilmektedir. (Deniz Ticareti, 2015: 4-6). Tablo 2'de kruvaziyer turistlerinin harcama kalemleri yer almaktadır.

Tablo 2: Kruvaziyer Turistlerinin Harcamaları

HARCAMA KALEMİ	HARCAMA ($)
Bilet	1.304
Seyahat Sırasında Harcama	415
Casino/Bar	222
İniş Giderleri (Kruvaziyere Kalan)	81
Spa	40
Diğer	61
Toplam	**1.719**

Kaynak: Resort, 2015:21

Kruvaziyer turizminin küresel düzeydeki ekonomik etkileri oldukça ilgi çekicidir. 2014 yılında destinasyonları ziyaret eden 118 milyon turist ve mürettebatın meydana getirdiği toplam gelir 55,77 milyar $ olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam kruvaziyer operasyonları için üretilen mal ve hizmetlere yönelik doğrudan harcamaları içermektedir. Doğrudan, dolaylı ve uyarılmış harcamalar birlikte hesap edildiğinde küresel düzeyde toplam 119,90 milyar $'lık etkileyici bir rakam ortaya çıkmaktadır. Ekonomik yapı içerisinde değerlendirilebilecek bir diğer boyut kruvaziyer gemilerinin oluşturduğu istihdamdır. 2014 yılı itibariyle 939.232 çalışan için 39,34 milyar $ ödeme yapılmıştır (CLIA, 2015:5-6).

Kruvaziyer turizmi diğer turizm türleri ile karşılaştırıldığında yalnızca deniz ve güneş ihtiyacının olmaması sayesinde daha uzun bir sezon aralığına sahip bulunmaktadır. Gemi durakları günübirlik ziyaretleri kapsadığından ve kruvaziyer turisti bu duraklardaki tarihi yerleri ve diğer farklılıkları keşfetmeyi istediğinden destinasyonun iklimi ikinci planda yer almaktadır. Dolayısıyla kruvaziyer turizminin Mart ayından Aralık ayına kadar daha geniş bir zaman aralığını kapsadığını söylemek mümkündür (Deniz Ticareti, 2015: 10).

3. KRUVAZİYER TURİZMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü turizmde sürdürülebilirlik "turizmin günümüz ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin tam anlamıyla bilincinde olarak; ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarının karşılanması" şeklinde tanımlanmaktadır (UNWTO, 2005: 12).

Sürdürülebilirlik ilkesi turizmin önemli doğal kaynaklarından biri olan denizler açısından da gündemde tutulması gerekmektedir. Denizlerde sürdürülebilir bir gelişme için doğal kaynaklara zarar vermeden günümüz ihtiyaçlarının dikkatli bir şekilde karşılanması gerekmektedir. Bu durum kruvaziyer turizminin geleceği açısından da önem taşımaktadır. Butt'a (2007: 593) göre kruvaziyer turistleri dünya genelinde ekolojik ya da biyo-çeşitlilik anlamında hassas olan bölgeleri cezbedici bulmakta ve bu durum kruvaziyer turlarını tercih etmelerinin temel sebeplerinden biri olmaktadır. Benzer şekilde bir kruvaziyer gemi şirketinin liman seçmede öncelik verdiği kriterler arasında coğrafya, çevresel konular ve destinasyondaki yerel durum gibi sürdürülebilir yaklaşımda da vurgulanan unsurlar yer almaktadır (Deniz Ticareti, 2015: 25).

Kruvaziyer turizminin çeşitli alanlara katkı yaptığı açıktır. Bununla birlikte kruvaziyer turizminin olumsuz yönlerine de dikkat çekilmektedir. Örneğin Belize'de turizm paydaşları ile gerçekleştirilen bir

araştırmaya göre kruvaziyer turizminin paydaşlar tarafından algılanan olumlu ve olumsuz yönleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Kruvaziyer Turizminin Algılanan Etkileri

Etkiler	Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkiler
Ekonomik	Artan gelirler ve yatırımlar, artan iş olanakları, altyapının gelişmesi	Yetersiz (az) harcama yapılması, mola ziyaretlerinde uyuşmazlıkların yaşanması
Sosyo-Kültürel	Kültürel paylaşım ve öğrenme	Artan suç oranı ve uyuşturucu kullanım, arazi fiyatlarının yüksek olması, aşırı kalabalıklaşma, trafik yoğunluğu
Çevresel		Aşırı kalabalıklaşma, kaynaklara kısıtlı ulaşım, artan atık ve kirlilik oranı.

Kaynak: http://www.responsibletravel.org/projects/documents/qualitative_results.pdf

Kruvaziyer turizminin sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ele alınmasında Klein (2011: 108) çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel bakış açılarını önermektedir.

3.1. Ekonomik Yaklaşım

Kruvaziyer turizminin doğrudan ve dolaylı olmak üzere ekonomik etkilerinden söz edilebilir (Dwyer ve Forsyth, 1998: 395). Bunun yanı sıra kruvaziyer turizmi, turizmin mevsimsellik özelliğinin azaltılmasında da etkili olabilmektedir (Deniz Ticaret, 2015: 16). Limanlar kruvaziyer gemilere yanaşma, su, elektrik ve atık yönetimi gibi hizmetler sunarak kar elde etmektedir (Polat, 2015: 442). Ayrıca kruvaziyer turistleri gemiden inerek hediyelik eşya, yerel ürünler, yiyecek-içecek gibi alanlarda harcamalar gerçekleştirmektedir (Hritz ve Cecil, 2008: 169). Kruvaziyer turizminde turistlerin yanı sıra gemide çalışan mürettebatın ve tur operatörünün çeşitli alanlarda harcamaları bulunmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: Kruvaziyer İle İlgili Yapılan Harcamalar

Turistlerin Harcamaları	Operatörün Harcamaları	Mürettebatın Harcamaları
Havayolu ücretleri	Liman harcamaları	Yerel mürettebat
İç seyahat	Hükümet ücretleri	Yabancı mürettebatın liman harcamaları
Ek harcamalar	Liman ücretleri	Gemi bakımı
Konaklama	Çekme ücreti	Turistlerin geldiği ülkedeki pazarlama faaliyetleri
Yemekler	Toptan	Vergiler
Alışveriş	Perakende ve toptan	Gelir vergisi
Günlük geziler	Yakıt ikmali	Gümrük vergisi
Liman harcamaları	Hizmetler (atık imha, su)	Yurt dışına çıkış vergisi

Kaynak: Polat, 2015: 442.

Kruvaziyer turizminin ekonomik etkileri turizm gelirleri, liman gelirleri, gemi inşa sanayi, gemi ikmal, gemi acentaları ve kamu gelirleri başlıkları altında incelenebilir. *Turizm gelirleri* ile kruvaziyer turistlerinin tüm harcamaları ifade edilmektedir. Bu gelir, ülke ekonomisine doğrudan bir katkı sağlamaktadır. *Liman gelirleri* kapsamında limana giriş-çıkışlarda ödenen çeşitli gelirler yer almaktadır. *Gemi inşa ve bakım gelirlerinde* kruvaziyer gemilerinin onarım masrafları yer almaktadır. Kruvaziyer gemilerinin onarım masrafları yük gemilerine oranla daha fazla gelir getirmekte ancak ülkemizde yer alan tersanelerin bu pazardan pay alamadığı bilinmektedir. *Gemi ikmal gelirleri,* gemide yer alan ve toplamda 5.000'e yakın bir nüfus anlamına gelen turist ve mürettebat için kumanya ve aynı zamanda yağ ve yakıt gelirlerini kapsamaktadır. *Gemi acentaları ve kamu gelirleri* de kruvaziyer gemilerinin yararlandıkları çeşitli hizmetler karşılığında elde edilen gelirler olarak söylenebilir (Deniz Ticareti, 2015: 12). Bununla birlikte kruvaziyer turizminin yerel halka ekonomik anlamda herhangi bir getirisinin bulunmadığı görülmektedir.

Brida ve Zapata (2009: 215) kruvaziyer turizminin doğrudan ve dolaylı ekonomik etkilerinin hesaplanmasının zorluğuna dikkat çekmektedirler. Ayrıca kruvaziyer turizminin ekonomik katkılarının abartıldığına da yönelik çeşitli eleştiriler bulunmaktadır. Buna göre kruvaziyer turisti kendisini güvende hissetmek adına limandan çok fazla uzaklaşmamaktadır. Zaten geminin kendisi, 24 saat yiyecek-içecek, eğlence ve alışveriş olanakları sunması sayesinde bir çekim merkezi haline dönüşmektedir (Hritz ve Cecil, 2008: 169). Lester ve Weeden (2004: 47) kruvaziyer gemilerinin bir destinasyona yanaştıklarını ancak geminin aynı zamanda konaklama yeri olması nedeniyle turistlerin istemedikleri müddetçe kıyıya inmediklerini ifade etmektedir. Aynı zamanda karada geçirilecek zamanın sınırlı olması bir diğer deyişle karadaki gezilerin kısa süreli olması da turistlerin bu isteksizliklerini

artırmaktadır. Kruvaziyer turizminin kitle turizmine yönelmesi sonucu tur ücretlerinin azalması ile daha fazla sayıda turistin bu turlara katılmalarına olanak tanınmış ancak bu durum destinasyonlardaki harcamalar bakımından olumlu bir etki oluşturmamıştır.

Kruvaziyer gemilerinin mobil özellikte olması limanların gemileri kendilerine çekmek için yoğun bir rekabete girmelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla liman ücretleri oldukça düşük tutulmaktadır. Ücretlerini düşük tutmaya çalışan limanlar işgücü ve çevreye olumsuz etkileri olan alternatif yöntemlere başvurmak durumunda kalmaktadır. Turistik destinasyonlardaki kıyafet, aksesuar ve hediyelik eşya satan esnaflar ve günlük turlar düzenleyen yerel acentalar kruvaziyer turistlerinin harcamalarının önemli bir kısmına sahip olmaktadır. Bununla birlikte bölgedeki restoranlar turistlerin harcamalarından çok az yararlanmaktadır. Çünkü düzenlenen turlar yeme-içmeyi de kapsamakta ya da günlük turlara katılmayan turistler öğle ya da akşam yemeklerinde gemide olmaktadır. (Polat, 2015: 442)**.**

Tablo 5: Kruvaziyer Şirketlerinin Lobicilik harcamaları

Kruvaziyer Şirketi	Toplam ($)		
	2004	2013	2014
Carnival	40.000	818.000	837.000
RCCL	20.000	691.000	514.000
Holland America	20.000	120.000	120.000
IACL	-	140.000	130000
Cruise Line Arison	100.000	120.000	120.000
CLIA Cruise Line International Association	991.946	1.420.000	1.410.000

Kaynak: http://www.cruisejunkie.com/lobbying.pdf

Kruvaziyer turizmiyle ortaya çıkan ekonomik faydanın ağırlıklı olarak kruvaziyer gemilerin bağlı olduğu şirketler tarafından kullanılması çeşitli araştırmacılar tarafından (Braun vd., 2002; Brida ve Zapata, 2009) dile getirilmiştir. Ekonomik faydanın adil dağıtılmamasının yanı sıra sosyokültürel ve çevresel düzeydeki olumsuz etkileri de birlikte değerlendirildiğinde kruvaziyer turizminin hızlı gelişimini anlamak zor olabilmektedir. Bu konu ile ilgili en açıklayıcı bilgi kruvaziyer turizm talebinin yaklaşık yarısını elinde tutan ABD'den gelmektedir. Diğer tüm büyük endüstri temsilcileri gibi kruvaziyer gemi şirketleri de kanun yapıcılar üzerinde lobicilik faaliyetlerinde bulunmaktadır. Tablo 5'te kruvaziyer endüstrisinin en büyük şirketlerinin ABD Kongresindeki lobicilik faaliyetleri ile ilgili yaptıkları harcamalar gösterilmektedir.

Tablo 5'e göre lobicilik faaliyetlerinde şirketlerin yanı sıra uluslararası kruvaziyer şirketlerinin birliği olan CLIA'nın da lobicilik faaliyetinde bulunduğu ve en yüksek düzeydeki harcamayı üstlendiği

görülmektedir. Tablo verilerinin derlendiği cruisejunkie.com sitesinin iddiasına göre kruvaziyer şirketlerinin Amerikan senatosundaki lobicilik faaliyetleri için harcadığı para 2014 yılı için toplamda 3.131.000$ dır.

3.2. Sosyokültürel Yaklaşım

Kruvaziyer gemilerinin ortaya çıkardığı sosyokültürel etkiler limanların toplumsal taşıma kapasitelerinin göz önünde bulundurulması ile değerlendirilebilir. Toplumsal taşıma kapasitesi De Ruyck vd (1997: 829) tarafından kalabalık toleransı veya ziyaretçi ve yöre halkının hala konforlu ve rahat hissedebildikleri maksimum ziyaretçi yoğunluğu olarak açıklanmaktadır. Avcıkurt (2015) ise turistik deneyim neticesinde sağlanan tatmin veya mutluluğun en alt seviyesini belirleyen bir kavram olan sosyal taşıma kapasitesinin ayrıca, algısal, psikolojik veya davranışsal ve toplumsal kapasite olarak da ifade edilebileceğini belirtmektedir. Kruvaziyer gemilerinin taşıdığı turist sayısı düşünüldüğünde limana gelen bir kruvaziyer gemisi ile anlık olarak binlerce insanın limanda yaşayan insanların kullanım alanlarını paylaşması durumu ortaya çıkmaktadır. Gemi sayısının iki veya daha fazla olduğu limanlarda bu sayı daha etkileyici düzeylere çıkabilmektedir.

Kruvaziyer turistleri limanda deneyimledikleri ürünlerin keyfini çıkartırken yerel halkın oluşan ani kalabalığa karşı tolerans düzeyi zorlanmaktadır. Çünkü turistik bölgelerdeki hayat kalitesinin belirleyici faktörlerinden birisi de ziyaretçi sayısıdır. Ritter ve Schafer (1998: 68) kısıtlı zamana sahip kruvaziyer turistlerinin kısa zamanda en fazla turistik ürün deneyimi elde etme güdüsüyle davrandıklarını ifade etmektedir. Böyle bir ziyaret biçiminde turist yerel halk etkileşiminden beklenen kültürel çıktının çok düşük düzeyde ve niteliksiz olması kaçınılmazdır. Bu konuda Klein (2011: 113) Florida'nın Key West şehrinde diğer liman şehirlerinden farklı bir tutum sergileyerek kruvaziyer ziyaretçilerinden oluşan kalabalığın yöre halkı ve karadaki ziyaretçiler açısından oluşturduğu rahatsızlığın dikkate alındığını ve 2008 yılında kruvaziyer ziyaretçi sayısının azaltılmasına karar verildiğini aktarmaktadır. Ancak diğer liman şehirlerinin ekonomik fayda beklentisi karşısında böyle bir kararı almasını beklemek çok da gerçekçi olmaz. Küçük ada destinasyonlarında bile kruvaziyer turistleriyle yerel halkın sayısal oranlarının büyüklüğü karşısında henüz kısıtlayıcı önlemler alınmamıştır. Örneğin Brida ve Zapata (2009: 221) Güney Karayip bölgesinde bir Meksika adası olan Cozumel'in 73.000 nüfusa sahip olduğunu, ancak bir günde adaya yanaşan 7 büyük kruvaziyer yolcu gemisinden inen 20.000 insan adaya indiğinde altından kalkılması zor bir kalabalıkla karşılaşıldığına dikkat çekmektedirler. Başka bir örnek de Kanada'da 120 kişinin yaşadığı bir sahil köyü olan Nova Scotia'dan verilebilir. Gözde kruvaziyer limanlarından biri olan ancak sınırlı ulaşım imkanlarına sahip Nova Scotia'ya gelen fazla sayıda kruvaziyer turisti için 50 otobüslük bir

hizmet sunulmaktadır. Yöre halkı bu ulaşım hizmetiyle ortaya çıkan sıkışıklık, hava kirliliği ve yerel halkın kullandığı yaya yollarındaki bozulmayla mücadele etmek zorunda kalmaktadır.

Kruvaziyer turizmi ile gelen bir diğer etki limanların tek tipleşmesi olarak ifade edilebilir. Çoğu liman kruvaziyer turistleri için kuyumcu dükkânları, içecekler ve benzer ürünler için vergisiz satış mağazaları, turistlere yönelik ürünler satan çeşitli satış noktaları sunmaktadır. Klein (2011: 113) bu durumun dükkan sahipleri için dış ticaret açısından ekonomik bir değer sunmakla birlikte yöre halkı açısından bir önem ifade etmediğini belirtmektedir. Bu yapılanma liman şehrinin imajını değiştirdiği gibi yerel halkın bölgeyi kullanımını da olumsuz yönde etkilemektedir.

Sosyokültürel bağlamda ele alınabilecek başka bir konu turistlerin yerel kültürü deneyimleme isteğine yönelik olabilir. Liman şehrinin aynı zamanda kıyıda ziyaretçilerinin bulunduğu durumlarda şehrin otantik yapısının korunması oldukça zorlaşmaktadır. Talebin yoğun olduğu bu durumlarda ürünlerin otantik özelliklerini koruyamadıkları ve sahte ürünlerle ziyaretçilere otantik deneyimlerin yaşatılmaya çalışıldığı durumlar söz konusu olabilmektedir.

Kruvaziyer turizmi ile ortaya çıkan sosyokültürel etkileri çalışanlar açısından da değerlendirmek mümkündür. Kruvaziyer gemileri binlerce turiste ev sahipliği yaparken dünyanın farklı bölgelerinden binlerce çalışan için bir çalışma ve yerleşim yeri niteliğindedir. Kruvaziyer gemilerinin çevresel bakış açılarında olduğu gibi işgücü konusunda da pek masum olduğu söylenemez. Brida ve Zapata (2009: 221) kruvaziyer çalışanlarının uzun çalışma saatleri, düşük ücretler, iş güvenliğinden uzak uygulamalar ve çeşitli istismarlar ile karşı karşıya olduklarına dikkat çekmektedir. Aynı zamanda çalışanların kendilerine iş ayarlayan aracı kurumlara yasal olmayan ücretler ödemek zorunda bırakılmaları bu bağlamda değerlendirilmesi gereken bir başka önemli durum olarak görülmektedir. Wood (2000: 350-351) bu sorunlar karşısında kruvaziyer gemileri için önemli olan konunun hangi ülkenin bayrağını taşıdığı olduğuna dikkat çekmektedir. Kolaylık sağlayan bayrak olarak tanımlanan Panama, Liberya ve Bahama ülkelerinin bayrakları kruvaziyer şirketleri tarafından özellikle tercih edilmektedir. Bu bayraklardan birine sahip kruvaziyer gemi çalışanları, işleri ile ilgili hukuki işlemlerde geminin bayrak aldığı ülkenin kanunlarına göre işleme tabi tutulmaktadırlar. Sözü geçen bu ülkelerdeki uygulamaların çalışanlardan yana olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Bir belirsizlik oluştuğunda ülkeler kolaylıkla uygulamalarını değiştirebilmektedir. Örneğin Panama kanunları çalışanlar için haftada bir günün tatil olacağını garanti etmesine rağmen, kruvaziyer şirketlerinin

lobicilik faaliyetleri ile kruvaziyer çalışanları için istisnalara yönelik kanunlar çıkartabilmektedir.

3.3. Çevresel Yaklaşım

Çevre faktörü turistik destinasyonlarda ve turizm endüstrisinde önemli bir rol oynamaktadır. Öyle ki turistik destinasyonlar sahip oldukları çevresel faktörler sayesinde de tercih edilebilmektedir. Birçok turist ekolojik anlamda hassas ve el değmemiş doğal alanlarda tatillerini geçirmek istemektedir. Kruvaziyer turizmi açısından da çevresel kaynaklardan biri olarak temiz sular, önemli bir çekici unsur olarak değerlendirilebilir.

Alanyazında kruvaziyer turizminin çevreye olumsuz etkilerinin daha çok olmasından dolayı bu noktaya ve çözüm önerilerine sıklıkla odaklanıldığı görülmektedir. Polat'a (2015: 443) göre kruvaziyer gemileri dünya denizleri üzerinde en fazla atığa neden olan araçlardan biri olarak görülmektedir. Kruvaziyer gemilerinin çıkardıkları emisyon nedeniyle oluşan kirlilik düzeyi küçük bir şehirle karşılaştırılabilecek düzeydedir. Seyahat boyunca gemiler, önemli miktarlarda ekolojik ayak izine neden olmakta, iklimsel problemler ve sağlık sorunlarının oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle gemi mürettebatı ve kıyı bölgelerde yaşayan yerel halk kalp ve karaciğer rahatsızlıkları konusunda tehlike altındadır. Eijgelaar vd. (2010: 347) kruvaziyer gemilerinin ortalamanın üzerindeki karbon emisyon oranları ile her seferlerinde iklim değişikliğine yaptığı etkiye dikkat çekmektedir.

Kruvaziyer gemilerinin dünya genelindeki ticaret filolarının %1'inden daha az bir yer edinmesine rağmen gemi atıklarının %25'inden sorumlu olması (Butt, 2007: 591) çevresel etkilerini anlama açısından oldukça çarpıcı bir örnektir. Kruvaziyer gemilerinin kapasitelerinin artmasına paralel olarak su ve elektrik ihtiyaçlarının artması kirliliğin boyutlarında etken unsurlar arasında yer almaktadır. Polat'a (2015: 443) göre bir kruvaziyer turistinin günlük su tüketimi ortalama 400 L, katı atık üretimi ise 3 kg'dır. Brida ve Zapata (2009: 219) ise turist ve mürettebat dahil ortalama 3.000 kişi kapasiteli bir kruvaziyer gemisinin neden olabileceği atık miktarına yönelik çarpıcı bilgiler sunmaktadır (Tablo 6).

Tablo 6: Kruvaziyer Gemilerinin Atıkları (3.000 kişilik)

Atık Türü	*Tanım*	*Etki*
Siyah su	Zararlı bakteriler, patojenler, hastalıklar, virüsler vb. taşıyan tuvalet ve medikal hizmetlerle oluşan atık su.	Her gün 68.000-136.000 litre
Gri su	Lavabolar, duşlar, mutfaklar, çamaşırhane ve kruvaziyerin temizliğinden oluşan atık su.	Her gün 340.000-965.000 litre
Katı atık	Cam, kağıt, karton, plastik, alüminyum ve çelik kavanozlar.	Dünyadaki tüm gemilerin ağırlıklı olarak %24'ü kruvaziyer gemilerdir
Tehlikeli atıklar	Kullanım süresi dolmuş ve atılan kimyasallar, tıbbi atıklar, piller, floresan lambalar, boya ve tinerler.	Miktarları az olmasına karşılık okyanuslardaki organizmalar için oldukça tehlikelidir.
Sintine suyu	Yüksek düzeyde oksijen gereksinimi malzeme barındıran kirleticiler ve katı atıklar, yağlar ve diğer kimyasallar	24 saatlik bir faaliyette ortalama 8 ton yağlı sintine suyu
Balast suyu	Dengelerini ve stabilitelerini sağlamak için sadece bu amaçla ayrılmış tanklarına balast suyu olarak adlandırılan temiz deniz suyunu alırlar.	Bu yolla milyonlarca farklı sucul organizma ve mikro organizma bir ekosistemden bir başkasına taşınır.
Hava kirliliği	Dizel motorlardan çıkan sülfür dioksit, nitrojen oksit, karbon monoksit, karbon dioksit ve hidrokarbon gazları.	Kruvaziyerlerle ilgili spesifik bilgi yok

Kaynak: Brida ve Zapata 2009: 219

Kruvaziyer gemilerinin çevresel düzeyde olumsuz diğer etkileri ise şu şekilde sıralanabilir (Caric, 2015: 7; Copeland, 2010: 7; Johnson, 2002: 263);

Çarpışma (gemilerin çarpması) ve fiziksel rahatsızlık; balina türlerinin korunmasındaki öncelikli problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Gemilerin hızı, kütlesi ve su altında çıkardıkları gürültüler birçok memelinin hayatını tehlikeye atan zorluklar arasında yer almaktadır.

Gürültü kirliliği; sudaki canlıların hareket etmesi, beslenmesi ve üremesinde ciddi sorunlara yol açmaktadır. Gürültü, balıkların ve yırtıcıların rutin rotalarını değiştirerek eko-sistemi değiştirebilir.

Ekolojik ışık kirliliği; sudaki canlıların üremesi, beslenmesi ve göç etmesinde ihtiyaç duydukları karanlık ortamın yok edilmesi nedeniyle giderek artan bir problem haline dönüşmektedir.

Altyapı etkileri; gemi inşaatını, kruvaziyer turistlerine yönelik tesisler ve gemilerin yanaşmalarını sağlayan olanaklar gibi etkinlikleri kapsamaktadır. Kruvaziyer turizmine hizmet edebilmek için doğal

çevrenin değiştirilmesi doğal habitatın kaybolmasına, kıyı dalgalarının değişmesine neden olmaktadır.

Operasyonel etkiler; kullanımdan dolayı enerji, su ve hava kalitesinin kirlenmesini içermektedir. Ayrıca gemilerin demirlemesinden kaynaklanan ekosisteme verilen fiziksel zararlar da bu kapsama girmektedir.

Dağıtım etkileri; turistlerin seyahatleri ile ilgilidir. Turistlerin evlerinden geminin başlangıç noktasına uçmaları, oradan gemiye transferleri ve tur sonunda tekrar evlerine uçmaları da bu kapsam dahilindedir.

Kullanım etkileri; destinasyona çok sayıda ziyaretçi gelmesinden kaynaklanan aşırı kalabalıklaşma ve varlıklı turistlerin kültürel bir etki oluşturmaları yer almaktadır. Bu kalabalıklaşma su tüketiminin aşırı olmasına, temizlik maddelerinin ve kimyasalların aşırı kullanılmasına, vahşi yaşamı rahatsız edecek rekreasyonel etkinliklerin fazlalaşmasına, turistlerin merakı nedeniyle nesli tükenme tehdidi altında olan türler üzerinde baskının artmasına neden olmaktadır.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE YÖNELİK UYGULAMALAR

Dünya genelinde kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliğe olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik birtakım yasalar, düzenlemeler ve standartların varlığından söz etmek mümkündür. Bu düzenlemelerin bazılarının birbirleri ile örtüştüğünü, bazı alanlarda boşlukların olduğunu ve coğrafi yargılama yetkilerinden kaynaklanan farklılıkların olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin Amerika bünyesinde yer alan Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO) araç güvenliği ve deniz kirliliğine yönelik bazı standartlar oluşturmuştur. Amerika dahil 152 denizci milleti kapsayan bu standartlar 1978 yılında imzalanan ve MARPOL 73/78 (Denizlerin Gemiler Tarafından Kirletilmesinin Önlenmesine Ait Uluslararası Sözleşme) olarak adlandırılan protokolün uyarlanması sonucu elde edilmiştir. Nerede seyir halinde oldukları, hangi milliyete ait oldukları fark etmeksizin bu protokolü imzalayan tüm araçlar bu standartlara karşı sorumlu tutulmaktadır (Copeland, 2010: 10). MARPOL sözleşmesi, işletme veya kaza nedenleriyle gemilerden kaynaklanan kirliliğin önlenmesi konularını düzenleyen temel uluslararası bir sözleşmedir. Sözleşme, petrol kirliliğinin yanı sıra kimyasal maddeler, kirli su ve çöp ile hava kirliliğini düzenleyen hususları da içermektedir. Sözleşme kapsamında 6 ek yer almakta ve bu eklerden I ve II. eklere katılım zorunlu diğer eklere katılım isteğe bağlı olmaktadır. MARPOL sözleşmesi aşağıdaki konu ve kuralları kapsamaktadır: (http://imo.udhb.gov.tr/TR/19Marpol.aspx)

- Ek I: Petrol kirliliğinin önlenmesi

- Ek II: Dökme halde taşınan zehirli sıvı maddelerden kaynaklanan kirliliğin önlenmesi
- Ek III: Denizde paketli halde taşınan zararlı maddelerden kaynaklanan kirliliğin önlenmesi
- Ek IV: Gemilerden kaynaklanan pis su kirliliğinin önlenmesi
- Ek V: Gemilerden kaynaklanan çöp kirliliğinin önlenmesi
- Ek VI: Gemilerden kaynaklanan hava kirliliğinin önlenmesi

Birçok gelişmiş ülkede atık yönetimine dair bir hiyerarşi uygulanmaktadır. Hiyerarşide uygulanan aşamalar, azaltma (önleyici), yeniden kullanma ve geri dönüştürme ile imha etme aşamalarından oluşmaktadır. Bununla birlikte atık hiyerarşisinde çevresel, sosyal ve ekonomik etkiler dikkate alınarak stratejilerin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Butt, 2007: 593).

Kruvaziyer gemilerinde oluşan atıkların tasfiyesi çeşitli şekillerde yapılabilmektedir (Tablo 7). Söz konusu tasfiye şekilleri geminin yaşına, limanda yer alan imkanlara ve gemi sahibinin çevreye bakış açısına göre farklılıklar gösterebilmektedir.

Tablo 7: Gemi Atık Tasfiye Seçenekleri

Sıkıştırıcı Makineler (kompaktörler)	Bu yöntem ile atıkların hacimleri azaltılmaktadır./azaltılabilmektedir.
Parçalayıcılar/Öğütücüler	Yiyecek atıklarını dilimlemek suretiyle azaltarak sonrasında denize bırakılmasını da sağlayabilmektedir.
Küspe makineleri/hamurlaştırıcılar	Karton ve kağıtların öğütülmesini daha sonra da denize bırakılmasını sağlayabilmektedir.
Kağıt doğrayıcı/parçalayıcı	Bu makineler kemik, metal, cam ve plastiğin öğütülerek depolanmasını ya da denize bırakılmasını sağlayabilmektedir.
Çöp fırınları	Geri dönüşümü mümkün olmayan atıkların yakılmasını sağlayan araçlardır. Ancak zararlı atıklar ve plastikler bu makinelerde yakılmaz.
Kanalizasyon arıtma tesisleri	Hem gri hem de siyah atık sularının imhası için kullanılan çeşitli sistemler bulunmaktadır.

Kaynak: Butt, 2007: 595

Johnson (2002: 264) kruvaziyer turizminde çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için sektörde yer alan işletmeler ve destinasyonların uygulayabileceği birtakım stratejilerden söz etmektedir (Tablo 8).

Tablo 8: Kruvaziyer Şirketleri ve Destinasyonlar için Yönetim Girişimleri ve Çevresel Sürdürülebilir Stratejiler

Strateji	Yönetim Girişimi	
	Kruvaziyer Şirketleri	Kruvaziyer Destinasyonları
Fiziksel	Rotaların çeşitlendirilmesi Tuist sayısının sınırlandırılması Destinasyon rehabilitasyon (ıslah)/koruma projeleri	Tesis yapma Tesis tasarımı Feda edilebilecek alanlar
Mevzuat	Çevresel politikaların birleştirilmesi Çevresel yönetim sistemleri Çevresel uygulamaların geliştirilmesi	Ziyaretçi sayısının sınırlandırılması Etkinliklere/Kullanıma kapalı alanlar
Ekonomik	Çevresel maliyet muhasebesi Temiz teknolojilere yatırım Çevresel farkındalıklara ödüller Turistten elde edilen gelirlerin pozitif kullanımı	Farklı ücretler Zarar bonoları/tahvilleri Para cezaları Ödüller Yerel üretimin geliştirilmesi
Eğitimsel	Destinasyonlar ile sürdürülebilirlik konusunda işbirliği içinde olma Çevresel raporların birleştirilmesi Uygulama kodları İyi uygulamaların yayılması	Yazılı materyaller İşaretler Rehberli yürüyüşler/söyleşiler Operatörlerle iş birliği içinde olma

Kaynak: Johnson, 2002: 264-267

Kruvaziyer turizminin neden olduğu kirliliğin önlenmesinde gerek gemi işletmeleri gerekse liman işletmeleri olmak üzere sektörde yer alan paydaşların da çeşitli önleyici etkinlikler içinde olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin dünya genelinde önde gelen kruvaziyer gemi şirketleri arasında yer alan Carnival Cruise Lines, 12 farklı markası ile bu sektörde hizmet vermektedir. 24 gemisi ile yılda 4.5 milyon turist taşıyan şirket, çevresel yönetimin sektörün geleceğinde oynadığı rolün farkında olarak kısaca HESS (Health, Environment, Safety, Security & Sustainability Policy & Governance) adını verdiği sağlık, çevre, güvenlik ve sürdürülebilirlik politikalarını açıklamıştır. Bu kapsamda şirket; (http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=140690&p=irol-hess)

- Turistlerin ve çalışanların sağlığını ve güvenliğini korumayı,
- Çevresel kaynakları etkili ve sürdürülebilir bir şekilde korumayı,
- Sağlık, güvenlik ve sürdürülebilirlikle ilgili tüm yasal düzenlemelere uymayı,
- Söz konusu kavramları öncelikli konular olarak belirlemeyi hedeflemektedir.

TUI, dünya turizm pazarında büyük bir paya sahip olan bir tur operatörü olarak kruvaziyer turizmi kapsamında da turlar düzenlemektedir. Kruvaziyer turizminin öneminin yanı sıra sürdürülebilirliğe etkilerinin de farkında olan TUI, 2015-2020 yıllarını

kapsayan sürdürülebilirlik stratejilerini açıklamıştır (TUI, 2015: 11). TUI grubu 13 kruvaziyer gemisi ve 3 markası ile kruvaziyer turizminde faaliyet göstermektedir. Söz konusu markalar şu şekildedir:

- *TUI Cruises,* Royal Caribbean ile ortak bir girişimdir. Gruba ait Mein Schiff 4 gemisi Alman Doğa ve Biyo-Çeşitlilik Birliği (NABU) tarafından 2015 yılında pazarda faaliyet gösteren çevresel anlamda en etkili gemi olarak seçilmiştir.
- *Hapag-Lloyd Cruises,* lüks bir filoya sahiptir. Filoda yer alan MS EUROPA 2, nitrojen oksit emisyonunu %95 azaltan katalizör ile donatılmıştır. Enerji Etkililik Tasarım İndeksi (EEDI) tarafından ödüllendirilen ilk gemidir.
- *Thomson Cruises* gemileri enerji tasarruflu teknolojileri ile gemilerinin donanımını iyileştirerek 2007-2014 yılları arasında turist başına karbon dioksit emisyonunu %24 oranında azaltmıştır.

Genel anlamda TUI, diğer gemiler ile karşılaştırıldığında kruvaziyer gemilerinde enerji tasarrufunu %30 oranında artırarak endüstri bazında da yeni standartlar getirmektedir. TUI, kruvaziyer operasyonlarına yönelik stratejilerini şu şekilde belirlemiştir: (TUI, 2015: 11)

- Turist başına düşen karbon dioksit emisyonunu gecelik %10'a düşürmek
- Tüm TUI gemi mürettebatını ISO 14001 ile sertifikalandırmak
- Su tüketimi, atık yönetimi, sülfür ve nitrojen emisyonu konularında kruvaziyer operasyonlarını geliştirmek.

Kuşadası kruvaziyer limanı, kruvaziyer gemilerinin liman sınırları içerisinde bulundukları süre zarfında yapmaları yasak birtakım koşullar getirmiştir (GLOBAL, 2015):

- Her türlü raspa ve boya işleri,
- Her türlü temizlik işleri (temiz su ile yıkama dahil)
- Denize her türlü atık atma
- MF-HF telsiz ile her türlü yayın
- Atık yakma ve çevreye zarar verecek ölçüde duman yayımı
- Balık tutma, yüzme ve dalma
- Denize sintine suyu veya herhangi bir atık bırakma
- Acil durumlar hariç düdük çalma
- Tıbbi, yanıcı/parlayıcı, reaktif ve kimyasal atıklar kesinlikle yasaklanmıştır.

Kruvaziyer turizminin olumsuz etkilerine karşılık sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla birtakım bölgesel düzenlemelere de gidildiği görülmektedir. Örneğin 1 Mart 2004 yılı itibariyle İngiliz Virgin Adaları Başbakanı kruvaziyer gemilerinin ve yolcularının

sayılarına bir sınırlama getirdiklerini açıklamıştır. Ağustos 2006 yılında ise Alaska sakinleri limana giren her bir kruvaziyer turistinden 50$ ayakbastı vergisi alınmasına yönelik oy kullanmışlardır (Hritz ve Cecil, 2008: 170). Bir diğer örnek Baltık Denizi'nden verilebilir. 2010 yılından bu yana kruvaziyer gemilerinin sülfür içeriğinin %1'den fazla olmamasına yönelik sınırlama getiren düzenleme yürürlüktedir. Bununla birlikte böylesine önemli bir uygulamanın dünya genelinde uygulanmadığı görülmektedir (Polat, 2015: 443).

Türkiye'de kruvaziyer turizminin gelişimine yönelik planlamalar incelendiğinde öncelikli olarak görülen liman sayısının artırılmasıdır. Bu kapsamda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Hedefi"nde de yeni limanların yapılması planlanmaktadır (Samandağı, Antalya, Kuşadası, Çeşme, Çanakkale, İstanbul Galata, İstanbul Ataköy, İstanbul Zeytinburnu, Samsun ve Trabzon kruvaziyer limanları programa alınmış bulunmaktadır) (Deniz Ticareti, 2015: 7). Bununla birlikte kruvaziyer turizminin gelişiminde liman sayısının artırılması yalnızca ekonomik fayda beklentisiyle yapılan bir girişimi ifade etmektedir. İnşa edilecek limanların sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda ele alınmaması durumunda bir süre sonra söz konusu limanların bulunduğu sularda kirlenmeler yaşanacak ve bu durumdan yine en fazla kruvaziyer turizmi etkilenecektir.

5. SONUÇ

Deniz turizminin önemli kaynaklarından biri olarak değerlendirilebilecek olan kruvaziyer turizmi gerek ulusal gerek uluslararası alanda hızla gelişmeye devam eden bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik anlamda önemli getirilere sahip olan kruvaziyer turizminin yalnızca kısa vadede değil uzun vadedeki etkilerinin -özellikle kruvaziyer turizminin ve ülkelerin turizm geleceği açısından- tartışılması gerekmektedir. Bu çalışmada kruvaziyer turizminin olumlu etkilerinin yanı sıra sürdürülebilirlik ilkesi kapsamındaki etkilerine değinilmekte ve bu konuda aşağıdaki gibi sıralanabilecek ulusal ve uluslararası düzeyde önerilerde bulunulmaktadır.

- Öncelikle Türkiye'de kruvaziyer turizminin mevcut durumuna ve gelecekteki planlamalarına yönelik değerlendirmeler incelendiğinde ortak hedefin liman sayısını artırmak olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte kruvaziyer turizminde uluslararası anlamda hizmet veren diğer bölgeler incelendiğinde, son zamanlarda bölgenin sürdürülebilirliği için gemi ve liman sayısına kısıtlamalar getirilmeye çalışıldığı gözlemlenmektedir. Dolayısıyla ülkemiz açısından henüz gelişmekte olan bir alan

olarak kruvaziyer turizminin planlanmasında kontrolsüz bir şekilde liman sayısının artırılmasından ziyade sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde hareket edilmesi, yolun başında olan bir destinasyon olarak ülkemizde kruvaziyer turizminin uzun vadede gelişimine yönelik doğru bir karar olacaktır.

- İlk madde ile paralel bir şekilde ülkemize daha fazla geminin gelmesi için çeşitli vergi indirimlerine gidilmesinden ziyade güvenli ve kaliteli liman hizmetleri çerçevesinde hak edilen ücret taleplerinde bulunulması gerekmektedir.
- Kruvaziyer turizmi kapsamında destinasyon bölgesine gelen gemilerin emisyonunun azaltılmasına yönelik limanlarda iyi bir atık yönetiminin uygulanması ve bu konuda sınırlayıcı bölgesel yasaların uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir.
- Kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliğinde dikkate alınması gereken noktalardan biri de konuyla ilgili tüm paydaşların planlama ve karar almada söz sahibi olmasıdır. Yalnızca kruvaziyer turizmi konusunda tecrübesi olan gruplar değil aynı zamanda bölgede yaşayan yerel halk, sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları gibi diğer paydaşların da bu sürece katılımları sağlanmalıdır.
- Kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliğinde eğitim faktörü de önemli bir rol oynamaktadır. Bu alanda çalışan personel dışında kruvaziyer turizminin gerçekleştirildiği bölgedeki yerel halk, esnaf, liman çalışanları ve hatta turistlerin de sürdürülebilirlik konularında bilgilendirilmelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle turistlerin ve yerel halkın sürdürülebilirlik konusunda bilgilendirilmeleri her iki grubun sosyokültürel karşılaşmalarında ortaya çıkabilecek çatışmaların önlenmesi açısından da önem taşımaktadır.
- Limanlar kruvaziyer gemilerin atıklarını çevreye duyarlı uygulamalarla değerlendirmeye zorlanmalıdır. Özellikle atıkların geri dönüşüm ve tekrar kullanımının sağlanması çevresel zararı azaltırken uzun vadede ekonomik bir fayda sağlayacaktır.
- Kruvaziyer gemi işletmecileri çevreye duyarlı teknoloji ve uygulamalar geliştirmeye teşvik edilmeli ulusal ve uluslararası düzeyde özendirici tedbirler alınmalıdır.
- Bahama, Panama ve Liberya gibi kolaylık sağlayan bayrak olarak tanımlanan uygulamalarının oluşturduğu olumsuz koşulların giderilebilmesi için uluslararası düzeyde baskı kurulmalıdır.
- Kruvaziyer çalışanları için uluslararası düzeyde bağlayıcılığı olan iş kanunu çalışmalarının yapılması, çalışanların şirketler tarafından istismar edilmesinin önüne geçilebilir.

Ekonomik fayda beklentisiyle düşük düzeyde planlamalarla desteklenen kruvaziyer turizminin, zaman içerisinde ortaya çıkartabileceği olumsuz etkiler destinasyonlar için görünmeyen pek çok tehlikeyi barındırmaktadır. Dolayısıyla destinasyon yöneticilerinin bu önerileri dikkate alması kruvaziyer turizminin desteklenirken zaman içerisinde ortaya çıkabilecek olumsuz etkiler bağlamında önlem almalarını sağlayabilir.

Bu araştırma kruvaziyer turizminin sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ele alınmasına yönelik literatür değerlendirmesinden oluşmakta ve bir ön çalışma niteliği taşımaktadır. İleriki araştırmacıların kruvaziyer turizminin etkilerini ve sürdürülebilirliğini sosyokültürel ve/veya ekonomik düzeyde kapsamlı alan araştırmalarıyla ele almaları oldukça önemli bulgular içerebilir.

KAYNAKÇA

Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi*, 4. Basım Detay Yayıncılık: Ankara.

Braun, B.M., Dander, J.A. ve White, K.R. (2002). "*The Impact of the Cruise Industry on a Region's Economy: A Case Study of Port Canaveral, Florida''*. Tourism Economics, Cilt 8, Sayı 3. s: 281–288.

Brida, J.G. ve Zapata, S. (2009). "*Cruise Tourism: Economic, Socio-Cultural and Evvironmental Impacts''*. International Journal of Leisure and Tourism Marketing, Cilt 1, Sayı 3. s: 205-226.

Butt, N. (2007). "*The Impact of Cruise Ship Generated Waste on Home Ports and Ports of Call: A Study of Southampton''*, Marine Policy, Cilt 31. s: 591-598.

Caric, H. (2015). "*Challenges and Prospects of Valuation-Cruise Ship Pollution Case''*, Journal of Cleaner Production, Cilt 111. s:487-498.

Cruise Lines International Association (CLIA) (2014). Charting A Course to Access, 2014 Annual Report. Erişim tarihi Aralık, 2015 http://test.cruising.org/docs/default-source/annual-reports/clia-2014-annual-report-final.pdf?sfvrsn=2

Cruise Lines International Association (CLIA) (2015). CLIA Press Room. Erişim tarihi Aralık, 2015 http://www.cruising.org/about-the-industry/press-room

Copeland, C. (2010). *Cruise Ship Pollution: Background, Laws and Regulations, and Key Issues*, CRS Report for Congress, Prepared for Members and Committees of Congress, Order Code RL32450, USA.

Deniz Ticareti (2015). *Türkiye'de Kruvaziyer Turizmin Potansiyeli ve Geleceği*, İMEAK Deniz Ticaret Odası resmi yayını, Temmuz.

De Ruyck, M.C., Soares, A.G. ve MacLachlan, A. (1997). "*Social*

Carrying Capacity As A Management Tool For Sandy Beaches", Journal of Coastal Research, Cit 13, Sayı 3, s:822-830.

Dwyer, L. ve Forsyth, P. (1998). "*Economic Significance of Cruise Tourism''*. Annals of Tourism Research, Cilt 25, Sayı 2, s:393-415.

Eijgelaar, E., Thaper, C. ve Peeters, P. (2010). *"Antarctic Cruise Tourism: The Paradoxes of Ambassadorship, Last Chance Tourism and Greenhouse Gas Emissions''*. Journal of Sustainable Tourism, Cilt 18, Sayı 3. s: 337-354.

Evangeli, S. ve Maria, L. (2012). *Generated Economic Impact on Cruise Destinations: The Piraeus Case, İçinde Cruise Tourism and Society A Socio-Economic Perspective*, Ed. Alexis Papathanassis, Tihomir Lukovic ve Michael Vogel, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 69-84.

GLOBAL (2015). Kurallar ve Gerekler. http://www.globalports.com.tr/tr/liman-operasyonlari/dogu-akdeniz/ege-ports/kruvaziyer-operasyonlari/guvenlik-ve-emniyet/isps/kurallar-ve-gerekler.aspx

Hritz, N. ve Cecil, A. K. (2008). "*Investigating the Sustainability of Cruise Tourism: A Case Study of Key West''*, Journal of Sustainable Tourism, Cilt 16, Sayı 2. s:168-181.

Johnson, D. (2002). "*Environmentally Sustainable Cruise Tourism: A Reality Check*'', Marine Policy, Cilt 26, s:261-270.

Klein, R.A. (2011). "*Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability''*. Journal of Hospitality and Tourism Management, Cilt 18, s:107-116.

Lester, J. ve Weeden, C. (2004). "*Stakeholders, the Natural Environment and the Future of Caribbean Cruise Tourism''*, The International Journal of Tourism Research, Cilt 6. s:39-50.

Polat, N. (2015). "*Technical Innovations in Cruise Tourism and Results of Sustainability, Procedia''* – Social and Behavioral Sciences, World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Cilt 195. s:438-445.

Resort (2015). Türkiye'de ve Dünyada Kruvaziyer Turizmi. Erişim Tarihi Aralık, 2015 http://resortdergisi.com/152-sayi/

Ritter, W. ve Schafer, C. (1998). "*Cruise-Tourism a Change of Sustainability''*. Tourism Recreation Research, Cilt 23, Sayı 1. 65-71.

Sonuç, N. (2014). *Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği, içinde Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ed. Metin Kozak, Detay Yayıncılık, Ankara.

TUI Group (2015). *Better Holidays Better World Sustainability Strategy* 2015-2020.

UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for

Policy Makers, http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf

Wild ve Dearing, (2000). "*Development of and Prospects for Cruising in Europe*''. Maritime Policy and Management, Cilt 27, Sayı 4. s: 315-333.

Wood, R.E. (2000). *''Caribbean Cruise Tourism Globalization at Sea''*. Annals of Tourism Research, Cilt 27, Sayı 2. s:345-370.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0015

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

Hatice AKPINAR[1], Fevzi BİTİKTAŞ[2]

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 turizminde önemli bir potansiyel arz etmektedir. Türkiye limanlarına uğrayan gemi sayısı ve yolcu sayısındaki hızlı artış göz önünde bulundurulduğunda, mevcut kruvaziyer limanlarının durumlarının incelenmesinin önemi 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 kurvaziyer 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 progaramı 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
[2] Araş. Gör., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Balıkesir, fevzi.bitiktas@deu.edu.tr

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 endüstirisinin 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 sınıflandırılmakadır. 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 yelpazasi 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 rıhtım yapılarının inşaası 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 Dooms, 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 önceliklerindendir. Kruvaziyer yolcuların sunulan seyahat programlarını beğenip tercih etmeleri ile belirlenen kriterler neticesinde uğrak yapılan limanlarda değişiklikler yapılmakta, yeni destinasyonlar eklenmekte ve mecut 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 hattlarının 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 konuşlandırmaları gerekmektedir. Filolarındaki mevcut kruvaziyer gemi konuşlandırmaları pazarın durumu ve seyat 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 yanaşamayacağının 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 rekabettçi strateji olarak farklılaşmak adına değişik seyahat programları oluşturmaktadırlar. Uğrak yapılacak ve ziyaret edilecek limanaların 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 tanıtabilmedirler.

Kruvaziyer yolcu istek ve tecrüblerine 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 önerilerinn belirlenmesi pazar içindeki yerini belirlemede ve pazar payını arttırmada çok önemlidir.

3. KRUVAZİYER LİMANLAR VE CAZİBE MERKEZLERİ

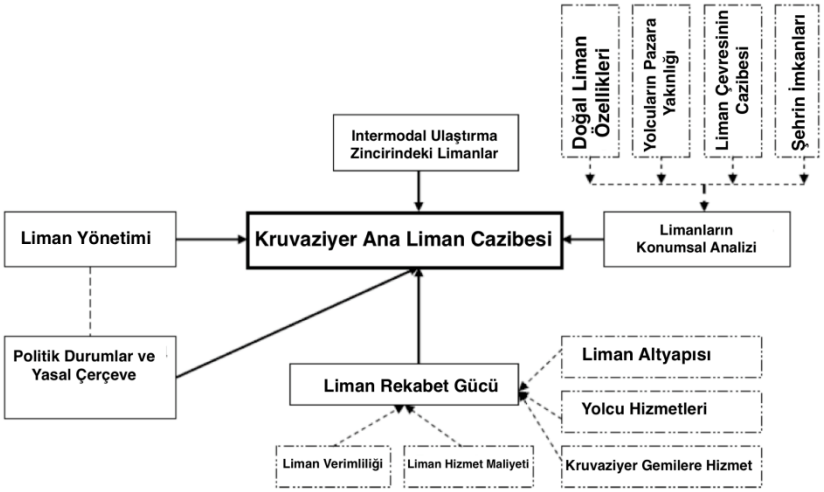
Bir limanın başarılı bir liman sayılabilmesi için birçok kriter dahilinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Coğrafi, tarihi, ekonomik ya da insan kaynakları gibi unsurlar buna dahil edilebilir. Konum itibari ile dünyada farklı konularda hizmet verebilen limanlar kurulmuştur. Bu limanlar kuruluş aşamasında 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 oprerasyonel 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 belirleyeci fakötörleri 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 etkendir (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, alış veriş 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 çekmediki 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 Çercevesi

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 kriteleri arasında kruvaziyer limanların seyahat programlarına dahil olma ve seyahat programlarındaki uğranma sayılarını arttırmada şehrin yolculara iyi vakit geçirebilmeleri için sunduğu restoran, kafe, alış veriş 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 pazarlar 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 seyat 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; Bagis 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 seyehat 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 Zellanda, 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 seyehat 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 truizmi 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 kruvziyer anlamında ana liman bulunmaması tüm limanların mevcut durumunu etkilemekte ve var olan potansiyelin etkin kullanılamamasına 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 arttırılması 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 arttırılması 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 iyileşitirilmesi, 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 Dooms, 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.f-cca.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 Polıcy Initıatives*, 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 Situatıon 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.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0016

KRUVAZİYER İŞLETMELERİN SOSYAL MEDYADAKİ REKLAMLARI İLE İLGİLİ TÜKETİCİ ALGILARININ İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

[1]Özlem ÖZGEZMEZ, [2]Gül DENKTAŞ ŞAKAR

ÖZET

Pazarlama iletişimi, işletmelerin ürün ve hizmetlerinin satışını desteklemek amacıyla potansiyel ve mevcut müşterilerini ikna etmeye yönelik olarak programlanmış, içerisinde reklam, satış geliştirme, doğrudan pazarlama, kişisel satış ve halkla ilişkileri içeren bir iletişim süreci olarak ifade edilmektedir. İşletmeler, pazarlama iletişim karması unsurları içerisinden kendi pazarlama stratejileri ile uyumlu olanları belirleyerek mevcut ve/veya potansiyel müşterileri bilgilendirmeyi hedeflemektedirler. Pazarlama iletişim karması bileşenlerinden biri olan reklamlar, gerek geniş kitlelere ulaşabilme ve tekrarlanabilme özellikleriyle, gerekse de ürüne veya hizmete değer katmayı ve ürün veya hizmetle ilgili detaylı bilgi sunmayı amaçlayan yönleriyle işletmeler tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Deniz turizmi alanları içerisinde önemli bir rol oynayan kruvaziyer turizm, son yıllarda gerek dünya gerekse de Türkiye'de hızlı bir yükselişe geçmiş, ülkelerin turizm gelirleri açısından önemli bir girdi sağlayan faaliyet alanına dönüşmüştür. Kruvaziyer turizmin önem kazanması, çeşitli makro çevre faktörlerinin etkisinin yanısıra, kruvaziyer işletmelerin mikro çevrelerinde yaşanan değişimlerin de etkisiyle gerçekleşmiştir. Özellikle pazarlama alanında kruvaziyer işletmelerin kendilerini mevcut ve/veya potansiyel müşterilere tanıtmada reklamlar önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, belirlenen kruvaziyer işletmelerin sosyal medyada yer alan reklamlarının değerlendirmesini belirli değişkenler çerçevesinde gerçekleştirerek, potansiyel tüketicilerin bu reklamlara yönelik algılarını incelemektir. Çalışma iki ana aşamadan oluşmaktadır. İlk olarak yazın taraması kapsamında pazarlama iletişimi kavramı içerisinde reklam konusu ve çalışmanın uygulama alanı itibariyle kruvaziyer işletmelerde reklam faaliyetleri açıklanmış ve incelenmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise seçilmiş olan ve sosyal medyada yer alan reklamlar belirlenen örneklem çerçevesinde seçilen kişilere izlettirilmiş ve onların algıları ve değerlendirmeleri yazın taramasından elde edilen değişkenler

[1] DEÜ Denizcilik Fakültesi, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Öğrencisi, ozlemozgezmez@gmail.com
[2] Doç. Dr., DEÜ Denizcilik Fakültesi, İzmir, gul.denktas@deu.edu.tr

çerçevesinde tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle çalışmada, deniz turizmi faaliyetleri içerisinde oldukça önemli bir paya sahip olan kruvaziyer turizmin ve dolayısıyla kruvaziyer turizm işletmelerinin hedef müşterilerine ulaşmada kullandıkları önemli pazarlama iletişimi unsurlarından biri olan reklamların ne derecede etkili ve ulaşılabilir olarak kullanıldığı da tartışılmaktadır. Çalışmanın kruvaziyer işletmelerin sosyal medya ve web siteleri üzerinden verdikleri reklamlardaki mesajların hedef kitlelerine ulaşmasında kullanılan bileşenlerin ve oluşan farklılıklarının anlaşılmasına katkı sağlaması ve farkındalık uyandırması beklenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kruvaziyer Turizm, Pazarlama İletişimi, Reklam

1. PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE REKLAM

Bütünleşik pazarlama iletişimi, işletmenin piyasaya sunduğu ürünleri ve bunların sağlayacağı yararları, ilişkide bulunduğu veya bulunabileceği hedeflere anlatabilmek amacıyla gerçekleştirdiği ve sistematik bir şekilde ele alınan iletişim çabalarının tümü biçiminde tanımlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında pazarlama iletişimi kavramı, tutundurma ya da satış çabaları, satış tutundurma (promosyon) kavramlarından daha geniş bir anlam kapsayan ve ürün kavramının, kuruluş kişiliğinin tüketicilere sunuluşunu içeren bir süreçtir (Odabaşı, 1995: 24). Reklam, işletmelerin pazarlama karması bileşenlerinden biri olan tutundurma bileşeni içerisinde yer almaktadır. Tutundurma kavramı, bir ürün ya da hizmetin hedef kitlelere duyurulması, bilgilendirilmesi, benimsetilmesi için iletişim ve satış yoluyla yapılan çalışmaları içeren bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Babacan, 2015). Reklamın yanı sıra tutundurma karması içerisinde yer alan bileşenler, kişisel satış, satış tutundurma, halkla ilişkiler ve doğrudan pazarlama olarak belirtilmektedir (Kotler ve Keller, 2012: 500).

"*Reklam, malların, hizmetlerin veya fikirlerin geniş kitlelere duyurulması ve benimsetilmesi amacıyla bir ücret karşılığında, kişisel olmayan bir biçimde sunulması*" (Akat, 1997: 17) olarak tanımlanmaktadır. Oluç (1990: 3) reklamı "bir ürünün ya da hizmetin, bir kurumun, bir kişinin ya da bir fikrin, kimliği belli sorumlusu tarafından, tarifesi önceden belirlenmiş bir bedel ödenerek kitle iletişim araçları ile kamuya olumlu bir şekilde tanıtılıp benimsetilmesi" olarak tanımlamıştır. Amerikan Pazarlama Birliği ise reklamı "*birey, işletme veya bir kurum tarafından bedeli ödenmiş ya da tahsis edilmiş bir süre ya da yer içinde bir duyurunun ya da ikna edici bir mesajın yerleştirilmesi*" olarak tanımlamıştır (AMA, 2015). Kişiler, gerek ürünün nitelikleri gerekse

markaya ilişkin bilgileri, başta reklam olmak üzere çeşitli bilgi kaynaklarından edinmektedir. Bilgiyi, kişisel değer ve inanç sisteminde değerlendiren birey, belirli tutumlar geliştirerek, tercihini belirlemekte ve satın alma davranışında bulunmaktadır (Güneri, 1998). Reklam mesajlarını hedef kitlelere ulaştıracak iletişim kanalları çok çeşitli olmakla beraber, başlıca 5 grupta toplanmaktadır. Bunlar; 1) Radyo ve TV gibi göze ve kulağa hitabeden araçlar, 2) Gazete ve dergi gibi yazılı basın araçları, 3) Posta reklam araçları (postaya gönderilen broşür, katalog vb.), 4) Açık hava reklam araçları (Afiş ve panolar), 5) İnternet olarak belirtilebilir (Mucuk, 2007: 218).

Bir iletişim süreci içerisinde reklam değerlendirildiğinde, kaynakta reklam veren kişi ya da kurumların oluşturduğu verici; iletinin aktarıldığı kişi ya da seçilmiş hedef kitleyi oluşturan alıcı; alıcı ve verici arasındaki reklam iletisi ve bu iletinin aktarımındaki yardımcı konumundaki kitle iletişim araçları bulunmaktadır (Küçükerdoğan, 1999: 327). Bunların yanı sıra kod, geri bildirim ve gürültü gibi unsurlar da bir iletişim sürecindeki ana bileşenler olarak görülmektedir (Kotler ve Keller, 2012: 502). Kaynak, reklamın içeriğini sözlü veya sözsüz olarak kodlayıp hedefe gönderen kişi, grup, araç veya kurum olarak adlandırılırken, hedef (alıcı) kodu alıp çözümleyen birimdir (Babacan, 2015). Kodlar, dil, resim, çeşitli simgeler veya eylemler olarak belirtilmektedir. Geribildirim ise mesajı alan tarafın tepkisini olumlu veya olumsuz olarak bildirmesi olarak tanımlanmaktadır.

Mesajın, alıcının ilgisini ve dikkatini çekebilmesi için gerekli değişkenlerin planlanarak tasarlanması, yani 'uygun mesaj seçimi' reklam iletişiminin ilk aşamasıdır. Bu aşamada neyin söyleneceği, yani söylenen şeyin içeriği ve nasıl söyleneceği yani mesajın yapısı, mesajın sembolik olarak ifade şekli belirlenir (Tek, 1997: 716). Reklam mesajı, hedef kitlede daha önceden belirlenmiş ve tanımlanmış bir tepkiyi uyandırması beklenen bir uyarıdır ve reklamda söylenen, dinlenen ve görülen her şeydir. Kişinin bu uyarıcıları yorumlaması algılama ve öğrenme süreçlerine bağlıdır. Reklamlarda kullanılan kelimeler, sözcükler, resimler, semboller, renkler, görüntüler ve diğer özellikler reklam mesajıdır. Reklamlarda istenilen amaca ulaşmak için kullanılan kelimelerin, resimlerin, sembollerin amaca uygun olarak ve ulaşılması istenilen hedef kitleye göre seçilmesi, başarı ya da başarısızlık üzerinde etkilidir (Güz, 1998: 201). Mesajlar, reklam veren üretici işletmelerin hedef tüketicilerine söylemek, anlatmak ve göstermek istedikleri sözlü ya da görsel ifadelerdir. Bunlar, konunun uzmanı olan reklamcılar tarafından pek çok kriter göz önüne alınarak hazırlanırlar ve kitle iletişim araçlarıyla tüketiciye iletilirler (Göksel vd., 1997: 153).

Bir reklamın yaratılmasında reklamın ana olarak şu görevleri yerine getirmesi beklenmektedir: (1) dikkat ve ilgiyi kazanmalı (2)bilgilendirmeli ve ikna etmeli (3) sonunda satın alma eylemine

yöneltmelidir. Hedef kitlede reklam amaçları doğrultusunda tutum ve davranışlar yaratmayı amaçlayan reklam mesajlarına ilişkin stratejilerin en erken modeli, Lewis tarafından çizilen AIDA modelidir (Howard ve Barry 1990: 121). AIDA modelinin içeriğini de oluşturan bu özellikler A (attention-dikkat), I (interest-ilgi), D (Desire-arzu) ve A(Action-eylem) olarak ifade edilmektedir. Reklamların planlanmasında AIDA modelinin önemli ölçüde kılavuzluk etmesi de söz konusudur (Oluç, 2006: 491). AIDA modelinin daha da kapsamlı hale getirilmesiyle ortaya çıkan NAIDAS(Need-Attention-Interest-Desire-Action-Satisfaction) modelinde AIDA modelinden farklı olarak tanıtım çabalarına başlamadan önce tüketicinin gereksinimleri (N) ortaya konulmakta ve satın alma sonrası davranışında tüketicinin tatmin (S) düzeyi ele alınmaktadır (Aktuğlu, 2006: 6). AIDA'dan sonra geliştirilen pek çok model, bu dizisel yapıyı temel almaktadır. Örneğin Robert Lavidge ve Gary Steiner'ın modelinde aşamalar Awareness (Farkındalık), Knowledge (Kavrama), Liking (Beğenme), Preference (Tercih Etme), Conviction (İkna) ve Purchase (Satın Alma) olarak belirlenmiştir (Batra vd., 1995:131). Bu modellere benzer bir diğer model ise Russel Colley tarafından geliştirilen DAGMAR (Defining Advertising Goals for Advertising Results)dır. DAGMAR Modeli'nde özellikle reklam üzerinde durulmakta ve ölçülebilir reklam sonuçlarına ulaşabilmek için reklam amaçlarının belirlenmesine yönelmektedir (Aktuğlu, 2006: 6).

2.KRUVAZİYER İŞLETMELERDE REKLAM

Kruvaziyer turizm basit anlamda "*deniz yoluyla çeşitli limanlara uğrayarak keyif amaçlı seyahat*" (Dowling, 2006, 3–17) olarak tanımlanır. Turistik faaliyetler içerisinde deniz turizminin alt bir alanı olarak değerlendirilen kruvaziyer turizmde liman ziyaretleri, şehir gezileri ve alışverişten oluşan aktiviteler vardır. Bu aktivitelere yönelik bilgilerin kruvaziyer işletmelerinin mevcut ve/veya potansiyel müşterilerine duyurulmasında pazarlama faaliyetleri önemli bir rol oynamaktadır. Pazarlama karması içerisinde tutundurmanın bir bileşeni olarak ifade edilen reklamlar da kruvaziyer işletmelerin müşterilerine ulaşmada etkin bir araç olarak görülmektedir. Kruvaziyer işletmelerin hizmetleri ile ilgili sundukları reklamlar turistik reklam faaliyetleri altında değerlendirilmektedir. Turistik reklamcılık, "*tatil yapabilecek parası ve zamanı olduğu halde henüz karar vermemiş olan insanlara hitap ederek onları gezi yapmak için belirli bir yere göndermek amacıyla, bir ülkenin veya bir yörenin turistik zenginliklerini tanıtarak ilgi uyandırmak ve talebi artırmak için sarf edilen çabalar"* olarak tanımlanmaktadır (Sezgin ve Acar, 1983: 113). Kruvaziyer işletmelerin de dâhil olduğu turizm işletmeleri yaptıkları reklamlar ile kendi özel ürün

ve hizmetlerini ve bunları satın almaya ikna etmeyi amaçlamaktadırlar. İnternetin yaygınlaşması ve maliyetinin düşük olması ile birlikte sosyal ağlar üzerinden yapılan reklamların varlığının arttığı görülmektedir.

Facebook, Twitter, Friendfeed, Flickr, bloglar gibi birçok sosyal paylaşım ağının bir bütünü olarak adlandırılan sosyal medya kavramı işletmelerin son yıllarda oldukça önem verdiği alanlardan biridir. Bu ağlar içerisinde en önemlilerinden biri olan Facebook, pazarlama aracı olarak çeşitli şekillerde kullanılmakta olan bir sosyal medya ağıdır. İşletmeler, Facebook'ta yer alan kişilerle arkadaş olabilmekte ve onlara herhangi bir etkinlik veya önemli bir konuda özel mesajlar gönderebilmektedir (Schmidt vd., 2011: 39-40). Bununla birlikte, ürünler /hizmetler ya da uyguladıkları kampanyalar hakkında üyelerden geribildirim alabilmektedirler. Çevrimiçi (online) reklamların, özellikle de Facebook reklamlarının, diğer geleneksel reklamlara göre daha kısa sürede etkili olabilmesinde, sadece reklamın sayfada görülmesi değil, aynı zamanda kişilerin hangi arkadaşlarının reklamı yapılan ürünü kullandığı veya sayfayı beğendiğini görerek reklamı yapılan konuda güvenilir kaynaktan referans alabilmelerini sağlaması rol oynamaktadır. Bu yöntem herhangi bir reklam sloganından daha fazla etkiye sahip olabilmektedir. Bu da reklamı yapılan ürün veya sayfanın tıklanma oranını artırabilmekte ve ayrıca Facebook'daki "sosyal izlenimler"in etkisi kullanılarak hedefe ulaşma süresi kısalabilmektedir (Chan, 2011: 361-368).

Çevrimiçi (online) reklamcılık, internet aracılığıyla işletmeler tarafından müşterileri bir ürün veya hizmet hakkında bilgilendirmek amacıyla tasarlanmış olan herhangi bir ticari içerik türüdür ve herhangi bir kanal üzerinden (örn. video klibi, basılı veya sesli), herhangi bir türde (örn. bir e-mail mesajı veya interaktif bir oyun) iletilebilmekte ve istenilen herhangi bir derinlikte bilgi sunabilmektedir (Schlosser vd., 1999: 36). Çevrimiçi reklamların amacı, marka bilinirliliği yaratmak, tüketicilere ürünler, hizmetler ve işletmeler hakkında bilgi vermek ve elektronik ortamda satış geliştirmektir (Şahin, 2006: 121-122). Özellikle turizm sektöründe internet, turistler için seyahat kararında önemli bir bilgi kaynağı olmaya başlamıştır. Ana olarak, internetin potansiyel alıcının bulunduğu her yere rahatlıkla ulaşılabilmesi, erişim kolaylığının olması ve maliyetinin nispeten düşük olması, seyahat işletmeleri ve özelde kruvaziyer işletmeler için önemli bir alan olarak görülmeye başlamıştır. Kruvaziyer işletmelerin sunmuş oldukları hizmet paketlerinin fiyatlarının düşmesine bağlı olarak, öğrenciler ve genç beyaz yakalı çalışanların kruvaziyer seyahatleri tercih ettiği bilinmektedir (Adweek, 2015). Özellikle eğitim-öğretim döneminin sonu, resmi ve dini tatil vb. gibi tatil dönemlerinde uygulanan özel teklifler ve promosyonlar hedef müşterileri çekmede etkili olurken, internetin kullanımı ile birlikte potansiyel ve genç müşterilerin bilgilendirilmesi ve seyahat paketi

almaya teşvik edilmesi kolaylaşmaktadır. Bu tür demografik özellikleri olan mevcut ya da potansiyel müşteri gruplarının sosyal ağları da çok aktif bir şekilde kullanan bireyler olduğu düşünüldüğünde, kruvaziyer işletmelerin sosyal ağlarda yer alan reklamları da önemli ölçüde kullanmaya başlaması söz konusu olmaktadır.

Sosyal ağlarda gösterilmek üzere kruvaziyer reklamların hazırlanması ve belirli sayıdaki gruplar için özel tekliflerin sunulması kruvaziyer işletmeler açısından oldukça maliyet etkin olarak değerlendirilebilir. Carnival Cruise Lines, müşterilerinin kruvaziyer seyahatindeki çeşitli unsurlar ile ilgili önceden deneyim yaşamaları için mobil bir reklam birimi oluşturmaktadır. Facebook'ta bu alanda yer alan beta testine katılan tek kruvaziyer işletmesi olan Carnival Cruise Lines, Arnold Worldwide reklam ajansı ile işbirliği yaparak potansiyel müşterilerin seyahat tutkularına yönelik uygulamalar geliştirmeyi hedeflemektedir. İçeriğinde metin, resimler, videolar ve GIF'leri barındıran bu uygulama ile kullanıcıya gitmeyi düşündüğü kruvaziyer seyahat ile ilgili tüm unsurlar yansıtılmaktadır. Aynı zamanda çoklu destinasyonlara yönelik de bilgiler sağlayan bu uygulama ile aynı birimi kullanarak bir limandan diğer limana da geçişler yapabilmek mümkün olmaktadır. Cep telefonunun yönünün değiştirilerek kullanıcının uygulama içinde hareketinin mümkün olması (tilt-to-pan) özelliği ile scuba dalışlarda kullanıcılara gerçeğe çok yakın deneyimler yaşatan bu uygulama ile potansiyel müşterilere bir kruvaziyer seyahate çıkma hissi anlatılmaya çalışılmaktadır (Mediapost, 2015).

Kruvaziyer işletmelerin destinasyonlarına yönelik pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra, hedefledikleri müşteri özelliklerinin de değiştiği belirtilmektedir. Carnival Cruises "millennial" olarak adlandırılan ilgili nesildeki bireyleri kısa süreli geziler ve daha uygun fiyat seçenekleri ile kruvaziyer hizmetlerini satın alamaya teşvik etmektedir. Örnek olarak, Carnival Cruises, "Pack N Go" hizmet paketiyle üç ya da beş günlük Baja ve Karayipler kruvaziyer turlarını iç kabinde yaklaşık olarak gecelik 33 dolara satışa sunmuştur (Adweek, 2015). Bu durum, kruvaziyer işletmelerin sosyal medyayı daha yoğun bir şekilde kullanarak, geleneksel olarak hedeflediği müşteri özelliklerinin dışına çıkıp, müşteri portföyünü genişletme anlamında stratejiler izlediğini de göstermektedir. Kruvaziyer işletmelerin 2008 yılından itibaren ilk defa televizyon reklamlarına ağırlık verdiği ve bu sayede medyanın da desteği ile talebin arttırılmasının beklendiği belirtilmiştir. Son dönemde, Carnival Cruise Lines, Princess Cruises ve Celebrity Cruises işletmeleri televizyon reklamlarına 60 milyon dolardan fazla yatırım yapmıştır (Travelweekly, 2015). Bu durum özellikle kruvaziyer işletmelere yönelik talebin yüksek olduğu dönemlerde bile risk olarak algılanmaktadır ve dergi, billboard, radyo ve çevrimiçi reklamların kullanımı işletmelerin pazarlama faaliyetleri açısından daha uygun görülmektedir (Travelweekly, 2015).

Kruvaziyer turizm ile ilgili yapılan çalışmalar, pazarlama yazını ve aynı zamanda pazarlama iletişimi yazını ile birlikte incelendiğinde, karar verme süreci, ülke menşei ve marka etkileri, gemi ortamının yolculardaki etkisi vb. gibi alanlarda kruvaziyer işletmelere veya yolculara yönelik çalışmalar olduğu gözlenmektedir. Marti (1993) Karayipler'de hizmet veren beş ana kruvaziyer işletmesinin broşürlerini içerik analizi yöntemini kullanarak incelemiş ve ana olarak marka karakterinin bu tür broşürlerde yer almadığını belirlemiştir. Zafar vd. (2002), Singapur'daki kruvaziyer işletmelerin seyahat paketlerinden yola çıkarak ülke menşei ve marka etkisini kruvaziyer yolculara yönelik gerçekleştirilen bir çalışma ile incelemişlerdir. Miller ve Grazer (2003) kruvaziyer işletmelerin finansal kayıplarının müşteri şikâyetlerine etkisini analiz ederek, işletmelerin müşteri şikâyetlerine doğru bir şekilde cevap verememelerinin oldukça önemli finansal kayıplara yol açtığını ve bu durumun da marka bağlılığını olumsuz ölçüde etkilediğini tespit etmişlerdir. Marti (2005) bir başka çalışmasında kruvaziyer işletmelerin kullandıkları logoların müşteriler tarafından ne kadar tanındığını analiz etmiştir. Kwortnik (2006) ise Carnival Cruise Lines işletmesini vaka çalışması olarak incelemiş ve marka açısından işletmeyi değerlendirmiştir. Petrick vd. (2007) kruvaziyer yolcuların karar verme süreçlerini inceledikleri çalışmalarında, ana olarak karmaşık karar verme sürecinden geçen ve markaya bağlı müşterilerin var olduğunu tespit etmişlerdir. Kwortnik (2008) bir başka çalışmasında kruvaziyer gemilerin hizmet çevresinin müşterilerin duyguları ve davranışları üzerindeki etkisini keşifsel bir çalışma ile analiz etmiştir. Meng vd. (2011) ise Tay turistlerin kruvaziyer imajı, algılanan değer, tatmin ve kruvaziyer hizmet satın alma sonrası niyetleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Kruvaziyer işletmelerde marka ile ilgili bir başka çalışmada kruvaziyer sektöründe marka prestijini arttırmaya yönelik hangi stratejilerin yer alması gerektiğine yönelik değerlendirmelerde bulunulmuştur (Hwang ve Han, 2014). Yerel yazında ise ağırlıklı olarak kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma tercihleri (Dikeç vd., 2014) ve kruvaziyer seyahat tercih etme nedenleri ile satın alma sıklıkları arasındaki ilişkinin (Arlı, 2014) incelendiği görülmektedir.

Gerek uluslararası gerekse de yerel yazın taramasında görüldüğü gibi kruvaziyer işletmelerin reklamlarına ya da genel anlamıyla pazarlama iletişimine yönelik çalışmalar oldukça kısıtlı sayıdadır. Ağırlıklı olarak çalışmaların marka ve satın alma davranışı üzerinde odaklandığı düşünüldüğünde, özellikle artan sosyal medya kullanımı ve değişen müşteri profili ile birlikte pazarlama iletişimi kapsamında kruvaziyer işletmelerin ve müşterilerinin incelendiği çalışmalara da ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktadan hareketle, seçilen üç kruvaziyer işletmesinin sosyal medyada yer alan reklamlarının incelendiği bu

çalışmaya yönelik araştırma süreç ve yöntemi bir sonraki bölümde incelenecektir.

3.ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEM

Çalışma, nitel, keşifsel ve kısmen nicel bir desende oluşturulmuş ve yürütülmüştür. Nitel araştırmalarda gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılır ve algılar ile olaylar doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Çalışma, görüşme formundaki ifadelerin Likert ölçeği ile katılımcılara sunulması, değerlendirmelerin de ortalama ve standart sapma değerleri ile ifade edilmesi açısından kısmen nicel olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada ilk aşamada çalışmanın amacına uygun olarak kruvaziyer işletmelerin reklamlarına yönelik incelemeler gerçekleştirilmiştir. Bu incelemelerde video reklamlar incelenmiştir. Multimedya videolar, ikna edici mesajların sunumunu artıran hareketli görüntü ve nesnelerdir. Online Yayıncılar Derneği'ne göre kısa videolar %82 oranında marka farkındalığı sağlamakta ve çevrimiçi video reklamlarında markanın avantajı %67 oranında artmaktadır. Multimedyalar her türlü ses video ve animasyonu içerebilmektedir (Akkaya, 2013). Belirtilen sebeplere ek olarak kruvaziyer işletmelerin ilgili hesaplarında oldukça yoğun bir şekilde video reklamlarına yer vermeleri de çalışmada video reklamlarının kullanılmasında önemli bir etken olmuştur.

İlk aşamada kruvaziyer işletmelerin en yaygın olarak kullanılan sosyal medya araçlarından Facebook, Twitter, Instagram'da bulunan hesapları incelenmiş ve ilgili yerlerdeki video reklamları çalışmanın amaçları doğrultusunda yazarlar tarafından değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda Instagram ve Twitter'da ilgili işletmelerin kendilerinin açtığı ya da başkaları tarafından açılan çeşitli hesapları olduğu görülmüştür. Instagram ve Twitter'da video reklamlarından ziyade kruvaziyer seyahat veya gemilere yönelik bilgilendirme ve fotoğraf olduğu tespit edildiğinden dolayı işletmelerin oldukça fazla sayıda video reklamının yer aldığı Facebook hesapları ana inceleme alanı olarak belirlenmiştir. Seçilen üç kruvaziyer işletmesine ait belirlenen reklamlar çalışmanın katılımcılarına izlettirilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen üç işletme Facebook kullanım yoğunluğu dikkate alınarak seçilmiştir. Söz konusu işletmelerin sosyal medya hesapları incelendiğinde hesaplarının Facebook kullanan kişiler tarafından yapılan beğeni sayıları dikkate alınmıştır. Bu sayılara göre ilk üç işletme seçilmiştir. 12.01.2016 tarihi itibariyle Costa Cruises işletmesinin Facebook Türkiye sayfası 66.665 kişi, MSC Cruises işletmesinin Facebook Türkiye sayfası 3.694.315 kişi ve Royal Caribbean işletmesinin

Facebook Türkiye sayfası 21.898 kişi tarafından beğenilmektedir. Beğeni sayılarından görüldüğü gibi en fazla beğeni MSC Cruises şirketine aittir. Reklam videolarının seçim kriterleri işletmelerin videoları paylaşmalarından sonra izleyenler tarafından beğenme ve görüntülenme sayısı dikkate alınarak çalışmaya dâhil edilmiştir. Bu sayılar MSC video reklamı için; 299 beğenme - 3.530 görüntülenme, Royal Caribbean video reklamı için; 41 beğenme 1.010 görüntülenme, Costa Cruises video reklamı için ise; 22 beğenme olarak belirlenmiştir. Costa Cruises video reklamının görüntülenme sayısına ulaşılamamıştır. Bu durum, 2014 eylül dönemi içerisinde Facebook'ta görüntülenme sayısı bilgisinin verilmemesi ile açıklanabilmektedir. Ayrıca Costa Cruises işletmesinin en son paylaştığı video reklamı olduğu için de bu reklam seçilmiştir. Reklamların seçiminde süre açısından birbirine benzer reklamların kullanılmasına dikkat edilmiştir. Royal Caribbean işletmesinin reklamının diğer iki işletmenin reklamına göre daha uzun olması sebebiyle reklamın sadece geminin nehirde seyir halinde görüntüsünün yer aldığı ilk 3 dakikası katılıcılara seyrettirilmemiştir ve bu şekilde de reklam süreleri açısından benzerlik elde edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca sadece kruvaziyer geminin destinasyonuna odaklanan reklamlar kapsam dışında bırakılmış, hem destinasyon hem de geminin özelliklerinin vurgulandığı reklamlara öncelik verilmiştir.

Çalışmanın örnekleminin belirlenmesinde nitel araştırmalarda yaygın bir şekilde kullanılan yargısal örnekleme ve kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmacılarda olasılıklı olmayan amaçlı örneklem yöntemini kullanma eğilimi yoğun bir şekilde görüldüğü için, görüşme yapılacak bireylerin seçiminde, evreni temsil etme güçlerinden çok araştırma konusuyla doğrudan ilgili olup olmadıklarına bakılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 107). Çalışmada özellikle yazarların kolayca ulaşabileceği, kruvaziyer seyahatin genel hatlarıyla neleri içerdiği hakkında bilgisi olan katılımcıların yer almasına özen gösterilmiştir. Çalışmada özellikle daha önce kruvaziyer seyahate katılmamış olan katılımcıların yer almasına önem verilmiştir. Bunun ana sebebi, seyahat ettikleri işletmenin reklamına karşı objektif bir değerlendirme imkanının tam anlamıyla mümkün olamaması ihtimalidir. Çalışmada toplam 25 katılımcı yer almaktadır. Katılımcıların profiline yönelik bilgiler Tablo 1'de gösterilmektedir. Çalışmanın her bir katılımcı ile yüz yüze gerçekleştirilen kısmı reklamların izlenme süresi de dahil olmak üzere 20 dakika ile 40 dakika arası sürmüştür.

Çalışmada nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan mülakat tekniği kullanılmıştır. Araştırmalarda yaygın kullanılan veri toplama tekniklerden biri olan görüşme ya da mülakat; önceden hazırlanmış soruları sorduğu ve karşısındaki kişinin sorulara yanıtlar verdiği amaçlı bir söyleşidir (Kuş, 2003: 50). Veri toplama aracı olarak görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formundaki sorular ana olarak üç bölümden

oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik bir kısım yer almaktadır. Bu kısımda katılımcıların yaşı, cinsiyeti, medeni hali, eğitim durumu ve çalışma durumuna yönelik sorular bulunmaktadır. Görüşme formunun ikinci bölümünde katılımcılardan izledikleri reklamları ayrı ayrı değerlendirmeleri istenmiştir ve değerlendirmelerini yapabilmeleri için oluşturulan ifadeler detaylı bir şekilde gerçekleştirilen yazın taraması sonucunda elde edilmiştir. 7'li Likert ölçeğinin uygulandığı bu kısımda, katılımcılarda sunulan ifadelere ne derece katılıp katılmadıklarına yönelik cevap vermeleri istenmiştir. Olney vd. (1991:446) çalışmasında kullandığı "reklam içeriği" değişkenleri mevcut çalışmaya uyarlanmıştır. Bununla birlikte reklamların ana olarak ne gibi özellikler taşıması gerektiğine yönelik ilgili çalışmalardan (Güz, 1998; İslamoğlu, 2006) elde edilen bilgiler doğrultusunda ifadeler son haline getirilmiştir. Görüşme formunun son kısmında ise katılımcılara 6 adet açık uçlu soru sorulmuştur.

Açık uçlu sorular ile görüşme formunun ikinci kısmında yer alan ifadelerin dışında katılımcıların eklemek istedikleri fikirlerin olabildiğince ayrıntılı olarak değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Görüşmeler, 07.12.2015-23.12.2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar tarafından veriler önce bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir. İfadeler SPSS 15.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların her bir soruya verdiği cevaplar benzerlikleri bakımından gruplandırılarak yorumlanmıştır.

4.ÇALIŞMANIN BULGULARI

Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 1'de verilmektedir. Katılımcıların büyük bölümü (%60) 32-41 yaş grubundadır ve kadınlar (%52) çoğunluktadır. Medeni hale göre dağılım değerlendirildiğinde evlilerin (%60) çoğunlukta olduğu saptanmıştır. Katılımcılar arasında üniversite eğitimi alanlarının oranının (%76) yüksek olduğu görülmektedir. Çalışma durumları incelendiğinde ise çoğunluğun (%88) iş hayatında aktif rol aldığı görülmektedir.

Katılımcıların görüşme formunda yer alan çeşitli soruları 1'den 7'ye kadar değerlendirmeleri istenmiş (1. Hiç katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Biraz katılmıyorum, 4. Kararsızım, 5. Biraz katılıyorum, 6. Katılıyorum, 7. Tamamen katılıyorum), verdikleri yanıtlar her bir kruvaziyer işletmesi için Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'te ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Bilgiler		**n**	**%**
Yaş	22-31	7	28
	32-41	15	60
	42-51	2	8
	52-61	1	4
	Toplam	25	100
Cinsiyet	Kadın	13	52
	Erkek	12	48
	Toplam	25	100
Medeni Hal	Bekâr	10	40
	Evli	15	60
	Toplam	25	100
Eğitim Durumu	Lise	1	4
	Üniversite	19	76
	Yüksek lisans	3	12
	Doktora	2	8
	Toplam	25	100
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	3	12
	Çalışıyor	22	88
	Toplam	25	100

Tablo 2: MSC Cruises Reklamına İlişkin Değerlendirme

İfadeler	**Ortalama**	**Standart Sapma**
1. Reklam duygusal cazibe unsurlarını (bağlılık, ait olma, özgürlük vb.) içermektedir.	3,48	2,312
2. Reklam rasyonel/akılcı cazibe unsurlarını (fiyat-kalite uyumu, yolcu sayısı vb.) içermektedir.	4,28	1,969
3. Reklam, sunulan hizmetin özelliklerini tam olarak yansıtmaktadır. (cevabınız olumlu/olumsuz ise neden? Hangi bilgiler yeterlidir?)	3,92	1,956
4. Reklam, gerçeğe dayanan bilgi içermektedir. (cevabınız olumlu/olumsuz ise neden?)	4,52	1,759
5. Reklam, şirket imajını yansıtmaktadır.	4,44	1,917
6. Reklam, üst düzey tasarım içermektedir.	4,56	2,293
7. Reklam, estetik öğeleri barındırmaktadır.	4,20	2,255
8. Reklam, yaşamdan bir kesit içermektedir.	2,60	1,607
9. Bu reklamı izlemek eğlenceliydi.	3,56	2,238
10. Bu reklam verilen hizmete karşı beni meraklandırdı.	4,00	2,255

Tablo 3: Royal Caribbean Reklamına İlişkin Değerlendirme

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
1. Reklam duygusal cazibe unsurlarını (bağlılık, ait olma, özgürlük vb.) içermektedir.	5,60	1,323
2. Reklam rasyonel/akılcı cazibe unsurlarını (fiyat-kalite uyumu, yolcu sayısı vb.) içermektedir.	4,48	2,143
3. Reklam, sunulan hizmetin özelliklerini tam olarak yansıtmaktadır. (cevabınız olumlu/olumsuz ise neden? Hangi bilgiler yeterlidir?)	5,60	1,500
4. Reklam, gerçeğe dayanan bilgi içermektedir. (cevabınız olumlu/olumsuz ise neden?)	5,56	1,356
5. Reklam, şirket imajını yansıtmaktadır.	5,64	1,411
6. Reklam, üst düzey tasarım içermektedir.	5,80	1,384
7. Reklam, estetik öğeleri barındırmaktadır.	6,00	1,500
8. Reklam, yaşamdan bir kesit içermektedir.	5,72	1,514
9. Bu reklamı izlemek eğlenceliydi.	5,72	1,458
10. Bu reklam verilen hizmete karşı beni meraklandırdı.	5,84	1,434

Tablo 4: Costa Cruises Reklamına İlişkin Değerlendirme

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
1. Reklam duygusal cazibe unsurlarını (bağlılık, ait olma, özgürlük vb.) içermektedir.	5,60	1,500
2. Reklam rasyonel/akılcı cazibe unsurlarını (fiyat-kalite uyumu, yolcu sayısı vb.) içermektedir.	4,52	1,806
3. Reklam, sunulan hizmetin özelliklerini tam olarak yansıtmaktadır. (cevabınız olumlu/olumsuz ise neden? Hangi bilgiler yeterlidir?)	5,12	1,424
4. Reklam, gerçeğe dayanan bilgi içermektedir.(cevabınız olumlu/olumsuz ise neden?)	5,12	1,481
5. Reklam, şirket imajını yansıtmaktadır.	5,28	1,568
6. Reklam, üst düzey tasarım içermektedir.	5,24	1,451
7. Reklam, estetik öğeleri barındırmaktadır.	5,84	1,463
8. Reklam, yaşamdan bir kesit içermektedir.	5,28	1,696
9. Bu reklamı izlemek eğlenceliydi.	5,60	1,443
10. Bu reklam verilen hizmete karşı beni meraklandırdı.	5,28	1,815

Ankette sorulan üçüncü ve dördüncü sorular açık uçlu şekilde de sorulmuştur. MSC Cruises için sorulan üçüncü soruya verilen açık uçlu cevaplar değerlendirildiğinde; reklamın sanal ortamda hazırlanmış olduğu, gerçekçi görünmediği, hizmetlerle ilgili bilgilerin yeterli bir şekilde yansıtılmadığı şeklinde görüşler belirtildiği saptanmıştır. Dördüncü soruya verilen açık uçlu cevaplar değerlendirildiğinde ise; katılımcılarımızın çoğu reklamda sayısal bilgilerin vurgulanması nedeniyle reklamın gerçeğe dayanan bilgi içerdiğini düşünmüşlerdir. Royal Caribbean işletmesi için sorulan üçüncü soruya verilen açık uçlu cevaplar değerlendirildiğinde; katılımcılar, reklamda detaylı anlatımın olduğunu, gemide alınan hizmetlerin tam anlamıyla anlatıldığını, aktivitelerin yeterli bir şekilde gösterilmiş olduğunu belirtmişlerdir. Royal Caribbean işletmesi için sorulan dördüncü soruya verilen açık uçlu cevaplar değerlendirildiğinde ise; katılımcılar, reklamda gerçek kişilerin kullanılması ve gerçek yaşamdan alınmış sahnelerin gösterilmesi nedeniyle, reklamın gerçeğe dayanan bilgi içerdiğini düşünmüşlerdir. Katılımcılarımızın Costa Cruises işletmesi için sorulan üçüncü soruya verilen açık uçlu cevaplar değerlendirildiğinde; hizmetlerin detaylı bir şekilde gösterilmiş olduğu, sunulan hizmetin özelliklerinin tam olarak yansıtıldığı şeklinde görüşler belirtildiği saptanmıştır. Costa Cruises işletmesi için sorulan dördüncü soruya verilen açık uçlu cevaplar değerlendirildiğinde ise; katılımcılar, gerçek bir destinasyonun olması, gerçek kişilerin gösterilmesi ve gerçek yaşantının var olduğu hissinin verilmesi nedeniyle reklamın gerçeğe dayanan bilgi içerdiğini düşünmüşlerdir.

Anket sorularının yanısıra katılımcılarımıza, izledikleri reklam videolarını değerlendirmeleri için açık uçlu sorular da sorulmuştur. Katılımcılarımız ‘ İzlediğiniz reklamda en çok ilginizi çeken şey nedir?’ sorusuna MSC Cruises işletmesinin Türkiye Facebook sayfasında paylaştığı reklam videosu için; geminin tasarım ve mimarisi, geminin özellikleri, büyük ve ihtişamlı görünmesi, taşıdığı yolcu sayısının çokluğu, odaların deniz manzaralı olması şeklinde cevaplar vermişlerdir. Reklamda geminin en üst kısmında yer alan su parkı ise, üç (%12) katılımcımızın çok ilgisini çekmiş ve su parkının çok eğlenceli göründüğünü vurgulamışlardır. Reklamda geminin gerçek görüntülerinin değil sanal gösteriminin olması dört (%16) katılımcımızın ilgisi çekmiş ve bunun eksik özellik olduğunu belirtmişlerdir. Royal Caribbean Türkiye Facebook sayfasında paylaştığı reklam videosunda ise; Gemide gerçekleşen çeşitli aktiviteler, sunulan farklı ve lüks hizmetler, lüks yaşam tarzının olması, geminin büyüklüğü, robot bar, su parkının dizaynı, denizde seyahat halindeyken 5 yıldızlı otel hizmeti sunması ve Amerika’nın simgesi özgürlük anıtı katılımcılarımızın ilgisini çekmiştir. Costa Cruises Türkiye Facebook sayfasında paylaştığı reklam videosunda ise; Geminin iç tasarımı, ışıklandırması, lüks görünümü, aile ve insan

temasının yeterli olarak vurgulanması, reklamın ayrıntılı olarak gemideki yaşamı göstermesi, kaliteli seyahat hissi, sunulan hizmetler ve romantik seyahat hissi vermesi katılımcılarımızın ilgisini çekmiş bulunmaktadır.

'Reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilde bulunmak istediniz mi? Neden?' Sorusuna verilen cevaplar her işletme için ayrı ayrı değerlendirilmiştir. MSC Cruises işletmesinin reklamı için; katılımcılarımızdan 17 (%68) kişi kruvaziyer tatilde bulunmak istediklerini belirtmiştir. Dinlenme ve eğlenme ihtiyacı duyduklarını, daha önce böyle bir tatilde bulunmadıklarından farklı bir tatil yaşama istediği hissetmelerini, geminin yüzen bir otel gibi olmasını, istedikleri her şeyin gemide var olmasını buna neden olarak göstermişlerdir. Katılımcılarımızdan sekiz (%32) kişi ise bu reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilinde bulunmak istemediklerini dile getirdiler. Bu reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilinde bulunmak istemeyen beş kişi (%20), reklamın ilgilerini çekmemesini ve onları heyecanlandırmamasını neden olarak göstermişlerdir. Diğer üç kişiden biri (%4) sadece tasarımdan bahsedildiği için reklamın kendisini etkilememesini, biri (%4) kalabalık bir ortamda tatil yapmak istememesini, biri (%4) ise gemide bir yere kapanıp kalmış hissi yarattığı için bu tatilde bulunmak istememesini neden olarak göstermiştir. Royal Caribbean işletmesinin reklamı için; Katılımcılardan 23 (%92) kişi bu reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilinde bulunmak istediklerini belirtmişlerdir. Gemide çok eğlenceli ve bol aktiviteli vakit geçireceklerini hissetmelerini, reklamdan çok etkilenmelerini, benzersiz bir deneyim yaşayacaklarını hissetmelerini, otellerden daha lüks görünmesini, reklamın çok gerçekçi olmasını ve istenilen her şeyin gemide bulunmasını buna neden olarak göstermişlerdir. Katılımcılarımızdan iki (%8) kişi ise bu reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilinde bulunmak istemediklerini dile getirdiler. Kapalı kalmış hissini ve çok kalabalık yerde tatil yapmama isteklerini neden olarak göstermişlerdir. Costa Cruises işletmesinin reklamı için ise; Katılımcılardan 23 (%92) kişi bu reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilinde bulunmak istediklerini belirtmişlerdir. Keyifli, ferah bir tatil geçirme hissini, kalite ve çeşitliliğin reklamda açıkça gösterilmesini, tam anlamıyla eğlenceli ve lüks bir tatil olmasını, reklamın çok başarılı ve etkili bulunmasını buna neden olarak göstermişlerdir. Katılımcılarımızdan iki (%8) kişi ise bu reklamı izledikten sonra kruvaziyer tatilinde bulunmak istemediklerini dile getirdiler. Kapalı kalmış hissini ve çok kalabalık yerde tatil yapmama isteklerini neden olarak göstermişlerdir.

'İzlediğiniz bu reklamda edindiğiniz bilgilerle farklı markalar arasında karşılaştırma yapabilir misiniz?' sorusuna ise MSC Cruises işletmesi için; 15 (%60) kişi hayır, sekiz (%32) kişi evet, iki (%8) kişi "kısmen yapabilirim" yanıtını vermiştir. Royal Caribbean işletmesi için; sekiz (%32) kişi hayır, 17 (%68) kişi "evet, yapabilirim" yanıtını

vermiştir. Costa Cruises işletmesi için ise; altı (%24) kişi hayır, 18 (% 72) kişi evet, bir (%4) kişi "belki yapabilirim" yanıtını vermiştir.

'Sosyal medyada reklamı yapılan bu ürün/hizmetin aldatıcı ya da yanıltıcı olduğunun düşünüyor musunuz?' sorusuna ise MSC Cruises işletmesi için; 17 (%68) kişi hayır, 8 (%32)kişi evet yanıtını vermiştir. Royal Caribbean işletmesi için; 19 (%76) kişi hayır, altı (%24) kişi evet yanıtını vermiştir. Costa Cruises işletmesi için ise; 17 (%68) kişi hayır, yedi (%28) kişi evet, bir (%4) kişi belki yanıtını vermiştir.

'Bu reklamı başkalarına önerir misiniz? Sosyal medyada paylaşır mısınız?' sorusuna MSC Cruises işletmesi için; 10 (%40) kişi paylaşmam ve önermem, 14 (%56) kişi paylaşırım ve öneririm, bir (%4) kişi ise "kararsızım" yanıtını vermiştir. Royal Caribbean işletmesi için; altı (%24) kişi paylaşmam ve önermem, 18 (% 72) kişi paylaşırım ve öneririm, bir (%4) kişi ise "kararsızım" yanıtını vermiştir. Costa Cruises için ise; 6 (%24) kişi hayır, 17 (%68) kişi evet (evet diyen bir kişi öneririm ama paylaşmam dedi), iki (%8) kişi "belki /kararsızım" yanıtını vermiştir.

'Bu reklamda sizce başka hangi unsurlar olmalıydı?' sorusu sorulduğunda MSC Cruises için; gerçek görüntülerin ve gerçek kişilerin, destinasyon ve fiyat bilgisinin, hareketli müzik ve seslendirmelerin, anne - çocuk kullanımının ve mizah unsurlarının yer almasının gerektiği belirtilmiştir. Royal Caribbean için; anne çocuk kullanımı, mizah kullanımı, fiyat bilgisi, ünlü kişi kullanımı, restoran ve mutfak hakkında gerçek görüntülerin yer alması, yolcu kapasitesi ve personel sayısının paylaşılması gibi unsurların da yer alması gerektiği belirtilmiştir. Bunun yanında, *'çok yeterli bir reklamdı başka bir unsura gerek yoktu'* ve *'reklam biraz daha kısa olmalıydı'* şeklinde yanıtlarda verilmiştir. Costa Cruises işletmesi için ise; destinasyonun daha çok ön planda tutulduğu bunun yerine geminin imkân ve özelliklerinden daha çok söz edilmesi gerektiği, geminin taşıdığı yolcu sayısı bilgilerinin verilmesi gerektiği belirtilirken katılımcılarımızın çoğu tarafından *'çok yeterli bir reklamdı başka bir unsura gerek yoktu'* yanıtı da verilmiştir.

5. ÇALIŞMANIN KATKILARI, KISITLARI VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Araştırmaya katılanların çoğunun ifadelerine göre izledikleri reklamlardan sonra Royal Caribbean ve Costa Cruises işletmeleriyle kruvaziyer tatilde bulunmak istedikleri belirlenmiştir. Ayrıca, MSC Cruises işletmesinin reklamını izledikten sonra farklı markalar arasında karşılaştırma yapamayacağını ifade ettikleri görülürken, izledikleri reklamlar içerisinde edinilen bilgilerle farklı markalar arasında en çok karşılaştırma yapılabilen reklamın Costa Cruises işletmesine ait olduğunu ifade ettikleri saptanmıştır. Ayrıca katılımcılarımızın çoğu sosyal

paylaşım sitesinde paylaşılan bu reklamların aldatıcı ve yanıltıcı olmadığını düşündükleri görülmüştür. İzlenilen reklamların başkalarına önerilme ve sosyal medyada paylaşılma isteklerine bakıldığında ise katılımcılarımızın çoğu öncelikle Royal Caribbean, Costa Cruises son olarak ise MSC Cruises işletmesinin reklamlarını başkalarına önerebileceklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların çoğunun her üç işletmeye de ait reklam videosunda fiyat bilgisinin olmayışını eksik unsur olarak gördükleri ayrıca Costa Cruises işletmesinin reklamı için kullanılan görsellerin çok yeterli olduğunu başka unsura gerek olmadığını belirttikleri saptanmıştır.

Çalışmada belirli kısıtlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki, belirli bir zaman aralığında çalışmanın gerçekleştirilmiş olması ve buna bağlı olarak da katılımcı sayısının kısıtlı olmasıdır. Daha önce belirtildiği gibi 20 katılımcı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilirken, 5 adet katılımcı ile e-posta yolu ile cevaplar elde edilmiştir. 20 katılımcı ile yazarlar birebir iletişimde olarak soruları yönelterek ve gerektiğinde belirli yerlerde açıklamalarda bulunarak süreçte yer alırken, 5 katılımcı ile birebir ve yüz yüze araştırma süreci gerçekleştirilmemiştir. Ayrıca çalışmada üç adet kruvaziyer işletmesinin yazarlar tarafından seçilen üç adet video reklamı değerlendirilmiş ve incelenmiştir. İşletmelerin Facebook hesaplarında yer alan diğer reklamlar çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Gelecek çalışmalarda çalışmada kullanılan veya kullanılmayan kruvaziyer işletmelere yönelik nitel ve nicel çalışmalar gerçekleştirilebilir. Çalışmada yer alan ve katılımcıların izledikleri reklamları değerlendirdikleri ifadeler arttırılarak detaylı bir anket formu oluşturulabilir ve kapsamlı bir örneklem çerçevesinde katılımcıların demografik özellikleri ile reklamlara yönelik değerlendirmeleri arasında ilişkiler kurulabilir. Nitel çalışmalar açısından odak grup çalışmaları katılımcılara toplu halde ilgili reklamların izlettirilip belirlenen değişkenler çerçevesinde reklamların analiz edilmesi de gelecek çalışmalar için öneriler arasında sayılabilir. Çalışmada katılımcıların özellikle daha önce kruvaziyer hizmet satın almayan taraflar olmasına dikkat edilmiştir. Bunun ana amacı, katılımcıların daha önce kruvaziyer seyahat ile ilgili birebir tecrübesi olmadan reklamın zihinlerinde nasıl bir etki ve algı yarattığına dair bir değerlendirmeyi elde etmektir. Bu sebepten, daha önce kruvaziyer seyahat satın alanlar ve almayanlar arasındaki farklılıklar da gelecek çalışmalarda incelenebilir.

Çalışmanın uygulayıcılara katkıları değerlendirildiğinde, kruvaziyer işletmeleri potansiyel müşterilerin bakış açısıyla pazara sunacakları reklamların oluşturulması, yeniden yapılandırılması, anlaşılması ve sunulmasına yönelik öngörüler elde edebilirler. Müşterilerin kruvaziyer seyahat satın alma tercihlerinde reklamların önemli bir rol oynadığı düşünüldüğünde, potansiyel müşterilerin reklamı

seyrederken hangi konulardan sıkıldığı, neleri ilgi çekici bulduğu ve hangi unsurların eklenmesi gerektiğine dair görüşleri işletmelerin pazarlama stratejileri açısından belirleyici olabilmektedir. Çalışmanın bilime katkısı değerlendirildiğinde, kruvaziyer işletmelerin reklamlarının pazarlama açısından ve belirli değişkenlere göre incelendiği çalışmalar ilgili yazında yok denecek kadar azdır. Özellikle uluslararası yazında kruvaziyer işletmelerin broşürlerinin, logolarının vb. incelendiği tespit edilmiştir, fakat doğrudan video reklamlarının analiz edildiği çalışmalara rastlanmamıştır. Bu yönüyle çalışma, kruvaziyer işletmelerin potansiyel müşterilerine ulaştığı sosyal medya araçlarının en önemlilerinden biri olan Facebook'ta yer alan ve belirlenmiş reklamları pazarlama iletişimi yazınındaki değişkenler çerçevesinde inceleyen ilk çalışma olmuştur.

Not: Çalışmada incelenen reklamlara aşağıdaki linklerden ulaşılabilir.

- https://www.facebook.com/msccruisesturkey/videos/vb.154787161301543/800263150087271/?type=2&theater

- https://www.facebook.com/CostaCruisesTR/videos/vb.111854898992284/318943948283377/?type=2&theater

- https://www.facebook.com/royalcaribbeanturkiye/videos/vb.170125716385165/841097095954687/?type=2&theater

KAYNAKÇA

Adweek,(2015) http://www.adweek.com/news/advertising-branding/cruise-lines-want-new-kind-passenger-millennials-159702 Erişim Tarihi: 14.12.2015

Akat, Ö. (1997) Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Bursa: Ekin Yayınları.

Akkaya, D.T. (2013) *Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aktuğlu, I.K. (2006) "*Tüketicinin Bilgilendirilmesi Sürecinde Reklam Etiği*". Küresel İletişim Dergisi, Sayı:2. s: 1-20.

AMA (2015) https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx Erişim Tarihi: 09.12.2015.

Arlı, E. (2014) "Türk Kruvaziyer Turistlerin Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri ile Satın Alma Sıklıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, s:277-288.

Babacan, M. (2015) *Nedir Bu Reklam?* Beta Yayınları, İstanbul.

Batra, R., Myers, J.G., Aaker, D. (1995). *Advertising Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Chan, C., (2011) *"Using Online Advertising to Increase the Impact of a Library Facebook Page".* Library Management, Cilt 32, Sayı 4/5. s:361-370.

Dikeç, G., Bayar, Y., Cerit, A.G. (2014) *"Kruvaziyer Yolcuların Liman Alanında Satın Alma Davranışlarına İlişkin bir Araştırma".* 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, s:247-275.

Dowling, R.K. (2006) *'The Cruising Industry in Cruise Ship Tourism*'. (Ed.) R.K. Dowling, Oxfordshire, CABI Publishing, s. 3 – 17.

Göksel, A. B., Kocabaş, F. ve Elden, M. (1997) *Pazarlama İletişimi Açısından Halkla İlişkiler ve Reklam*, Yayınevi Yayıncılık, İstanbul, 1997.

Güneri, B. (1998) *"Reklam Aracılığıyla Tüketici Zihnine Girilmesi"*. Pazarlama Dünyası Dergisi, Sayı: 69. s:43.

Güz, H. (1998), *"Reklamlarda İkna Stratejileri",* Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Howard, Daniel J. ve Thomas, E Barry (1990) *"The Evaluative Consequences of Experiencing Unexpected Favorable Events".* Journal of Marketing Research, Cilt 27. s: 51-60.

Hwang, J, Han, H. (2014) "Examining Strategies for Maximizing and Utilizing Brand Prestige in the Luxury Cruise Industry". Tourism Management, Cilt 40. s:244-259.

İslamoğlu, A.H. (2006) *Pazarlama Yönetimi*, 1. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
Kotler, P, Keller, K.L., (2012) *Marketing Management*, 14th edition, Essex, Pearson Education Limited.
Kuş, E. (2003) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nitel mi, Nicel mi?*Ankara: Anı Yayıncılık.
Küçükerdoğan, R.(1999), *"Reklam İletişimi Açısından Hedef Kitle Çözümlemesi"*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:9. s: 319-341.
Kwortnik, R. (2006) *"Carnival Cruise Lines, Burnishing the Brand"*. Cornell Hospitality Quarterly, Cilt 47, Sayı 3. s: 286-300
Kwortnik, R. (2008) *"Shipscape Influence on the Leisure Cruise Experience"*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Cilt 2, Sayı 4. s: 289 – 311.
Marti, B.E. (1993) *"Cruise Line Brochures: A Comparative Analysis of Lines Providing Caribbean Service"*. Journal of Travel and Tourism Marketing, Cilt 2, Sayı 1. s:31-52.
Marti, B.E. (2005) *"Cruise Line Logo Recognition"*. Journal of Travel and Tourism Marketing, Cilt 18, Sayı 1. s: 25-:31
Mediapost,(2015),http://www.mediapost.com/publications/article/264336/carnival-launches-mobile-ads-via-facebook.html
Mucuk, İ. (2007). Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
Meng, S., Liang, G., and Yang, S. (2011) *"The Relationships of Cruise Image, Perceived Value, Satisfaction, and Post-purchase Behavioral Intention on Taiwanese Tourists"*. African Journal of Business Management, Cilt 5, Sayı 1. s: 19-29.
Miller, A., Grazer, W. (2003) *"Complaint Behavior as a Factor in Cruise Line Losses: An Analysis of Brand Loyalty"*. Journal of Travel and Tourism Marketing, Cilt 15, Sayı 1. s:77-91
Odabaşı, Y. (1995) *Pazarlama İletişimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
Olney, T.j., Holbrook, M.B., Batra, R. (1991) *"Consumer Responses to Advertising: The Effects of Ad Content, Emotions, and Attitude toward the Ad on Viewing Time"*. Journal of Consumer Research, Cilt 17, Sayı 4. s: 440-453
Oluç, M. (1990) "*Reklam (Advertisement),* Pazarlama Dünyası, Sayı:20, Mart-Nisan.
Oluç, M. (2006) *Temel Pazarlama Kavramları*, Beta: İstanbul.
Petrick, J.F., Li, R., Park, S., (2007) "*Cruise Passengers' Decision Making Processes"*. Journal of Travel and Tourism Marketing, Cilt: 23, Sayı 1. s: 1-14
Schlosser, Ann E., Shavitt, Sharon, Kanfer, Alaina (1999) "*Survey of Internet Users" Attitudes Toward Internet Advertising"*. Journal of Interactive Marketing, Cilt 13, Sayı 3. s:34-54.

Schmidt, Stacy M. P., Ralph, David L. (2011) *"Social Media: More Available Marketing Tools".* The Business Review, Cambridge, Cilt:18, Sayı:2. s:37-43.

Sezgin, O.M., Acar, Y. (1983). *Turizm-Tanıtma-Pazarlama,-Ekonomi*. Ankara.

Şahin, A. (2006) *"İnternet Reklamlarının Pazarlama Etiği Açısından Değerlendirilmesi: Mersin Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Yapılan Pilot bir Çalışma"*. Öneri Dergisi, Cilt:7, Sayı 25. s:119-130.

Tek, Ö. (1997). *Pazarlama İlkeleri*. Cem Matbacılık, İzmir.

Travelweekly(2015) http://www.travelweekly.com/Cruise-Travel/Cruise-lines-back-on-the-tube-with-new-a dvertising-efforts/ Erişim Tarihi: 10.12.2015

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,* Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zafar, A. Johnson, J.P., Pei, C., Tan Wai, l., Fang Ang Kah Hui, (2002) *"Country-of-origin and Brand Effects on Consumers' Evaluations of cruise lines"*. International Marketing Review, Cilt:19, Sayı: 3. s: 279 – 302.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0017

KRUVAZİYER GEMİLERİYLE SEYAHAT EDEN YOLCULARIN DESTİNASYON ALGISI: İSTANBUL LİMANI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

[1]Murat YAPICI, [2]Birsen KOLDEMİR, [3]Bilal HİŞAN

ÖZET

Kruvaziyer turizmi, yolcuların belirlenmiş destinasyonlara yönelik yaptıkları seyahatlerden oluşmaktadır. Bir yerin destinasyon olarak adlandırılması o yerin; çekici, ulaşılabilir, sosyal etkinliklere sahip olduğunu gösterdiği gibi, ziyaretçilerin ilgisini çekecek tesisler ile paket turlarının hedef kitleye pazarlanma olanakları ve bunları destekleyici hizmetlere sahip olduğunu göstermektedir.

İstanbul destinasyonu kruvaziyer turizmi için en önemli destinasyonlardan biridir. Destinasyon özelliklerinin korunması marka değerinin korunması açısından önemlidir.

Bu çalışmada İstanbul destinasyonun marka kişiliği kapsamında seyahat eden turistlerin algıları üzerine çalışma yapılmıştır. İstanbul destinasyonun ürün yaşam eğrisinin ömrü ve uzatılması ile ilgili değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Kruvaziyer Turizmi, Destinasyon Yönetimi, Deniz Turizmi

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Piri Reis Üniversitesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği, İstanbul., murat.yapici@pru.edu.tr
[2]Yrd.Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği, İstanbul, bkr@istanbul.edu.tr
[3]Lisans Öğrencisi., İstanbul Üniversitesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği, İstanbul, duimbilal@gmail.com

1. GİRİŞ

Destinasyon genel olarak turistlerin sürekli olarak yaşamını sürdürdüğü yer dışında ziyaret ettiği yer olarak adlandırılmaktadır (Dredge ve Jenkisn 2007). Fransızca kökenli olan destinasyonu Türk Dil Kurumu ‘‘varılacak olan yer’’ olarak nitelendirmiştir (TDK, 2015). Destinasyon kavramı varılacak olan yer olarak ifade edildiği gibi ‘‘turizm mahali’’ veya ‘‘yönelim’’ adlarıyla da ifade edilmektedir. Destinasyonlar çeşitli farklı kriterlere göre sınıflandırılabilmektedir. Kotler ve diğerleri (2010) destinasyonları mikro ve makro açıdan ele almışlardır. Örnek olarak Türkiye makro, İstanbul mikro bir destinasyondur. Ayrıca Buhalis (2000) destinasyonları kentsel destinasyonlar, deniz kıyısı destinasyonları, dağ destinasyonları, kırsal destinasyonlar, otantik destinasyonlar, eşsiz-egzotik seçkin destinasyonlar olarak sınıflandırmıştır.

Kruvaziyer Turizmi açısından destinasyonlar mikro destinasyonlar seçilirken kimi zaman kentsel destinasyonlar kimi zaman eşsiz-egzotik destinasyonlar olabilmektedir. Bu açıdan kruvaziyer turizminde destinasyon seçimi Buhalis (2000)’in tanımladığı altı destinasyon türünü de içermektedir.

Kruvaziyer turizmi açısından destinasyon; çekicilikler, ulaşılabilirlik, tesisler, paket turlar, etkinlikler, destekleyici hizmetler gibi özelliklere sahip olmalıdır. Bu özelliklerin hizmet açısından üstün olması o destinasyonun marka değerini yükseltecektir.

Kruvaziyer yolcularının gittikleri destinasyonlardaki davranışları satın alma davranışları ve cazibe merkezlerinin belirlenmesi açısından önemlidir. Alışveriş merkezlerinin ve tarihi cazibe merkezlerinin limana olan uzaklıklar yolcuların sınırlı zamanda kararlarını etkilemektedir (Cantis, ve diğerleri, 2015).

Kruvaziyer yolcularının kısıtlı zamanlarını en iyi şekilde geçirme istekleri mevcut liman olanaklarının geliştirilmesini, yeni yapılacak kruvaziyer limanlarının yer seçimi için en önemli kriterdir. (Lau, ve diğerleri, 2014).

2. DESTİNASYON OLARAK İSTANBUL VE İSTANBUL LİMANI

İstanbul yüzölçümü 5313 km^2 olan Dünyanın en yoğun metropollerinden biridir. 2015 yılında 14.3 milyonluk nüfusa ve km^2’ye 2706 insanın düştüğü İstanbul’a 11.8 milyon turist gelmiştir. İstanbul bu özelliğiyle en çok ziyaret edilen on şehir arasında yer almaktadır.

Akdeniz bölgesinin en önemli on limanından biri olarak gösterilen İstanbul Limanı 2015 yılında 700000'in üzerinde turistin ülkeye giriş yaptığı kapı olmuştur (DTGM Kruvaziyer İstatistikleri, 2015).

İstanbul Kruvaziyer limanı konum olarak tarihi yapıların olduğu bir bölgede yer almaktadır. Bu anlamda Karaköy- Salıpazarı'nda inen yolcuların tarihi yapılara ulaşması ve gezmesi açısından oldukça yakındır.

İstanbul'un zengin tarihi göz önünde bulundurulduğunda; Sultanahmet Cami, Ayasofya İstanbul denilince akla gelen ilk ziyaret alanları olarak algılanmaktadır (Oran, 2014: 48).

Genel olarak seyahat sonrası memnun kalmış bir turistin algısında oluşan marka imajı, hedef kitleye iletilen mesajdan daha etkilidir. Bu sayede markaya oluşan sadakat güçlenmektedir. (Keskin, 2008: 140). İstanbul destinasyonunun marka imajının algıdaki gücü destinasyon tercihinin sürdürülebilirliğini sağlayacaktır.

Algılanan destinasyon imajı bilişsel veya duygusal değerlendirmeyi kapsamaktadır. (Beerli ve Martin, 2004: 659). Bilişsel öğeler genellikle destinasyonun fiziksel özelliklerini, duygusal öğesi ise turistlerin hislerini içermektedir (Karabıyık veİnci, 2012: 11).

İstanbul'a seyahat etme isteğinin gerçekleşmesi açısından etkili olan dinamikler incelendiğinde; arkadaş/meslektaş, akraba, gazate/dergi ve seyahat kitaplarından elde edilen bilgiler olumlu, filmler ve televizyon gösterimlerinin etkisi ise olumsuzdur (Üner, ve diğerleri, 2006:199).

3. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Çalışma kapsamında İstanbul Limanına gelen kruvaziyer gemileriyle seyahat eden turistlere, İstanbul Destinasyonuna ilişkin olarak hazırlanmış olan sorular sorulmuştur. İstanbul Limanına gelen yolcuların destinasyondan ayrılmadan evvel görüşlerinin belirlenmesine çalışılmıştır. Çıkan sonuçlar üzerinden değerlendirmelerde bulunulması amaçlanmıştır.

3.1. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada kullanılmak üzere birinci bölümde 9 soru, ikinci bölümde ise 11 sorudan oluşan anket kullanılmıştır. Farklı zaman ve gemilerde yolculara anket soruları yöneltilmiş olup homojen bir sonuç alınmaya çalışılmıştır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Çalışma kapsamında ana kütle 2015 yılında İstanbul destinasyonuna kruvaziyer gemileri ile gelen 700000 turisttir (DTGM Kruvaziyer İstatistikleri, 2015). Çalışma 264 turist ile yapılmış olan anket çalışmasını kapsamaktadır.

3.3. Verilerin Analizi

Elde edilen anket sonuçları SPSS istatistik programıyla veri girişleri gerçekleştirilmiştir. Anket değerlendirmeleri 5'li likert ölçeği kullanılarak hiç katılmıyorum, az katılıyorum, orta düzeyde katılıyorum, çok katıyorum, tamamen katılıyorum şeklinde katılımların açık olarak anlayabileceği şekilde kodlanmıştır.

Anket soruları katılımcıların demografik özelliklerini ve destinasyon hakkındaki görüşlerini karşılama durumlarını ölçecek şekilde oluşturulmuştur. Çalışmada, İstanbul uğraklı kruvaziyer gemileri ile seyahat eden yolcuların anket sorularına verdiği cevaplar sayısallaştırılarak destinasyon algısı ile ilgili görüşleri çerçevesinde ele alınmış, çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir.

4. ÇALIŞMANIN BULGULARI

İlk olarak İstanbul Salıpazarı kruvaziyer limanına gelen 264 turistin demografik özellikleri incelendiğinde %61'inin erkek, %39'unun kadın olduğu görülmektedir.

Ankete katılan turistlerin yaşlarına göre dağılımı tablo 1'de görülmektedir. %52.3'lük bir katılımcının orta yaş ve üzeri olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Ankete Katılanların Yaşlarına Göre Dağılımı

Yaş Aralığı	Frekans	Yüzde
18-22	18	%6.8
23-27	24	%9.1
28-32	24	%9.1
33-37	60	%22.7
38-43	0	%0
43 ve üzeri	138	%52.3
Toplam	264	%100

Tablo 2'de frekans ve yüzde değerleri verilen turistlerin vatandaşı oldukları ülkeler incelendiğinde %70'lik dilimle Amerikan vatandaşlarının ilk sırada olduğu görülmektedir.

1980-2000 yılları arası doğanlar olarak nitelendirilen Y kuşağının, İstanbul destinasyonuna seyahatleri ile ilgili davranışları üzerindeki etkisi yok denilecek kadar azıdır (Albayrak ve Özkul, 2013: 29). Ancak tablo 1'de görüldüğü gibi kruvaziyer gemileri ile gelen yolcuların yaş oranları yüksek niteliktedir.

Amerika dışında İspanya, Filipinler, Yunanistan, Romanya, Singapur, İngiltere ve Singapur vatandaşlarının da İstanbul destinasyonunu seçen ülke vatandaşları olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Ankete Katılanların Ülkelere Göre Dağılımı

ÜLKE	Frekans	Yüzde
AMERİKAN	186	%70.5
İSPANYA	18	%6.8
FİLİPİNLER	12	%4.5
YUNANİSTAN	6	%2.3
ROMANYA	12	%4.5
SİNGAPUR	18	%6.8
İNGİLTERE	12	%4.5
TOPLAM	264	100

Ankete katılan turistlerin tablo 3'de görüldüğü gibi yaklaşık %90'ını üniversite mezunu turistler oluşturmaktadır. Ancak aynı kişilerin tablo 3'de yer alan %22'lik işçi yüzdesine dahil olan katılımcıların olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Ankete Katılanların Eğitim Seviyelerine Göre Dağılımı

EĞİTİM	Frekans	Yüzde
LİSE	30	%11.4
LİSANS	180	%68.2
LİSANSÜSTÜ	54	%9
TOPLAM	264	100

Tablo 4'te ankete katılan turistlerin meslek dağılımlarında, özellikle %25'lik dilimle emeklilerin yer aldığı görülmektedir. Ankete katılanların %52'si 43 yaş ve üzeridir.

Tablo 4: Ankete Katılanların Mesleklerine Göre Dağılımı

MESLEK	Frekans	Yüzde
İŞÇİ	60	%22.7
ÖĞRETMEN	36	%13.6
MÜHENDİS	12	%4.5
EMEKLİ	66	%25
DİĞER	90	%34.1
TOPLAM	264	100

Tablo 5'e göre; İstanbul destinasyonuna kruvaziyer gemileriyle gelen turistlerin %29.5'u kruvaziyer gemileriyle 1 yıl veya daha az süredir kruvaziyer gemileriyle seyahat eden turistlerden oluşmaktadır. Ayrıca 11 yıl ve üzeri seyahat edenlerin İstanbul destinasyonunu tekrar seçmiş bir yüzde olarak değerlendirilebilmektedir.

Tablo 5: Ankete Katılanların Kruvaziyer Gemilerinde Yolculuk Yapma Sürelerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
1 YIL	78	%29.5
2-4 YIL	60	%22.7
5-7 YIL	66	%25
8-10 YIL	18	%6.8
11 YIL VE ÜZERİ	42	%15.9
TOPLAM	264	100

Tablo 6: Ankete Katılanların Aylık Gelir Düzeylerine Göre Dağılım Tablosu

	Frekans	Yüzde
600 $	24	%9.1
601-1000 $	48	%18.2
1001-1400 $	60	%22.7
1401-1800 $	48	%18.2
1801 $ VE ÜZERİ	84	%31.8
TOPLAM	264	100

Ankete katılan katılımcıların aylık gelir durumu ile ilgili %31.8'i 1800 USD ve üzeri gelire sahip katılımcıların olduğunu göstermektedir. Yaklaşık %75'lik katılımcı yüzdesinin 1000 USD ve üzeri gelire sahip olduğu tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 7: Ankete Katılanların İstanbul Destinasyonunda Yaptıkları Toplam Harcama Dağılım Tablosu

	Frekans	Yüzde
600 $	126	%47.7
601-1000 $	78	%29.5
1001-1400 $	36	%13.5
1401-1800 $	12	%4.5
1801 $ VE ÜZERİ	12	%4.5
TOPLAM	264	100

Tablo 7'da katılımcıların %52.3'ü İstanbul'u ziyaretlerinin sonucunda 600 USD ve üzeri harcama yaptığı görülmektedir. 1800 USD ve üzeri harcama yalnızca %4.5'lik bir katılımcının yüksek alışveriş potansiyeli olduğu görülmektedir. Bu anlamda İstanbul Destinasyonunun alış veriş açısından cazibeye sahip olduğu görülmektedir.

Anketin güvenirliği için Cronbach's Alpha değerine bakıldığında 0.834 değeriyle güvenirliğinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tablo 7'de anket sorularının, faktör analizi sonucundaki güvenilirlikleri bulunaktadır.

Tablo 8: Anket Sorularının Faktör Güvenirlik Tablosu

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Turistik bir bölge olarak çekicidir.	0.972
Doğal güzellik çeşitliliği fazladır.	0,973
Şehrin genel görünümü güzeldir.	0,972
Kentin kültürel ve tarihi yerlerin sayısı benim için yeterlidir.	0,973
Hijyen ve şehrin temizliği yeterlidir.	0,974
Şehir turistler için güvenlidir	0,973
Şehir gördüğüm çoğu şehirden daha güzeldir.	0,974
Bir gün İstanbul'a gemi ile tekrar gelmek isterim	0,973
İstanbul'a gemi ile gelmeyi arkadaşlarıma öneririm	0,972
Kruvaziyer limanı olarak eksiklikleri vardır	0,973
Aradığım her şeyi buldum	0,975

Tablo 9'de yer alan, turistik bölge olarak çekicidir sorusuna olan yanıtlar incelendiğinde %27.3 lük bir bölümünün çekicilik konusunda beklediğini çekicilik anlamında pek bulamadığı görülmektedir.

Tablo 9: ‘‘Turistik Bir Bölge olarak Çekicidir’’ Freakans Tablosu

	Frekans	Yüzde	Birikimli Yüzde
Hiç Katılmıyorum	72	%27.3	%27.3
Az Katılıyorum	36	%13.6	%40.9
Orta Düzeyde Katılıyorum	54	%20.5	%61.4
Çok Katılıyorum	60	%22.7	%84.1
Tamamen Katılıyorum	42	%15.9	%100
TOPLAM	264	%100	

‘‘Doğal Güzellik Çeşitliliği Fazladır.’’ sorusuna verilen cevapların %20.5’i sadece hiç katılmazken tamamen ve çok katılanların oranı toplamı %34.1’dir. İstanbul destinasyonunun genel olarak %80’lik katılımcı sayısı tarafından farklı seviyelerde doğal çeşitliliğinin fazlalığı konusunda hemfikirdir.

‘‘Şehrin Genel Görünümü Güzeldir.’’ sorusuna verilen cevapların %18.2’si İstanbul destinasyonunun görünümüyle ilgili olumsuz görüş bildirmiştir. Olumlu görüş bildirenlerden %43.2’si yüksek bir memnuniyet ile soruyu cevaplamışlardır.

‘‘Kentin Kültürel ve Tarihi Yerlerinin Sayısı Benim için Yeterlidir.’’ sorusuna verilen cevapların %20.5’i olumsuz görüş bildirmiştir. Olumlu görüş bildirenlerden %20.5’i tamamen katılmaktadır. Doğal güzellik çeşitliliğinin fazlalığı ile ilgili sorulan soruya ilişkin aynı oran elde edilmiştir.

İstanbul Destinasyonuyla ilgili ‘‘Hijyen ve Şehrin Temizliği Yeterlidir’’ sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde hiç katılmayarak olumsuz görüş bildiren katılımcıların %15.9, az katılanların ise %22.7 olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak katılımcıların %63.6’si şehrin hijyen ve temizliği konusunda farklı seviyelerde olumlu görüş bildirmiştir.

İstanbul destinasyonunun turistler için güvenli görüldüğüne ilişkin sorulan soruya katılımcıların verdiği yanıt %15.9 ile hiç katılmıyorum, %25 az katılıyorum seviyesindedir. Katılımcıların %59.1’i ise farklı ölçülerde İstanbul Destinasyonunu güvenli görmüşlerdir.

Destinasyon karşılaştırması olarak kruvaziyer gemileriyle İstanbul destinasyonuna gelen turistlerin daha evvel gittikleri destinasyonlardan daha güzel olduğuna katılanların oranı %63.7’dir. Hiç katılmayanların sayısı %4.5, az katılanların oranı %31.8’dir.

İstanbul destinasyonuna gelen kruvaziyer yolcularının memnun kalarak tekrar aynı destinasyonu seçme isteği ile ilgili sorulan soruya katılımcıların %61.4'ü farklı ölçeklerde olumlu cevap verirken sadece %13.6'sı hiç katılmamaktadır.

Destinasyon memnuniyeti ve referans grubu olma açısından arkadaş tavsiyeleri seçim için önemli bir kriterdir. Bu açıdan İstanbul destinasyonuna kruvaziyer gemileriyle gelen yolcuların ''arkadaşlarıma öneririm'' sorusuna verdiklerine olumsuz dönüş sadece %15.9 olarak kalmıştır.

Turistlerin aradıkları her şeyi bulup bulmamalarını ölçme amacıyla sorulan soruya %29.5'luk oran ile çok katılıyorum yanıtı alınmıştır. Aradığını bulamayanların yüzdesi %11.4 olmuştur.

''Turistik Bir Bölge Olarak Çekicidir'' ile ''Bir Gün İstanbul'a Tekrar Gelmek İsterim'' soruları arasında korelasyon incelendiğinde ''r'' değeri 0.79, kuvvetli pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İstanbul destinasyonu kruvaziyer gemileri ile gelen turistler için önemli bir cazibe merkezidir. Özellikle destinasyon algısı yolcu terminalinden çıkış ile başlayan tekrar gemiye dönüş ile sonlanan bir süreçten oluşmaktadır. Bu algının ilk adımı gelen turistlerin terminal ve çevresinde yer alan fiziksel çevrenin yolcunun memnuniyetini ve merakını giderecek şekilde olması gerekmektedir.

İstanbul destinasyonu limandan çıkar çıkmaz yolcuların tarihi cami ve çeşmeleri gördükleri şehrin içerisine girdikçe bu tarihi çekiciliğin arttığı bir destinasyondur.

Anketten elde edilen bulgularda özellikle destinasyona birden fazla gelme isteği ve yakın çevresi için olumlu bakan referans grubu oluştuğu görülmüştür. Anket sonucunda çıkan olumlu oranların korunması ve İstanbul destinasyonuna daha fazla turistin çekilmesi amacıyla mevcut durumun iyileştirilmesi gereklidir.

Genelde sorulan sorularda hiç katılmayanların yüzde oranı %15-20 civarındadır. Olumsuz görüş bildirenlerin anket soruları haricinde turist bilgilendirme biriminin olmadığı konusunda görüşleri olmuştur. Yolcuların indikten sonra şehirde tarihi olarak nerelere gidebilecekleri, alışveriş yapabilecekleri yerleri bulurken zaman kaybettikleri konusunda görüşleri alınmıştır. Bu konuda ücretsiz yayınların basılarak gelen turistlere verilmesi ve turist danışma

birimlerinin kurulması gereklidir. Bu sayede hem daha fazla alışveriş yapılabilecek hem de tarihi bir yerin ziyareti gözden kaçmayacaktır.

İstanbul her ne kadar komşu ülkelerinde yaşanan siyasi istikrarsızlıklar sonucu olarak göç almış, tüm Dünya'da gerçekleşen terör olayları olsa da ankete katılanlar tarafından güvenli bir destinasyon olduğu görülmektedir. Bu imajın korunması gerekmektedir.

Katılımcıların İstanbul destinasyonuyla ilgili hijyen ve çevre koşulları ile ilgili olumlu görüşünün sürdürülmesi gerekmektedir. Yaya yolları, park ve bahçelerin bakımlarının yapılması ve tarihi mekanların restorasyonlarının yapılı ve bakımlı olması hem görüntü hem de hijyen şartları açısından sürekliliği sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Albayrak., A., Özkul, E., (2013) *''Y Kuşağı Turistlerin Destinasyon İmaj Algıları Üzerine Bir Araştırma''*, Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Cilt: 8, Sayı:6, s:15-31.

Beerli, A., Martin, D., J. (2004) *''Factor Influencing Destination Image''* Annals of Tourism Research, Cilt: 41, Sayı:3 ISSN: 0261-5177. s:657-681.

Buhalis, D. (2000). ''*Marketing The Competitive Destination of The Future''*, Tourism Management, Sayı 21 ISSN: 0261-5177. s:97-116.

Cantis, D. S., Ferrante, M., Kahani, A., Shoval, N. (2015) *''Cruise passengers' behavior at the destination: Investigation using GPS technology''* Tourism Management, Sayı 52 ISSN: 0261-5177. s:133-150.

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü Kruvaziyer İstatistikleri (2015). https://atlantis.udhb.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx Erişim Tarihi: 08.12.2015

Dredge, D ve Jenkins, J. (2007). *Tourism Planning and Policy*, John Wiley & Sons. Publ., Australia.

İstanbul İli Nüfusu (2015). http://www.nufusu.com/il/istanbul-nufusu Erişim Tarihi: 07.12.2015

Karabıyık, N., İnci, S., B. (2012). *''Destinasyon Pazarlamasında Pazarlama Stratejisi ve Konumlandırma Çalışmalarına Kavramsal Yaklaşım''* İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 1 ISSN: 2147-3390. s:1-19.

Keskin, S., (2008). *''Destinasyon Odaklı Gelişim Açısından Turizm Planlaması: İstanbul Örneği'',* Basılmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.

Kotler, P., Bowen, J. T. ve Makens, J. C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson, USA.

Lau, Y., Tam, K., Ng., A., Pallis, A. (2014) *''Cruise terminals site selection process: An institutional analysis of the Kai Tak Cruise Terminal in Hong Kong''* Tourism Management, Sayı 13 ISSN: 0261-5177. s:16-23.

Oran, İ., (2014). *''Destinasyon İmajı: İstanbul'un Destinasyon İmajı ve Destinasyon İletişim Stratejileri Üzerine Bir Araştırma'',* Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

TDK (Türk Dil Kurumu) (2015). Güncel Türkçe Sözlük, http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.569429646611d9.80241255 Erişim Tarihi: 05.12.2015.

Üner., M., M., Güçer., E., Taşçı., A., (2006) *''Türkiye Turizminde Yükselen Destinasyon Olarak İstanbul Şehrinin İmajı'',* Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt:17, Sayı:2, ISSN:1300-4220. s:189-201.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0013

MAVİ BAYRAK UYGULAMASININ ÖNEMİ, ÖLÇÜTLERİ VE ÜLKELERE GÖRE DURUM DEĞERLENDİRMESİ

[1]Remzi FIŞKIN, [2]Erkan ÇAKIR, [3]Emin Deniz ÖZKAN

ÖZET

Bu çalışmada, uluslararası bir çevre ödülü olarak plaj, marina, yat ve balina izleme teknelerine (Whale-watching Boats) verilen ve 1985 yılında ilk olarak Fransa'da uygulanmaya başlayan Mavi Bayrak sisteminin deniz turizmi sektörü içindeki önemine ve değerlendirme ölçütlerine değinilerek ülkelere göre durum analizi yapılmıştır. Kıyı alanları yönetiminin gelişiminde önemli bir yer tutan Mavi Bayrak uygulamasının çevre bilincinin artması ve kıyı alanlarının korunması konularında büyük öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle, turizm sektöründe rekabet avantajı sağlaması açısından Mavi Bayrak sistemini uygulayan ülkelerin sayısının yıllar içinde arttığı görülmektedir. Bunun yanında, ülkelerdeki Mavi Bayrak'lı tesislerin sayısında meydana gelen yükselme, bu ülkelerin bahsi geçen uygulama hususunda hassas davrandıklarını göstermekte ve önem verdiklerini ortaya koymaktadır. Mavi Bayrak uygulayan ülkelerin arasında olan Türkiye'nin mevcut durumu incelendiğinde, 1994 yılında Mavi Bayrak'lı 6 plaj, 9 marina mevcutken, bu sayı 2015 yılında 436 plaj ve 22 marina'ya yükseldiği görülmektedir. Bu durum Türkiye'nin uluslararası sıralamadaki yerini Mavi Bayrak'lı plaj sayısı açısından 2. sıraya, Mavi Bayrak'lı marina sayısı açısından 7. sıraya kadar çıkarmıştır. Bunun yanında 2007 yılında Mavi Bayrak'a sahip Türk Bayraklı yat bulunmazken, 2015 yılında bu sayı 14'e çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Mavi Bayrak, Deniz Turizmi, Çevre

[1]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
remzi.fiskin@deu.edu.tr
[2]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
erkan.cakir@deu.edu.tr
[3] Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
deniz.ozkan@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Turizm sektörü doğa kaynağı temelli olarak dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir. Bu endüstri özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine döviz girişi sağlayarak önemli katkıda bulunmaktadır. Ancak kontrolsüz ve iyi planlanmamış turizm faaliyetleri çevreye önemli ölçüde zarar vermektedir (FEE, 2007: 2). Ulusal ve uluslararası ticaretin önemli bir bileşeni olarak ekonomik büyümeye katkı sağlayan turizm faaliyetlerine (FEE, 2006: 6) artan talebe paralel olarak gün geçtikçe bu tür faaliyetlerinin çeşitliliği de artmaktadır. İnanç turizmi, golf turizmi, yayla turizmi, deniz turizmi gibi turizm hareketleri buna örnek gösterilebilir (Manap, 2006:157; Özkan ve Ayıran, 2009: 112). Bir hizmet üretim şekli olarak turizm faaliyetleri doğal kaynaklarla iç içe olan ve doğayı yakından ilgilendiren bir endüstridir. Giderek çevre bilincinin geliştiği ve yaygınlaştığı bir ortamda, doğal kaynakları ve doğayı önemsemeyen bir turizm anlayışının başarılı olması olanak dahilinde değildir. Buradan hareketle, ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren turizm işletmeleri, özellikle çevre farkındalığı üzerine yenilik stratejileri ile müşterilerinin dikkatini çekerek pazar içinde rekabet avantajı ile rakiplerine üstünlük sağlamayı ve gelirlerini arttırmayı hedeflemektedir (Capacci vd., 2015: 85). Giderek pazarlama stratejileri içinde önemli bir yer tutmaya başlayan çevre duyarlı stratejiler turizm faaliyetlerinin uluslararası düzlemde aldığı mesafenin yakından takip edilmesi ve ulusal alanda belirlenen uygun politikalarla uygulamaya sokulmasını gerekli hale gelmiştir (İstanbullu ve Erdönmez, 1995: 56). Bu bağlamda, uluslararası alanda çevre politikalarını uygulamaya koymak için geliştirilmiş ekonomik araçlar mevcuttur. Eko-etiketler adı verilen bu araçlar, içinde bulunduğu sektörde bilinçlenmeyi arttıran, çevresel tahribatın engellenmesini sağlayan, bu alanda faaliyet gösteren firmaların ulusal çevre yönetmeliklerine uyumunu sağlamada destek olmayı ve aynı zamanda rekabet gücüne katkı vermeyi amaçlayan bir araç olarak ortaya çıkmaktadır (Kından, 2006: 3; UNEP, 1998: 5). Farklı anlamlar, ölçütler ve coğrafi kapsama sahip olan (Font, 2002: 203) eko-etiket programları, turizm ürünlerinin çevresel kalitesinin çoklu boyutlarını kolay ve okunabilir yoldan tanımlamakta, test etmekte ve özetlemektedir. Bu durum, çevreye duyarlı uygulamalarda bulunan işletmelerinin tanınmasını ve teşvik edilmesini sağlamakta ve özellikle yabancı turistler için genellikle asimetrik olan turizm destinasyonları hakkında sahip oldukları bilgilere katkı vermektedir (Capacci vd., 2015: 89).

Turizm ürünleri için bireysel talep genellikle karmaşık bir karar sürecinden geçer. Tüketiciler için birçok karar aşaması vardır ve bu karar sürecinin de belirli bir sırayı izlemesi gerekmez (Manap, 2006: 158). Müşteri tercihleri için bir karar destek mekanizması olan eko-etiketler

(Buckley, 2002:197) bir ürünün spesifik bir ürün kategorisi içinde çevresel olarak tercih edilebilirliğini belirleyen işaretler olarak tanımlanmaktadır. Ürün veya hizmet sağlayanların kendi oluşturdukları işaret veya sembollerden farklı olarak eko-etiketler tarafsız üçüncü şahıslar tarafından verilmektedir (Bozowsky and Mizuno, 2004: 1). Sertifika ya da plaket şeklinde olan bu etiketler, görsel olarak program logosunu içeren bir bayrak ile de temsil edilmektedir (Kından, 2006: 5). İlk olarak sanayi odaklı ortaya çıkan etiketleme programları daha sonra gönüllü kuruluşların ve turizm pazarlamacılarının etkisiyle turizm sektöründe de hayata geçirilmiştir.

Eko-etiketler uygulandıkları coğrafi bölge, hizmet türü ve uygulayıcılarına göre farklılık göstermektedir. Bu eko etiket programlarının hepsinin ortak gayesi sürdürülebilirlik olsa da her biri değişen unsurları göz önüne almaktadır (Atalar, 2009: 24). Bu sebeple, Turizm eko-etiketleri de kendi içinde farklı sınıflandırmalara sahiptir ve diğer endüstrilere yönelik eko etiketler gibi çevre tahribatının en aza indirilmesini amaç edinmektedir. Etkili bir şekilde yürütülen bir eko etiket programı hem hizmet sağlayıcıların hem de tüketicilerin davranışlarını etkileyebilir. Turizm sektörü içinde faaliyet gösteren işletmeler çevreye duyarlı oldukça eko etiket sahibi olmanın ekonomik katkılarını hissederler. Diğer bir ifade ile eko etiketler turizm hizmetlerinin pazarlanmasında yardımcı olur. Bunun yanında, çevresel sürdürülebilirliğe önem veren turistler de tatil tercihlerini eko etikete sahip tesislerden yana kullanırlar. Turizm eko etiket programları genellikle tesisler üzerine odaklanmıştır. Bunun nedeni turistlerin zamanlarının çoğunu tesislerde geçirmesi ve konaklama tesislerinin çevresel performanslarını ölçmenin daha kolay olması olarak gösterilebilir (UNEP'ten aktaran Atalar, 2009: 24).

90'lı yılların başları itibariyle birçok eko etiket programı geliştirilmiş olsa da 1985 yılında ilk olarak faaliyet göstermeye başlayan Mavi Bayrak uygulaması özellikle turizm eko etiketleri açısından kilometre taşı olarak görülmektedir (Font, 2002: 198). Çevreye duyarlı yönetimi ve turizmi teşvik edici olması sebebiyle giderek birçok ülke tarafından kabul görmeye başlayan (Lucrezi ve der Merwe, 2015: 1129) Mavi Bayrak programı Türkiye'de de oldukça ilgi görmekte ve tanınmaktadır. Buradan hareketle, bu çalışmada, uluslararası bir çevre ödülü olarak plaj, marina, yat ve balina izleme teknelerine (Whale-watching Boats), verilen ve 1985 yılında ilk olarak Fransa'da uygulanmaya başlayan Mavi Bayrak programının deniz turizmi sektörü içindeki önemine ve değerlendirme ölçütlerine değinilerek ülkelere göre durum analizi yapılmaya çalışılmıştır. Bunun yanında diğer ülkeler içinde Türkiye'nin mevcut durumunun ortaya konması amaçlanmıştır.

2. YAZIN TARAMASI

"Mavi Bayrak" ve "Eko-Etiket" ile ilgili literatür tarandığında akademik çevrenin bu uygulamaların önemi ve değeri hakkında ikiye bölündüğü görülmektedir. Kozak ve Nield (2004) yapmış oldukları çalışmada, Alman turistlerin yaklaşık %50'sinin tatil planı yaparken ve gidecekleri yer seçimi yaparken ekolojik kalite hususuna azami önem verdiklerini ortaya koymuşlardır. Font (2002)'e göre plajların tercih edilmesinde Mavi Bayrak'ın önemli bir tercih sebebi olduğunu belirtmekte ve bir prestij belirtisi olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Benzer olarak, Capacci, Scorcu ve Vici (2015) yapmış oldukları İtalya kıyılarını kapsayan çalışmada, yabancı turistlerin daha ziyade Mavi Bayraklı yerleri tercih ettikleri sonucuna varmışlardır. Lucrezi, Saayman ve Merwe (2015) ise plaj ziyaretçileri ve plaj müdürleri ile yapmış oldukları mülakatlar neticesinde her iki grubun da Mavi Bayrak konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını ancak plaj ziyaretçilerinin Mavi bayrak ölçütleri hakkında bilgi eksiklerinin mevcut olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Literatür taraması sonucunda Mavi Bayrak ve Eko-Etiket uygulamalarının sanılanın aksine ziyaretçi açısından çok önemli olmadığı ve plaj ziyaretçileri arasında çok da bilinmediğini gösteren çalışmalar da mevcuttur. Bu kapsamda Tudor ve Williams (2006), plaj kullanıcılarının çok büyük bir kısmının Mavi Bayrak uygulamaları hakkında çok az bilgiye sahip olduklarını ileri sürmekte; Marin et al. (2009:5) ise yapmış olduğu çalışmada kalımlıcıların %81'inin Mavi Bayrak'ı bildiğini fakat bu katılımcılardan sadece bir kaçının (%8) tam olarak tanımlama yapabildiğini ve Mavi Bayrak ölçütleri hakkında bilgiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Phillips ve House (2009)'e göre plaj tercih edilmesi ile eko etiketlendirilmesi arasında herhangi bir korelasyon bulunmamakta iken McKenna, Williams ve Cooper (2011) İrlanda, Galler, Türkiye ve USA'yı kapsayan ve plaj ziyaretçilerinin motivasyonunu incelediği çalışmada Mavi Bayrak gibi uygulamaların plajlara ziyaretçi çekme konusunda çok da önemli rol oynamadığını belirtmektedir. Ayrıca, plajların tercih edilmesi hususunda; manzara, genel ambiyans, kişiye ve aktivite merkezlerine olan yakınlık gibi faktörlerin plaj ödüllerine nazaran çok daha önemli görüldüğü ortaya çıkarılmıştır. Çevresel ödül ve eko-etiket uygulamalarının diğer bir zayıf yanı ise turizm sektöründe bu tip uygulamaların aşırı derecede artması neticesinde turistlerin kafasının karışması ve eko-etiketlerin turist tercihleri üzerindeki etkilerinin azalması olarak belirtilmektedir (Font ve Tribe, 2001).

Turizm endüstrisi, kıyı bölgeleri için, istihdam yaratan ve bölgesel gelirlerin artmasına büyük katkı sağlayan önemli bir ekonomik araçtır (Semeoshenkova ve Newton, 2015:2) ve marinalar ve plajlar bu endüstri içerisinde en büyük etkiye sahiptir (Housten, 2013). Bu yüzden,

Mavi Bayrak ve eko-etiket uygulamalarının ekonomik etkileri üzerine yapılan çalışmaların incelenmesi önem arz etmektedir. Blackman et al. (2012), eko- etiketlerin ekonomik etkileri üzerine yapmış olduğu çalışma sonucunda; Mavi Bayrak'ın özellikle yeni lüks otel yatırımlarının yapılmasında önemli bir etken olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, Blackman et al. (2012)'e göre eko-etiketlendirme uygulamaları, gelişmekte olan ülkelerde turizm operatörleri için özel fırsatlar sunmakta ve bu durum çevresel performansın iyileştirilmesi için fırsat yaratmaktadır. Sipic (2010) yapmış olduğu çalışmada, Mavi Bayrak etiketinin marina çekek yeri kiralama, haftalık tekne kiralama ve otel konaklama fiyatları üzerine olan etkilerini araştırmıştır. Hırvatistan'da yapılan bu araştırma sonucu; Mavi Bayrak etiketine sahip marinaların diğer marinalara göre yıllık bazda %25 daha fazla gelir elde ettiği, Mavi bayrak taşıyan teknelerin haftalık kiralama fiyatları göz önüne alındığında diğerlerine göre %14-20 dolaylarında daha fazla kazanç sağladıkları ve Mavi Bayrak'lı otellerin diğer otellere nazaran %45 ile %270 arasında daha fazla gelir elde ettiği ortaya konulmuştur. Capacci, Scorcu ve Vici (2015) ise Mavi Bayrak etiketinin ekonomik etkilerini kantitatif yöntemler kullanarak incelemiş ve bunu incelerken yabancı turistlerin bölgeye çekilmesinde Mavi Bayrak etiketinin etkinliğini göz önünde bulundurmuştur. Çalışma sonucunda, eko-etiket gibi kalite sertifikalarının yabancı turistlerin kıyı bölgelerine çekilmesinde önemli rol oynadığını ortaya çıkarılmıştır. Buna paralel, Dodds (2010) plajların ekonomik etkileri üzerine 500 turistle yapmış olduğu anket sonuçlarına göre; Mavi Bayrak etiketinin, plaj ziyaretçilerinin daha uzun süreli konaklamasını ve daha memnun kalmasını sağladığı ve ayrıca turistlerin tekrar bu bölgeleri tercih etmeleri için onları cesaretlendirdiği ortaya çıkmıştır. Bu durumun da doğal olarak ekonomik açıdan bu bölgelerin kalkınmasında etkili rol oynayacağı belirtilmiştir. Başka bir çalışmada ise Torrent et al. (2011) plaj karakteristikleri ve plaj yerinin otel konaklama ücretleri üzerine etkilerini incelemiş ve çalışma sonucunda Mavi Bayrak'lı plajların, otel konaklama ücretlerini %11,5 civarında arttırdığı ortaya koyulmuştur.

Mavi Bayrak veya herhangi bir eko-etiket sahibi plaj, marina ve yatların turistlerin karar verme süreci üzerine etkileri akademik çevrede tartışmalı konulardan biri olarak göze çarpmaktadır. Bu kapsamda, Duck (2009) Birleşik Krallık'ta bulunan 37 plajı kapsayan geniş ölçekli bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; turistlerin karar verme sürecinde plajın eko-etiket sahibi olmasının çok az ya da hiçbir etkisinin olmadığını ortaya koymuş, ziyaretçilerin daha ziyade kirlilikten arınmış bir çevre ve suyun görsel temizliğini en planda tuttuklarını belirtmiştir. Buna benzer olarak, Geldenhuys ve Merwe (2014) plaj seçim aşamasında Mavi Bayrak'ın ziyaretçilerin karar verme sürecine olan etkisini uygulamış olduğu 572 anketle ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Araştırma sonucunda plajların Mavi Bayrak'a sahip olup olmamasının

plaj ziyaretçilerinin karar verme sürecinde çok az bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Lucrezi ve Merwe (2015) ise ziyaretçilerin, Mavi Bayrak'a hakkında olumlu görüş bildirdiklerini fakat bunu plaj seçiminde ana ölçüt olarak göz önünde bulundurmadıkları sonucuna varmıştır. Bu sonuçların aksine, Capacci, Scorcu ve Vici (2015) eko-etiket taşıyan ve taşımayan yerlerin yabancı turistlerin karar verme süreçlerinde etkisini araştırdığı çalışmada; eko-etiketlerin gidilecek yer hakkındaki bilgi açığını gidermekte faydalı olduğunu ve bundan dolayı yabancı turistlerin kararlarını olumlu yönde etkilediği sonucuna varmıştır.

3. MAVİ BAYRAK UYGULAMASI VE DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

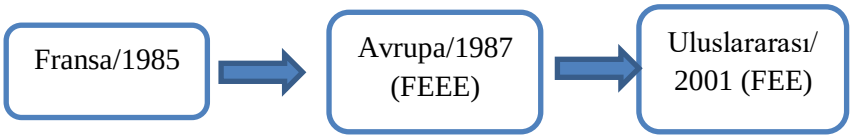
3.1. Mavi Bayrak

Mavi Bayrak; gerekli standartları sağlayan nitelikli plaj, marina ve yatlara verilen uluslararası bir çevre ödülüdür. Temiz, bakımlı, güvenli, donanımlı ve dolayısıyla sürdürülebilir bir çevreyi temsil etmektedir. Plajlar için ilk olarak temiz deniz suyu, sonrasında da çevre eğitimi ve bilgilendirmeye önem veren, gerekli donanıma sahip iyi bir çevre yönetimini yansıtmaktadır. Marinalar için, deniz suyu analizleri haricinde diğer ölçütler benzerlik göstermektedir (www.turcev.org.tr).

Dünya'da en gelişmiş ve iyi bilinen ekolojik belgelendirme programlarından biri olan Mavi Bayrak uygulaması, gönüllü çevresel sivil toplum kuruluşları tarafından oluşturulmakta ve uygulanmaktadır. Uygulamanın amacı; su kalitesi, çevre eğitimi ve bilgilendirme, emniyet, hizmetler ve çevre yönetimi başlıklarındaki değerlendirme ölçütlerinin uygulanması yoluyla plaj ve marinalardaki sürdürülebilir gelişmeyi sağlamaktır. Aynı zamanda uygulama çerçevesinde yapılacak çalışmalarda güçlü işbirliği sağlanması amacıyla belediye idare teşkilatları, kamu, kıyı alanı kullanıcıları ve sivil toplum kuruluşları arasında bağlantının oluşturulması ve geliştirilmesi de uygulamanın hedefleri arasındadır (Radchenko ve Aleyev, 2011:52). Çevre eğitimi, uygulamanın temel değer ve özelliğini oluşturmaktadır. Çevresel uygulamalar, yönetim sistemleri, emniyet gibi konuları kapsayabilen çevre eğitimleri karar vericiler, turistler, yöneticiler, çalışanlar ve bölge halkına yönelik olarak düzenlenmektedir (FEE, 2006:12).

Mavi bayrak uygulaması ilk olarak 1985 yılında Fransa'da, uluslararası bir sivil toplum örgütü tarafından geliştirilmiştir. Uygulama daha sonra, atık suların bertarafı ile ilgili konuların yönetilmesindeki etkililiği ve yüzme suyu kalitesi ile ilgili optimum değerlerin korunmasındaki rolü nedenleriyle, 1987 yılında Avrupa Birliği Çevre Yılı faaliyetleri kapsamında Avrupa Komisyonu ve Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEEE, Foundation for Environmental Education in Europe)

işbirliği ile FEEE bünyesinde "Mavi Bayrak Kampanyası" adıyla 10 Avrupa ülkesini kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Petroman ve diğ., 2010:426; Kindan, 2006:32). Uygulama ilk kez 2001 yılında Avrupa dışında Güney Afrika'ya sonrasında ise Karayipler, Okyanusya, Kuzey ve Güney Amerika'daki ülkelere genişlemiştir. Bunun sonucunda Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEEE),"Avrupa" kelimesinin çıkarılmasıyla Çevre Eğitim Vakfı (FEE, Foundation for Environmenta lEducation) adını almış ve uluslararası bir organizasyon haline gelmiştir (Font, 2002:198; www.blueflag.org). 1987 yılında 10 Avrupa ülkesinde 244 plaj ve 208 marinada Mavi Bayrak uygulaması yürütülmekteyken, günümüzde 49 ülkede toplamda 4154 plaj ve marinada Mavi Bayrak uygulaması yürütülmektedir (Üçüncü, 2009: 51; www.blueflag.global). Şekil 1'de Mavi Bayrak uygulamasının tarihsel gelişimi gösterilmektedir.



Şekil 1: Mavi Bayrak Uygulamasının Tarihsel Gelişimi

Mavi bayrak uygulamasının yalnızca, bir ülkedeki vakıf veya dernek aracılığıyla yürütülebilme zorunluluğu sebebinden dolayı Türkiye'de Turizm Bakanlığı tarafından, uygulama çalışmalarını yürütmek amacıyla, 1993 yılında TÜRÇEV kurulmuştur. Mavi Bayrak uygulaması, FEE (Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı) tarafından yürütülmekte olup, Türkiye'deki temsilciliğini TÜRÇEV (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı) yapmaktadır (Üçüncü, 2009:52; Ayan, 2014:510).

Mavi Bayrak ödülü yalnızca bir sezon için verilmektedir. Mavi Bayrak'a uygunluğu sağlayacak bir plaj veya marina, tüm zorunlu ölçütleri yerine getirmek zorunda ve ayrıca azami miktardaki kılavuz ölçütleri yerine getirmesi için teşvik edilmektedir. Mavi Bayrak ödülü için başvuru yapmak isteyen plaj ve marinalar öncelikle, FEE'ye bağlı olan kendi ulusal Mavi Bayrak uygulayıcısı ile irtibata geçmelidir. Ulusal uygulayıcılar ilgili taraflara, ulusal Mavi Bayrak başvuru formu ve prosedür ile ilgili talimatları sağlar. Başvurular önce ulusal jüri, daha sonra uluslararası jüri tarafından incelenir. Ulusal jüri, ülkesindeki adayları incelemek ve Mavi Bayrak ölçütlerine uygun olup olmadığına karar vermek üzere yılda bir kez toplanmaktadır. Kabul edilen adaylar daha sonra uluslararası jüriye sevk edilir. Uluslararası Mavi Bayrak Jürisi, dünyanın farklı bölgelerinden adayları incelemek üzere yılda iki kez toplanır. Uluslararası jüri tarafından kabul edilen adaylara bir sezon için Mavi Bayrak ödülü verilir (FEE, 2006:17; FEE, 2007:7). Tablo 1'de Ulusal Mavi Bayrak Jürisi ve Uluslararası Mavi Bayrak Jürisi'nin oluşumu gösterilmektedir.

Tablo 1: Ulusal/Uluslararası Mavi Bayrak Jürisi

Ulusal Mavi Bayrak Jürisi	Uluslararası Mavi Bayrak Jürisi
➢ Çevre Bakanlığı ➢ Sağlık Bakanlığı ➢ Turizm Bakanlığı ve/veya Ulusal Turizm Birliği ➢ Yerel Yönetimler Birliği ➢ Ulusal Yelkencilik Birliği veya diğer Marina Uzmanları ➢ Plaj/Marina Yöneticileri Birliği ➢ Ulusal Cankurtarma Birliği ➢ Eğitim Uzmanları ➢ Diğer Sivil Toplum Kuruluşları ➢ Diğer Uzmanlar	➢ FEE Yönetim Kurulu ➢ Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ➢ Dünya Turizm Örgütü (WTO) ➢ Uluslararası Cankurtarma Federasyonu (ILS) ➢ Uluslararası Deniz Endüstrisi Birlikleri Konseyi (ICOMIA) ➢ Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN) ➢ Çevre Eğitimi Uzmanı ➢ Sağlık Uzmanı ➢ Avrupa Kıyı Koruma Birliği (EUCC) ➢ Avrupa Birliği (yalnızca Avrupa ülkeleri için)

Kaynak: (FEE, 2006: 18-19; FEE, 2007:7)

Mavi Bayrak ödülü verilmiş bir plaj veya marinanın tüm ölçütleri karşıladığından emin olmak için, ulusal ve uluslararası denetleyiciler tarafından sezon boyunca denetlemeler yapılmaktadır. Herhangi bir sorun tespit edildiği takdirde, düzeltilene kadar Mavi Bayrak ödülü geri alınır. Eğer sorun çok ciddi ise veya belirli bir süre içinde giderilmiyorsa, sezonun geri kalanı için Mavi Bayrak geri alınır. Ayrıca kamu, Mavi Bayrak'lı bir plaj veya marina ile ilgili herhangi bir sorunun ulusal veya uluslararası Mavi Bayrak yetkililerine rapor edilmesi için teşvik edilmektedir (FEE, 2007:7).

3.2. Mavi Bayrak Değerlendirme Ölçütleri

Mavi Bayrak ölçütleri, Mavi Bayrak ulusal uygulayıcılarının uygulamadaki tespitleri, önerileri ve uluslararası alanda çevre ile ilgili gelişmeler neticesinde FEE tarafından hazırlanmaktadır. FEE'nin belirlediği genel ölçütler minimum ölçütlerdir ve her ülkenin kendi ulusal organizasyonu, daha zorlayıcı ölçütleri belirleme hakkına sahiptir. Uluslararası Jüri, son denetlemeyi minimum ölçütler üzerinden yaparken, yerel denetlemelerde denetleyiciler, o ülkede uygulanan ölçütlerin bütününe göre hareket etmektedir. Mavi Bayrak ölçütleri genellikle bütün ülkeler için aynı olmakta fakat, Avrupa dışındaki ülkelerde farklılıklar gösterebilmektedir. Türkiye, Avrupa ülkelerinin uyguladığı ölçütleri uygulamaktadır (Kindan, 2006:31-32; Üçüncü, 2009:47).

Mavi Bayrak ölçütleri her 5 yılda bir yeniden gözden geçirilmekte ve güncellenmektedir. Mavi Bayrak ödülü için şu başlıklar altında bir dizi temel ölçütün sağlanması gerekmektedir (FEE, 2007:13, Creo ve Fraboni, 2011: 379):

- Su kalitesi
- Çevre Eğitimi ve Bilgilendirme
- Çevre Yönetimi
- Emniyet ve Hizmetler

FEE'nin 2015 yılında marina ve plaj ölçütleri ile ilgili yayınladığı açıklayıcı notlara bakıldığında plajlar için 33, marinalar için 25 ölçüt bulunduğu gözlemlenmiştir (FEE, 2015b:4-24; FEE, 2015a:3-18).

3.2.1. Plajlar için Mavi Bayrak Ölçütleri

FEE'nin 2015 yılında plaj ölçütleri ile ilgili yayınladığı açıklayıcı notlarda ölçütler, zorunlu ve tavsiye niteliğindeki kılavuz ilkeler olarak kategorilendirilmiştir. Plajlarla ilgili ölçütlerin çoğu zorunludur. Tavsiye niteliğindeki kılavuz ölçütlere uymak zorunlu olmamakla birlikte, uyulması tercih edilmektedir. Uluslararası ölçütler, bölgeden bölgeye küçük değişikliklere izin verecek şekilde hazırlanmıştır (FEE, 2015b:1; TÜRÇEV, 2013:1; FEE, 2006:13).

FEE'nin plajlarla ile ilgili 4 ana başlıkta yayınladığı toplam 33 ölçüt şu şekildedir (FEE, 2015b:4-24):

<u>Çevre Eğitimi ve Bilgilendirme</u>

Zorunlu Olanlar

1. Mavi Bayrak uygulaması ile ilgili bilgiler plajda sergilenmelidir.
2. Çevre eğitimi ile ilgili faaliyetler sunulmalı ve teşvik edilmelidir.
3. Yüzme suyu kalitesi ile ilgili bilgiler plajda sergilenmelidir.
4. Çevresel olaylara ilişkin bilgiler sergilenmelidir.
5. Çeşitli tesisleri gösteren bir plaj haritası sergilenmelidir.
6. Çevrenin kullanımını belirten davranış kuralları sergilenmelidir.

<u>Yüzme Suyu Kalitesi</u>

Zorunlu Olanlar

7. Yüzme suyu numune alımı konusundaki şartlara tamamen uymalıdır.
8. Yüzme suyu kalitesi analiz standartları şartlarına tamamen uymalıdır.
9. Sanayi, atık su, kanalizasyon tahliyeleri plaj alanını etkilememelidir.
10. Plaj, mikrobiyolojik parametreler için verilen şartlara uymalıdır.
11. Plaj, fiziksel parametreler için verilen şartlara tamamen uymalıdır.

<u>Çevre Yönetimi</u>

Zorunlu Olanlar

12. Yönetim, plajın işletilmesini etkileyecek düzenlemelere uymalıdır.
13. Hassas alan yönetimi.

14. Plaj temiz tutulmalıdır.
15. Yosun bitki örtüsü ve doğal kalıntılar plajda bırakılmalıdır.
16. Plajda yeterli sayıda imha konteynerleri bulunmalıdır.
17. Plajda, geri dönüştürülebilir maddelerin ayrıştırılmasına yönelik tesisler bulunmalıdır.
18. Yeterli sayıda tuvalet/lavabo tesisleri bulunmalıdır.
19. Tuvalet/lavabo tesisleri temiz tutulmalıdır.
20. Tuvalet/lavabo tesisleri, pis su arıtma kontrollü olmalıdır.
21. Plajda, izinsiz kamp veya atık boşaltımı yapılmamalıdır.
22. Hayvanların plaja girişi sıkı bir şekilde kontrol edilmelidir.
23. Plajdaki bütün yapıların düzgün bir şekilde bakımı sağlanmalıdır.
24. Plaj etrafındaki deniz ve tatlı su hassas alanları kontrol edilmelidir.

Tavsiye Niteliğinde Olanlar

25. Plaj alanında, sürdürülebilir ulaşım araçları teşvik edilmelidir.
26. Plaj yönetim komitesi oluşturmalıdır.

Emniyet ve Hizmetler

Zorunlu Olanlar

27. Kamu emniyeti ile ilgili uygun kontrol tedbirleri uygulanmalıdır.
28. Plajda, ilk yardım ekipmanları bulunmalıdır.
29. Kirlilik riskleri acil durum planları oluşturulmalıdır.
30. Kazaları önlemek için, farklı kullanımların yönetimi sağlanmalıdır.
31. Plaj kullanıcılarını korumak üzere emniyet önlemleri alınmalıdır.
32. Engelliler için sağlanan erişim ve tesisler bulunmalıdır.

Tavsiye Niteliğinde Olanlar

33. Plajda, içme suyu tedariki sağlanmalıdır.

3.2.2. Marinalar için Mavi Bayrak Ölçütleri

FEE'nin 2015 yılında marina ölçütleri ile ilgili yayınladığı notlarda ölçütler, zorunlu ve tavsiye niteliğindeki kılavuz ilkeler olarak kategorilendirilmiştir. Marinalarla ilgili ölçütlerin çoğu zorunludur ve bir marina Mavi Bayrak onay belgesini almaya hak kazanmak için bu ölçütlere uymak zorundadır. Tavsiye niteliğindeki kılavuz ölçütlere uymak zorunlu olmamakla birlikte, uyulması tercih edilmektedir. FEE'nin marinalar ile ilgili belirlediği bu uluslararası ölçütler minimum ölçütler olup, ulusal uygulayıcı daha katı ölçütler belirleyebilmektedir. Bazı ölçütler için, dünyanın farklı bölgelerinde küçük değişiklikler olabilmektedir (FEE, 2015a:1; TÜRÇEV, 2014:5).

FEE'nin marinalarla ile ilgili 4 ana başlıkta yayınladığı toplam 25 ölçüt şu şekildedir (FEE, 2015a:3-18):

Çevre Eğitimi ve Bilgilendirme

Zorunlu Olanlar

1. Marina kullanıcıları için yerel eko-sistemler ile ilgili bilgiler sağlanmış olmalıdır.

2. Marina kullanım yasalarını belirten davranış kuralları sergilenmelidir.
3. Mavi Bayrak uygulaması ile ilgili bilgiler marinada sergilenmelidir.
4. Marina, personeli için en az 3 çevre eğitimi sağlamakla sorumludur.
5. Marina, yat sahiplerine Mavi Bayrak ile ilgili bilgi verilmelidir.

Çevre Yönetimi

Zorunlu Olanlar

6. Marina, çevre politikası ve planına sahip olmalı ve planlı su yönetimi, enerji tüketimi ve emniyet konularında referans oluşturmalıdır.
7. Hassas alan yönetimi yapılmalıdır.
8. Tehlikeli atıkların depolanması için yeterli ve ayrılmış konteynerler bulunmalı ve lisanslı bir yükleniciye verilmelidir.
9. Yeterli kontrolü yapılan çöp konteynerleri bulunmalıdır.
10. Marinada, tuvalet tankı atık kabul tesisleri bulunmalıdır.
11. Marinadaki ekipmanların bakımı sağlanmalı ve ulusal mevzuat ile uyumlu olmalıdır.
12. Marina, çevre ile iyi entegre edilmiş olmalıdır.
13. İçme suyu, çamaşır yıkama olanakları dahil olmak üzere yeterli, temiz ve yön levhaları ile belirtilmiş sağlık tesisleri bulunmalıdır.
14. Eğer marina yat bakım/onarım olanaklarına sahipse doğal çevre, kirlilikten korunmalıdır.
15. Özel alanlar dışında, araç kullanımına izin verilmemektedir.

Tavsiye Niteliğinde Olanlar

16. Çevre yönetim sisteminin kurulması amacıyla bir marina yönetim komitesi oluşturulmalıdır.
17. Marinada, sintine suyu pompalama olanakları olmalıdır.
18. Sürdürülebilir ulaşım teşvik edilmelidir.

Emniyet ve Hizmetler

Zorunlu Olanlar

19. Yön levhaları ile belirtilmiş cankurtaran, ilk yardım ve yangın söndürme ekipmanları bulunmalıdır.
20. Acil durumlar için planlar yapılmalıdır.
21. Emniyet önlemleri ve bilgileri afişle panoda gösterilmelidir.
22. İskelelerde elektrik ve su imkanı bulunmalıdır.
23. Farklı tesislerin yerlerini gösteren bir harita panoda sergilenmelidir.

Tavsiye Niteliğinde Olanlar

24. Engelliler için olanaklar bulunmalıdır.

Su Kalitesi

Zorunlu Olanlar

25. Marinadaki deniz suyu, gözle görülür bir biçimde temiz olmalıdır.

3.2.3. Yatlar için Bireysel Mavi Bayrak

FEE 2004 yılında yatlarda da Mavi Bayrak uygulamasını başlatmış olup, bu uygulama Türkiye'de 2007 yılında başlatılmıştır (www.mavibayrak.org). 2014 Yatlara verilen Mavi Bayrak ödülü, çevre bilincinin gelişmesi açısından önemli bir yere sahiptir. Teknelerin seyir halinde iken yaptıkları ve yapabilecekleri kaçak deşarjlar, müdahale imkanları daha çok zorlaştırmaktadır. Mavi Bayrak ödüllü yatlarda ise, atık suların takip formu ile kayıt altına alınması ve marinada bulunması zorunlu olan lisanslı atık su alım tesislerine düzenli olarak boşaltılması sağlanacaktır (Üçüncü, 2009:57).

Yatlar için Mavi Bayrak uygulaması, literatürde bireysel Mavi Bayrak olarak geçmektedir. Bireysel tekne sahipleri Mavi Bayrak Çevre Davranış Kuralları'nı (Environmental Code of Conduct) taahhüt ettikleri takdirde, bireysel Mavi Bayrak'a sahip olabilmektedirler. Yatlara verilen Mavi Bayrak, küçük bir flama olmaktadır ve bu flamalar Mavi Bayrak'lı bir marinadan, ulusal veya uluslararası Mavi Bayrak uygulayıcısından temin edilebilmektedir. Yat sahipleri, kıyı suları ve deniz kaynakları üzerindeki etkilerini en aza indirerek Mavi Bayrak uygulamasının hedeflerine katkıda bulunurlar. Davranış kurallarında özetlenen talimatlara göre hareket edeceklerini beyan ederek Çevre Davranış Kuralları'nı imzalamaktadırlar. Davranış Kuralları'nın içeriği ülkeden ülkeye değişmektedir ve ulusal uygulayıcıdan ulusal dilde düzenlenmiş hali temin edilebilmektedir (FEE, 2006:16; FEE, 2007:9).

FEE'nin yayınladığı Davranış Kuralları aşağıdaki beyanlardan oluşmaktadır (www.blueflag.global):

- Denize veya kıyı boyunca çöp atmayacağım.
- Kıyı ve hassas bölgelerde, denize kullanma suyu bırakmayacağım.
- Zehirli atıkları marinadaki konteynerlere bırakacağım.
- Geri dönüşüm olanaklarını kullanacak ve destekleyeceğim.
- Boya, çürüme önleyici, boya sökücü, temizlik maddeleri vb. ürünlerin arasında çevre dostu ürünleri kullanacağım.
- Çevre düzenlemeleri ihlalini derhal yetkililere bildireceğim.
- Yasaklanmış balıkçılık faaliyetlerinde bulunmayacağım.
- Denizdeki hayvan ve bitkileri koruyacağım.
- Savunmasız ve doğa koruma alanlarına saygı göstereceğim.
- Deniz dibinin zarar görmesinden kaçınacağım (demir atma vb.).
- Rahatsız edici balık avlama ve malzemelerinden kaçınacağım.
- Koruma altındaki deniz türlerinden almayacağım.
- Çevreye özen göstermeleri konusunda denizcileri teşvik edeceğim.

3.2.4. Uygulamaya Başlanacak Yeni Değerlendirme Ölçütleri

FEE halen, Mavi Bayraklı marinalar için bir dizi ek değerlendirme ölçütleri ile ilgili deneme çalışmaları yapmakta, plajlar için yeni ölçütler üzerine çalışmakta ve sürdürülebilir tekne turizmi ölçütleri ile ilgili denme çalışmaları yapmaktadır. FEE, sürdürülebilir tekne turizmi işleticileri için uygulanacak yeni ölçütlerle ile ilgili olarak uzmanlar ve paydaşlarla birlikte 3 yıldır çalışmalarına devam etmektedir. Sürdürülebilir tekne turizmi ile ilgili herhangi bir faaliyet (dalış, balina izleme, doğa izleme, hobi balıkçılığı vb.) Mavi Bayrak belgelendirme sürecine dahil olabilecektir. FEE'nin 2016 yılında sürdürülebilir tekne turizmi ile ilgili uygulanacak ölçütleri uygulamaya başlaması beklenmektedir (www.blueflag.global).

4. MAVİ BAYRAK UYGULAMASININ ÜLKELERE GÖRE ANALİZİ VE TÜRKİYE'NİN MEVCUT DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

İlk olarak 1985 yılında Fransa'da, 1987 yılında ise Avrupa Birliği Çevre Yılı itibari ile Avrupa ülkelerinde de uygulanmaya başlayan Mavi Bayrak programı süreç içinde diğer kıta ülkeleri tarafından da benimsenmiş ve uygulamaya konmuştur. 2015 yılı itibariyle 49 ülkede toplam 4154 Mavi Bayrak ödülüne sahip tesis vardır (www.blueflag.global). Tablo 2'de bu 49 ülke, tablo 3 ve şekil 2'de ise Mavi Bayrak sahibi plaj sayısı açısından ilk 10 ülke listelenmiştir. Tablodan da görüleceği üzere mevcut toplam Mavi Bayraklı 3468 plaj içinde Türkiye 436 plaj sayısı ile uluslararası sıralamada 2. sırada yer almaktadır. İspanya 578 plaj sayısı ile başı çekerken Yunanistan 395 plaj sayısı ile 3. sırada yer almaktadır.

Tablo 2: Uluslararası Mavi Bayraklı Ülkeler

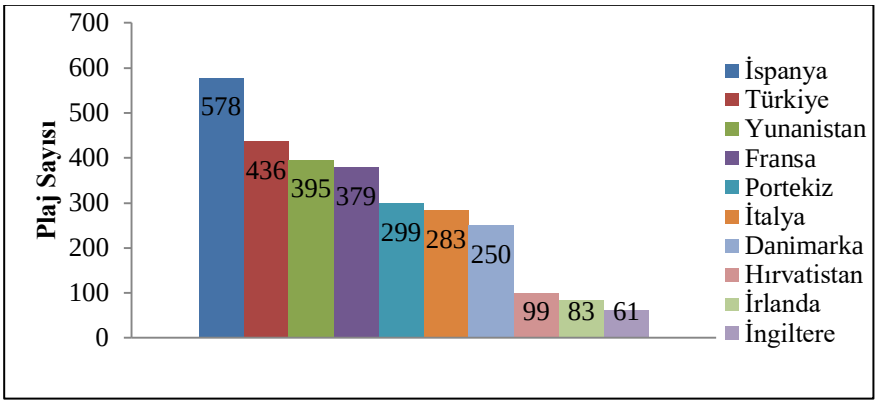
Ülkeler			
Almanya	Güney Afrika	Kanada	Saint Martin
BAE	Güney Kıbrıs	Karadağ	Sırbistan
Bahamalar	Hırvatistan	Kuzey İrlanda	Slovenya
Belçika	Hollanda	Letonya	Trinidad Tobago
Brezilya	İngiltere	Litvanya	Tunus
Bulgaristan	İrlanda	Malta	Türkiye
Danimarka	İskoçya	Meksika	Ukrayna
Dominik C.	İspanya	Norveç	US Virgin Adaları
Estonya	İsrail	Polonya	USA
Fas	İsveç	Portekiz	Ürdün
Fransa	İtalya	Porto Riko	Yeni Zelanda
Fransız Açık Deniz Bölgesi	İzlanda	Romanya	Yunanistan
Galler			

Kaynak: FEE, 2015.

Tablo 3: 2015 Yılı Uluslararası Mavi Bayraklı Plaj Sıralaması (İlk 10)

Ülke	**Plaj Sayısı**	**Ülke**	**Plaj Sayısı**
1. İspanya	578	6. İtalya	283
2. Türkiye	436 (415*)	7. Danimarka	250
3. Yunanistan	395	8. Hırvatistan	99
4. Fransa	379	9. İrlanda	83
5. Portekiz	299	10. İngiltere	61
Diğer Toplam	605	**Genel Toplam**	**3468**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.
*FEE (Foundation for Environmental Education)



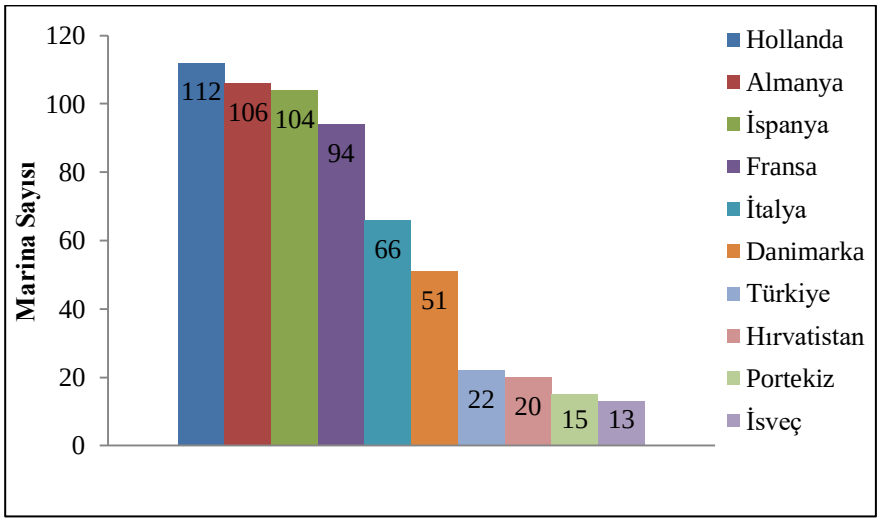
Şekil 2: 2015 Yılı Uluslararası Mavi Bayraklı Plaj Sıralaması
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.
*FEE (Foundation for Environmental Education)

Tablo 4'te ve şekil 3'te Mavi Bayrak sahibi marina sayısı açısından ilk 10 ülke listelenmiştir. Tablodan da görüleceği üzere mevcut toplam Mavi Bayraklı 697 marina içinde Türkiye 22 plaj sayısı ile uluslararası sıralamada 7. sırada yer almaktadır. Hollanda 112 marina sayısı ile başı çekerken Almanya 106 marina sayısı ile 2., İspanya ise 104 marina sayısı ile 3. sırada yer almaktadır. İlk 10 içinde yer alan diğer ülkeler tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 4: 2015 Yılı Uluslararası Mavi Bayraklı Marina Sıralaması

Ülke	Marina Sayısı	Ülke	Marina Sayısı
1. Hollanda	112	6. Danimarka	51
2. Almanya	106	7. Türkiye	22 (22*)
3. İspanya	104	8. Hırvatistan	20
4. Fransa	94	9. Portekiz	15
5. İtalya	66	10. İsveç	13
Diğer Toplam	94	**Genel Toplam**	**697**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015
*FEE (Foundation for Environmental Education)



Şekil 3: 2015 Yılı Uluslararası Mavi Bayraklı Marina Sıralaması
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.
*FEE (Foundation for Environmental Education)

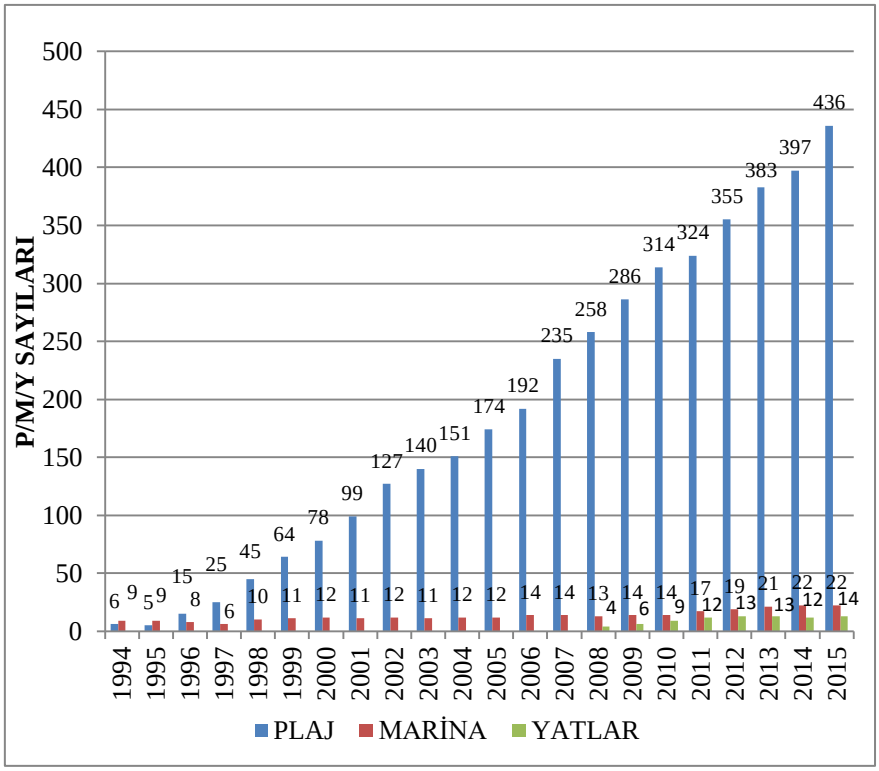
Tablo 5'te Türkiye'nin yıllara göre Mavi Bayrak sayısı bakımından uluslararası sıralamadaki yeri, şekil 4'te ise yıllara göre Mavi Bayrak sayısı gösterilmektedir. Türkiye ilk olarak 1994 yılında Mavi Bayrak ödülüne sahip olmaya başlamıştır. Bahsi geçen yılda 6 plaj ve 9 marina bu ödüle sahip olmuştur. Yıllar içinde Mavi Bayrak sayısını

arttıran Türkiye, 2003 yılında 140 plaj ve 11 marina sayısına ulaşmış ve uluslararası sıralamada Mavi Bayrak sahibi plaj sayısı açısından 7., marina sayısı açısından 10. sırada yer almıştır. Sisteme katıldığı yıldan günümüze kadar sürekli Mavi Bayrak sayısını arttıran Türkiye özellikle son 15 yıllık periyotta hızlı bir gelişim göstererek 2015 yılında plaj sayısı açısından İspanya'nın ardından 2. sırada, marina sayısı açısından ise 7. sırada yer almıştır.

Tablo 5: Türkiye'nin Yıllara Göre Mavi Bayrak Sayısı Bakımından Uluslararası Sıralamadaki Yeri

Yıllar	Mavi Bayrak Sayısı			Uluslararası Sıralama		
	P	M	Y	P	M	Y
1994	6	9	-	-	-	-
1995	5	9	-	-	-	-
1996	15	8	-	-	-	-
1997	25	6	-	-	-	-
1998	45	10	-	-	-	-
1999	64	11	-	-	-	-
2000	78	12	-	-	-	-
2001	99	11	-	-	-	-
2002	127	12	-	-	-	-
2003	140	11	0	7	10	-
2004	151	12	0	7	10	-
2005	174	12	0	7	10	-
2006	192	14	-	7	10	-
2007	235	14	-	4	10	-
2008	258	13	4	3	11	-
2009	286	14	6	4	11	-
2010	314	14	9	4	9	-
2011	324	17	12	4	9	-
2012	355	19	13	4	8	-
2013	383	21	13	3	7	-
2014	397	22	12	3	7	-
2015	**436**	**22**	**14**	**2**	**7**	**-**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.



Şekil 4: Türkiye'de Yıllara Göre Mavi Bayrak Sayıları
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.

Tablo 6'da Türkiye'de son 5 yıla göre illerin Mavi Bayrak sayıları ve sıralaması listelenmiştir. Tablodan da görüleceği üzere Antalya bu anlamda ilk sırada yer alırken Muğla ve İzmir onu takip etmektedir. Mavi Bayrak sahibi diğer iller ise tabloda detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 6: 2011-2015 Arası Türkiye'de İllere Göre Mavi Bayrak Sayıları (İlk 5 Sıra)

	2011			2012			2013			2014			2015		
	P	**M**	**Y**	**P**	**M**	**Y**	**P**	**M**	**Y**	**P**	**M**	**Y**	**P**	**M**	**Y**
Antalya	174	5	7	190	5	5	197	6	5	197	6	4	200	6	3
Muğla	73	7	4	76	7	6	84	7	6	89	7	6	95	7	7
İzmir	20	-	-	32	2	-	36	2	-	43	2	-	45	3	-
Balıkesir	17	1	1	17	1	1	19	1	1	18	1	1	29	1	3
Aydın	20	2	-	22	2	-	25	2	-	25	2	-	26	2	1

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015.

5. SONUÇ

Turizm pazarının giderek büyümesi ve ülke ekonomilerinde sahip olduğu önem bir turizm eko-etiketi olan Mavi Bayrak uygulamasını oldukça önemli hale getirmektedir**.** Bu program ile ülkeler turizm faaliyetlerinin çevreye duyarlı olarak uygulandığını ve çevre bilincini geliştirme eğilimi içinde olduklarını ispatlamaktadırlar. Mavi Bayrak programı uygulayan ülkeler içinde Türkiye'nin önemli bir yere sahip olduğu ve yıllar içinde en hızlı gelişim gösteren ülkeler içinde olduğu görülmektedir. Türkiye'nin Mavi Bayraklı plaj sayısı açısından Uluslararası sıralamada 2. sırada yer almaktadır. Bu durumun ülke deniz turizmine pazarlama ve rekabet açısından avantaj sağlayacağı bir gerçektir. Diğer taraftan 22 Mavi Bayraklı marina sahibi olan Türkiye her ne kadar bu sayı ile uluslararası sıralamada ilk 10 içinde yer alsa da Hollanda, Almanya, İspanya gibi ülkeler seviyesine çıkmayı ve plaj sıralamasında olduğu gibi ilk 3 sıraya yerleşmeyi hedeflemelidir.

Türkiye'de iller bazında Antalya'nın diğer illere nazaran toplam Mavi Bayrak'lı tesis açısından sayısal olarak üstün olduğu görülmektedir. Mavi Bayraklı plaj sayısı açısından diğer illerin toplamından daha fazla Mavi Bayrak sahibi olan Antalya bu konuda uluslararası projeksiyonda da ilk sırada yer almaktadır. Dünyada en çok Mavi Bayraklı plaj sahibi il olan Antalya sahip olduğu turizm hacmi ile ülke ekonomisine büyük katkı sağlamakta ve çevre bilinci açısından örnek teşkil etmektedir.

Tüm bunlara ek olarak araştırmada bazı kısıtlar mevcuttur. Mavi Bayrak uygulaması plaj ve marinaların yanında yat ve balina izleme tekneleri için de uygulanmakta olduğu bilinmektedir. Yat ile ilgili verilere kısmen ulaşılmış ve çalışmada yer verilmiştir. Fakat balina izleme tekneleri ile ilgili verilere ulaşılamamıştır ve çalışma kapsamına alınamamıştır.

KAYNAKÇA

Atalar, E. (2009). *"Eko-Etiketlemenin Sürdürülebilir Turizmdeki Yeri"*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

Ayan, M. (2014). "*Çevre Kalite Yönetim Sistemlerinin Bir Konusu Olarak Mavi Bayrak Projesi ve Haliç'te Uygulanmasına Yönelik Bir Çalışma"*. 2nd International Symposium on Environment and Morality, 24 – 26 October 2014

Blackman, A., Naranjo, M. A., Robalino, J., Alpízar, F., ve Rivera, F. (2012). Does tourism eco-certification pay? Costa Rica's Blue Flag program, RFF Discussion Papers 12-50.

Bozowsky, E. ve Mizuno, H. (2004). "*Global Ecolabelling Network (GEN) Information Paper: Introduction to Ecolabelling"*.

Buckley, R. (2002). *"Tourism Ecolabels".* Annals of Tourism Research, Cilt 29, Sayı 1. ISSN: 0160-7383. s: 183-208.

Capacci, S., Scorcu, A. E. ve Vici, L. (2015). "*Seaside Tourism and Eco-Labels: The Economic Impact of Blue Flags"*.Tourism Management Journal, Cilt 47, Sayı 1. ISSN: 0261-5177. s: 88-96.

Creo, C. veFraboni, C. (2011). *"Awards for the Sustainable Management of Coastal Tourism Destinations: the Example of the Blue Flag Program"*. Journal of Coastal Research, MCRR3-2010 Conference Proceedings, Özel Sayı, No. 61, s: 378 – 381.

Dodds, R. (2010). Determining the Economic Impact of Beaches: Lake Huron Shoreline from Sarnia to Tobermory. Report Summary.

Duck, R.W., Phillips, M.R., Williams, A.T. & Wadham, T.A. (2009). Is beach scenic quality a function of habitat diversity? Journal of Coastal Research, 56, 415-418.

FEE (2007). *"The Blue Flag: Eco-Label for Beaches and Marinas"*. http://www.blueflag.org/materiale/publication-downloads/blueflagbrochure2007, Erişim: 10/12/2015.

FEE (2015a). *"Blue Flag Marina Criteria and Explanatory Notes 2015"*. http://static1.squarespace.com/static/55371ebde4b0e49a1e2ee9f6/t/55defdf0e4b0768af027dd7f/1440677360000/Marina+Criteria+and+explanatory+notes+2015.pdf, Erişim: 13/12/2015.

FEE (2015b). *"Blue Flag Beach Criteria and Explanatory Notes 2015"*. http://static1.squarespace.com/static/55371ebde4b0e49a1e2ee9f6/t/55defdd0e4b0101c513f9cea/1440677328062/Beach+Criteria+and+Explanatory+Notes+2015.pdf, Erişim: 13/12/2015.

FEE (Foundation for Environmental Education). (2007). "*20 Years of Blue Flag".*

http://www.blueflag.org/materiale/publication-downloads/20thannpublication.pdf, Erişim: 19.11.2015.

FEE (2006)."*Awards for Improving the Coastal Environment: The example of the blueflag"*.

http://www.blueflag.org/materiale/publicationdownloads/blueflagmanual, Erişim: 09/12/2015.

Font, X. (2002*). "Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects"*. Tourism Management Journal, Cilt 23, Sayı 3. ISSN: 0261-5177. s:197-205.

Font, X., & Tribe, J. (2001). *"Promoting Green Tourism: The Future of Environmental Awards".* International Journal of Tourism Research, 3(1), 9-21.

Geldenhuys, L-L. ve van der Merwe, P. (2014). *"The Impact of Blue Flag Status on Tourist Decision-Making When Selecting A Beach".* African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 3 (2), 1-16.

Houston, J. R. (2013). *"The Economic Value of Beaches – a 2013 update".* Shore & Beach, 81(1), 3-11.

http://mavibayrak.org.tr/userfiles/file/2014%20YAT%20MB%20BA%C5%9EVURU%20FORMU%20(03_03_2014).pdf, Erişim Tarihi: 15/12/2015.

http://www.blueflag.global/, Erişim: 10.12.2015.

http://www.blueflag.global/sustainableboating/, Erişim: 16/12/2015.

http://www.blueflag.org/materiale/publicationdownloads/20thannpublication.pdf, Erişim: 09/12/2015.

http://www.ecolabelindex.com/ecolabels/?st=category,tourism, Erişim: 04.12.2015.

http://www.globalecolabelling.net/docs/documents/intro_to_ecolabelling.pdf, Erişim: 25.11.2015.

http://www.mavibayrak.org.tr, Erişim: 25.11.2015.

http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=10, Erişim: 01.12.2015.

http://www.turcev.org.tr/icerikDetay.aspx?icerik_id=36, Erişim: 08/12/2015.

http://yigm.kulturturizm.gov.tr, Erişim: 25.11.2015.

http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,50827/uluslararasi-mavi-bayrak-istatistikleri.html, Erişim: 12.11.2015.

İstanbullu, T. ve Erdönmez, C. (1995). *"Gelişen Turizm Etkinlikleri ve Mavi Bayrak Uygulaması".* Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 6, Sayı 1. ISSN: 1300-4220. s: 56-61.

Kından, A. (2006). *"Bir Eko-Etiket Olarak Mavi Bayrak'ın Türkiye Kıyı Turizminde Bir Pazarlama Unsuru Olabilirliğinin Araştırılması".* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Kozak, M., & Nield, K. (2004). "*The Role of Quality and Eco-Labelling Systems in Destination Benchmarking"*. Journal of Sustainable Tourism, 12(2), 138-148.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2015). "*2015 Yılı Uluslararası Mavi Bayrak Sayıları"*.

Lucrezi, S. ve der Merwe, P. V. (2015). "*Beachgoers' Awareness and Evaluation of The Blue Flag Award in South Africa*". Journal of Coastal Research, Cilt 31, Sayı 5. ISSN: 0749-0208. s: 1129–1140.

Lucrezi, S., Saayman, A., ve van der Merwe, P. (2015). *"Managing Beaches and Beachgoers: Lesson From and For The Blue Flag Award".* Tourim Managament, 48, 211-230.

Manap, G. (2006). *"Analitik Hiyerarşi Yaklaşımı ile Turizm Merkezi Seçimi*". Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Yıl 2006, Sayı 2. ISSN: 1301-4838. s:157-170.

Marin, V., Palmisani, F., Ivaldi, R., Dursi, R. ve Fabiano M. (2009). *"Users' Perception Analysis For Sustainable Beach Management in Italy".* Ocean and Coastel Management, 52, 268-277.

McKenna, J., Williams, A. T., ve Cooper, A. J. (2011). *"Blue Flag or Red Herring: Do Beach Awards Encourage The Public to Visit Beaches"?* Tourism Management, 32, 576–588.

Özkan, Ö. ve Ayıran, N. (2009). *"Marinaların Kamusal Kullanıma Etkileri ve Öneriler".* İtü Dergisi/a: Mimarlık, Planlama, Tasarım, Cilt 8, Sayı 2. ISSN: 1303-7005. s: 110-120.

Petroman, I.,Amzulescu, O., Sarandan, H., Petroman, C., Coman, Ş., Orboi, D. M., Ivu, M. (2010). "*Blue Flag: A Symbol of Environmental Protection"*. Animal Science and Bio technologies, Cilt 43, Sayı 2, s:426 – 428.

Phillips, M.R., House, C., 2009. "*An Evaluation of Priorities For Beach Tourism: Case Studies From South Wales, UK".* Tourism Management, 30, 176-183.

Radchenko, V. ve Aleyev, M. (2011). "*Blue Flag Program Implementation Prospective in Ukraine"*. Journal of CoastalResearch, MCRR3-2010 Conference Proceedings, Özel Sayı, No. 61, s: 52 – 59.

Semeoshenkova, V., Newton, A. (2015). *"Overview of Erosion and Beach Quality Issues in Three Southern European Countries: Portugal, Spain and Italy".* Ocean and Coastal Management, xxx, 1-10.

Sipit, T. (2010). *"Eco-Labeling of Services: The Blue Flag."* http://www.cwu.edu/~sipict/EcoLabelingBF.pdf. Erişim: 09.12.2015.

Torrent, R.R., Fulvia, M., Ballester, R., Salo, A., Ariza, E. ve Espinet, J. M. (2011). *"The Effects of Beach Characteristics and Location with Respect to Hotel Prices".* Tourism Management, 32, 1150-1158.

Tudor, D.T., Williams, A.T., 2006. "*A Rationale for Beach Selection by The Public on The Coast of Wales, UK Area".* J. Compil. R. Geogr. Soc. 38 (2), 153-164.

TÜRÇEV (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı). (2013). *"Plajlar İçin Mavi Bayrak Kriterleri – Kılavuz Notlar 2013"*. http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/Plaj_Kriterleri_Kilavuz_Notlar_2013.pdf, Erişim: 13/12/2015.

TÜRÇEV (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı). (2014). *"Marinalar İçin Mavi Bayrak Kriterleri – Kılavuz Notlar2014"*.

http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/Marina%20Kriterleri%20Kilavuz%20Notlar-2014(1).pdf, Erişim: 13/12/2015.

UNEP (United Nations Environment Programme). (1998). *"Ecolabels in the Tourism Industry".* United Nations Publications, Fransa.

Üçüncü, O. (2009). *"Turizmde Çevre Etiketi Olarak Mavi Bayrak".* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

World Tourism Organization. (2015). UNWTO Tourism Highlights 2015Edition. http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899. Erişim: 10.11.2015.

World Travel & Tourism Council. (2015). The Economic Impact of Travel & Tourism 2015.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0019

MARİNA HİZMETLERİNİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BİR MARİNA UYGULAMASI

[1]Ali Cemal TÖZ, [2]Gamze ARABELEN, [3]Oğuz ATİK, [4]Can 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 arttırılmasını 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

[1]Yrd.Doç.Dr. Ali Cemal TÖZ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; ali.toz@deu.deu.tr
[2]Yrd.Doç.Dr. Gamze ARABELEN, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; gamze.arabelen@deu.edu.tr
[3]Yrd.Doç.Dr. Oğuz ATİK, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir oguz.atik@deu.edu.tr
[4] Can 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 arttırılarak 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 memnuiyetine 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	- 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’’	- 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’’	- 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’’	- ***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 kullanıcısına 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’’	- ***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

			- ***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’’	- ***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 gerekeli 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, anlaşılırlıklarının 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 Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın ana kütlesini 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 marinadan hizmet alan müşterilerden oluşmaktadır. Toplam 144 müşteri çalışmaya katılmış olup 75 müşteri yalnız kara birimlerinden faydalanan misafirler 69 müşteri ise marinada 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 marinadır. Dolayısıyla bu marinadan hizmet alan müşteriler de hem kara hem deniz tarafından faydalanan marinanın 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 ulaşıncaya 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 güvenilirdir.
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

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**
Çekek 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

sebep 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 değillerse 1’i, çok memnunlarsa 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 hizmetleri***nin 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 değillerse 1'i, çok memnunlarsa 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.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0020

MARİNA İŞLETMELERİNDE "DENİZ OPERASYON İŞLEMLERİ" SÜREÇ ANALİZİ: BİR MARİNA İŞLETMESİNDE UYGULAMA

[1]Elif KOÇ, [2]Çimen KARATAŞ ÇETİN

ÖZET

Giderek küreselleşen ve rekabetin her alanda çok yoğun olduğu günümüzde işletmeler müşteri memnuniyetinin devamlılığını sağlayabilmek için değer yaratmayan faaliyetlerini tekrar gözden geçirmekte ve asıl odaklanılması gerekenin süreçler olduğunu fark etmektedirler. Bu noktada ise "süreç analizi" kavramı önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Her sektörde mevcut olan rekabet marina işletmeleri arasında da söz konusudur. Marina işletmelerinin; vizyon, misyon ve hedeflerini gerçekleştirebilmeleri, müşteri memnuniyetinin devamlılığını sağlayabilmeleri için geleneksel yönetim anlayışının yerine süreç odaklı bir yönetim anlayışı içine girmesi, asıl odaklanılması gerekenin süreçler olduğunu fark etmesi, mevcut süreçlerini tespit etmesi ve bu süreçleri sürekli gözden geçirerek değer yaratmayan faaliyetleri ortadan kaldırması gerekmektedir. Bu noktada öncelikle yapılması gereken, işletmedeki mevcut iş süreçlerini detaylı şekilde analiz etmektir.

Marina işletmelerinde sunulan ve marinanın temel faaliyetlerini oluşturan hizmetlerin üretilmesiyle doğrudan ilgili olan ana süreç "Deniz Operasyon İşlemleri Süreci"dir. Bu çalışmada, bir marina işletmesinde bu ana süreç ile alakalı iş süreçlerinin analiz edilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma yöntemi olarak "örnek olay incelemesi"; veri toplama aracı olarak da görüşme, gözlem ve doküman inceleme kullanılmıştır. Uygulamanın yapıldığı marina işletmesinin "Deniz Operasyon İşlemleri Süreci", elde edilen verilere istinaden 7 ayrı başlık altında incelenmiştir. Bunlar; rezervasyon işlemleri, tekne yanaştırma işlemleri, çekme-atma/kara park işlemleri, teknisyen (usta) girişi işlemleri, faturalandırma ve tahsilat işlemleri, vardiya kontrol işlemleri süreçleridir. Ayrıca, çalışmada bu süreçler haritalandırılmış ve genel olarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: İş Süreci, Marina İşletmesi, Süreç Analizi

[1]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
elif.koc@outlook.com.
[2] Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
cimen.karatas@deu.edu.tr.

1. GİRİŞ

Günümüzde işletmelerin rekabetçi üstünlükleri sadece pazara sundukları ürünlerin ve hizmetlerin kalitesiyle ilişkili değildir. Aynı zamanda işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri, karlılıklarını sürdürebilmeleri ve kendilerini geliştirebilmeleri gerekmektedir. Bunu başarmanın temel koşulu işletmenin tüm süreçlerinden farkında olması ve süreçleri iyi yönetebilmesidir.

Süreç kavramı en temel tanımıyla, girdileri olan, bunlara değer kazandıran ve sonucunda çıktı elde edilen faaliyetler serisidir. Süreçler; girdileri (insan gücü/hizmetler, ekipman, malzemeler, yöntemler ve ortam), çıktı (insan gücü/hizmetler, ekipman, malzeme ve yöntemler) şekline dönüştürürler. (Harrington, 1995). Süreç yönetimi ise uygulamada olan performans yönetimi, temel iş süreçlerini kontrol etme ve iyileştirme aracılığıyla bir organizasyonun hedeflerini gerçekleştirmede önemli katkı sağlayıcı olarak iş süreçlerini kullanmaya odaklı bir yönetim disiplinidir (Jeston ve Nelis, 2014). Süreç yönetimi son yıllarda, organizasyonel yapının dikey ve yatay olarak dilimlenmesi ile elde edilen iş birimlerini esas alan "fonksiyonel hiyerarşik yönetim anlayışı"na alternatif olarak yeni bir organizasyon yönetme tekniği olan "bütünsel yaklaşım"la ele alınmaktadır. Pek çok yönetim disiplini, süreç yönetimi içinde yer almaktadır ve bu da süreç yönetimine holistik bir görünüm kazandırmaktadır (DeToro ve McCabe, 1997; Hung, 2007; Blokdijk, 2008). Bu yönetim tarzı; işletmede var olan süreçlerin belirlenmesini, değişen müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda bu süreçlerin gözden geçirilerek sürekli iyileştirilmesini öngörmektedir.

"Süreç analizi" süreç yönetiminin önemli bir adımı ve ayrılmaz parçasıdır. Çalışmanın temelini oluşturan bu kavram, işletmenin iş süreçlerinin haritalandırılması, ayrıntılarıyla incelenmesi ve gerekli değerlendirmelerin yapılarak iyileştirme yapılması gereken noktaların saptanmasını içermektedir. Amaç, işletmenin iş döngü sürelerini azaltmak, maliyetlerini düşürmek, kalite ve iş performanslarında artışı sağlamaktır (Harrington, 1991, Bozkurt, 2003, Eyüboğlu, 2010). Süreç analizi; süreç haritalama, süreç analizinin uygulanması, süreç analizinin değerlendirilmesi adımlarından oluşmaktadır (Eynullayev, 2004; Karapınar, 2006; Erten, 2010). *Süreç haritalama*, organizasyon içerisindeki mevcut süreçlerin iş akışlarının oluşturulmasıdır. Süreçteki her adımın dokümantasyonu ve birbiri ile bağlantısı ortaya çıkarılır. Süreç haritalama tamamlandıktan sonra *süreç analizi* adımına geçilir. Süreç analizi ise çıkartılmış olan süreç haritası üzerindeki her kutuyu tek tek ele alarak ayrıntıları ortaya çıkartır. *Süreç analizini değerlendirme* aşamasında; süreç haritaları ve analiz formları organizasyon çerçevesinde yetkili kişilerle gözden geçirilir. Bu analizler, sistemlerinde iyileştirme yapmak isteyen organizasyonlar için başlangıç noktasıdır. Bu verilere

istinaden mevcut süreçlerdeki problemleri ve katma değeri olmayan faaliyetleri ortadan kaldıracak ve daha verimli müşteri odaklı çalışma sistemini oluşturabilecek iyileştirme projeleri hayata geçirilmektedir.

Deniz turizmi, sağladığı ekonomik getirileri ve hızla gelişmesi nedeniyle ülkemizde göz ardı edilemeyecek bir sektör halini almıştır. Türkiye son yıllarda denizcilik sektörüne sunmuş olduğu hizmetler ile Avrupa ve Akdeniz kıyılarında yatçılık merkezi olabilmek için önemli yollar kat etmiştir. Deniz turizminin en önemli altyapısını oluşturan marinalarda da yönetimsel anlamda gelişmeler ve değişimler yaşanmaktadır. Marina işletmelerinde verilen hizmetlerin her geçen gün artması, departmanlaşmayı beraberinde getirmektedir. Yönetimsel açıdan da farklı anlayışlara yönelme eğilimleri görülmektedir. Ancak, kalite güvence sistemlerinin uygulandığı marinalar da dâhil pek çok marina işletmesi süreç odaklı düşünmeyi ve süreç yönetimi anlayışını henüz benimseyememiştir (ICOMIA, 2005; Gedik, 2008; Bezirgan, 2009). Mevcut yazında da Balcı (2011)'nın gerçekleştirdiği çalışma haricinde marinalarda yönetim ve marinalarda iş süreçleri konusuna değinen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, marina işletmeciliğinin tanımı, genel özellikleri ve bu işletmelerde yürütülen işler, marinacılıkla ilgili mevcut yazın ile ilgili bilgilere yer verilmektedir. Üçüncü bölümde araştırmanın amacı, yöntemi, veri toplama süreci ile ilgili bilgiler; dördüncü bölümde ise uygulama sonuçları sunulmuştur. Bulgular dahilinde elde edilen çıkarımlar, araştırmanın kısıtları ve gelecekte yapılabilecek çalışma önerileri sonuç kısmında verilmiştir.

2. MARİNA İŞLETMECİLİĞİ İLE İLGİLİ YAZIN TARAMASI

Uluslararası Deniz Endüstrisi Birlikleri Konseyi (International Council of Marine Industry Association, ICOMIA) marinaları; kamu kuruluşları veya özel işletmelerce ticari amaçlarla işletilen, rekreasyonel yatlara öncelikle denizde (palamar, demirleme vb.) ve karada (çekek yeri vb.) muhafaza hizmetlerini belirli bir bedel karşılığında veren ve genellikle yakıt, tuvalet-duş, bakım ve onarım, atık su alımı, yat marketleri gibi yatlar ile ilişkili hizmet veya ürünlerden bir veya daha fazlasını sunan deniz kenarında konumlanmış tesisler olarak tanımlamıştır (Atlay Işık ve Cerit, 2008; Atlay Işık, 2010).

Marina işletmelerinde verilen hizmetler; temel/çekirdek hizmetler, kolaylaştırıcı hizmetler ve destekleyici hizmetler olarak sınıflandırılabilmektedir. Temel/çekirdek hizmetler; denizde bağlama, çekme-atma, kara park gibi hizmetlerdir. Kolaylaştırıcı hizmetler, müşterilerin çekirdek hizmetleri kullanabilmelerini sağlayan yakıt,

elektrik-su, bakım-onarım gibi hizmetler; destekleyici hizmetler ise rakiplerden verilen hizmetlerin değerini arttırmak ya da rakiplerden farklılaşmak amacıyla sunulan sosyal tesisler, kafe-restoranlar, vb. hizmetlerdir (Grönroos, 1999; Atlay Işık, 2010). Bu hizmet grupları, marina işletmelerinde farklı departmanlarca yürütülen işleri belirlemektedir. Marinalarda yer alan departmanlar ya da departmanın bağlı olduğu yönetici kademeleri marinadan marinaya değişiyor olsa da; işletmelerde esas olarak yapılan işler birbirine benzerlik göstermektedir. Marina işletmelerinde iş organizasyonu kapsamında çeşitli departmanlar ve bu departmanların yürüttükleri temel işler Tablo 1 ile sunulmaktadır.

Marinalarda bu işler yürütülürken, organizasyonları meydana getiren beşeri unsurun etkin ve etkili bir şekilde çalıştırılması gerekmektedir ve bu sebeple kimin ne işle meşgul olacağını tespit ve tayin etmek büyük önem taşımaktadır. Marinalar için tek bir tip organizasyon yapısı bulunmamakla birlikte, büyüklüklerine, faaliyet alanlarına, sunacakları hizmetlere, kapasitelerine göre şekillenen organizasyon tipleri söz konusudur (Sarı, 2011).

Marinacılık alanında yapılan çalışmalar genellikle marina pazarlama ve marinaların çevresel etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Klein ve Zviely (1999), son yıllarda kıyısal alanlarda yaşanan gelişmelerin özellikle de her geçen yıl sayısı hızla artan marina tesislerinin sebep olduğu deniz tabanındaki kum miktarında azalma ve erozyon gibi kıyısal değişiklikleri incelemişlerdir. Webb ve Keough (2000), aynı bölgede ve birbirine yakın mesafede bulunan iki farklı marinada, deniz tabanında oluşan kirliliğin belirlenen birtakım deniz organizmalarının miktarına etkisinin ne seviyede olacağını incelenmiştir. Atlay Işık (2010), bütüncül pazarlama yaklaşımı çerçevesinde, yat turizmi işletmeleri olan yat limanları ve yat işletmelerinin bütüncül (holistik) pazarlama yaklaşımlarına ilişkin algılamalarının değerlendirilmesiyle elde ettiği veriler ışığında Türkiye için farklılaştırma stratejilerinin geliştirilmesine yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın en önemli özelliği mevcut yazında; dünya ve Türkiye'de yat turizmi, Türkiye'de yat turizminin kuramsal çerçevesi gibi konularda geniş kapsamlı bilgi veren ve sektöre ışık tutan bir çalışma olmasıdır. Sarı (2011), marina hizmetlerinden yararlanan yatçıların algılamalarından hareket edilerek, marina işletmelerinde hizmet kalitesinin boyutlarını tespit etmiş ve beraberinde algılanan hizmet kalitesinin, yatçıların teknelerini bağladıkları marinadan tatminlerine, aynı marinayı tekrar tercih etme ve başkalarına tavsiye etme eğilimlerine etkilerini ortaya çıkarmıştır. Rivero ve diğerleri (2013), deniz kıyıları boyunca artan nüfus yoğunluğuna paralel olarak, yatçılık, dalış ve balıkçılık gibi rekreasyonel aktivitelere yönelik inşa edilen yapıların çevreye olumsuz etkilerini tespit etmeye yönelik bir çalışma yapmışlardır.

Tablo 1: Marina İşletmelerinde Yürütülen İşler

Departman/Ekip	**Temel İşler**
Yönetim	- genel koordinasyon ve düzenin sağlanması - haftalık ve aylık olarak raporlama - müşteri görüşmeleri - fuarlara katılım - marinanın temsili ve tanıtımı
Ön büro departmanı	- rezervasyon ve kayıt - deniz operasyon ile ilgili evrak takibi - hizmet faturalandırma ve tahsilât - deniz telsizi haberleşme - genel bilgilendirme
Ticari departman	- müşteri görüşmeleri - kira kontratları - ihale - AVM genel düzen disiplinin sağlanması
Muhasebe/finans departmanı	- genel muhasebe - ödeme - vergi muhasebesi - bütçeleme - raporlama
Teknik departman	- kara tesislerinin ve marina ekipmanlarının bakım onarımı - teknelere kesintisiz elektrik-su temini - yangın ve can güvenliği mevzuatına uyumlu hareket etme - marina sahasının ve tesislerin temizlenmesi - çevresel temizlik (sintine toplama, gri ve siyah su toplama, arıtma ünitesi) - çevre düzenleme
Palamarcı ekip	- marinaya gelen tekneleri emniyetli bağlama - palamar botuyla kılavuzluk hizmeti - liman saha düzeni ve kontrolü sağlama - deniz telsizi haberleşme - deniz operasyon evraklarının takibi - dalgıçlık - tekne yedekleme
Çekek ekibi	- teknelerin emniyetli ve sağlam bir şekilde karaya alınıp denize indirilmesi - teknelerin altının basınçlı su ile yıkanması - operasyona ilişkin gerekli evrakların düzenlenmesi - çekek sahasının genel düzenin sağlanması - teknik bakım-onarım
Güvenlik ekibi	- 7/24 güvenlik sağlanması - güvenlik kameralarından saha takibi - yangın ikaz ve söndürme sisteminin kontrolü

Sevinç (2014), Türkiye kıyılarında faaliyet gösteren marina işletmelerinin yönetim kademelerinin uyguladıkları rekabet stratejilerini ortaya çıkartmak ve bunların farklılaşıp farklılaşmadıklarını tespit etmek için bir çalışma gerçekleştirmiştir. Marinalar ile ilgili mevcut yazında,

marinalarda yönetim konusunda Balcı (2011)'nın gerçekleştirdiği çalışma haricinde herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada temel olarak Türkiye'deki marinalarda kullanılan bilişim sistemlerinin marina operasyonları üzerindeki etkisi ve kullanıcı memnuniyetine olan katkıları araştırılmıştır. Çalışmanın özellikle uygulama haricindeki bölümlerde, marina yönetimi alanında bilgiler sunulmakta ve marinalarda verilen temel hizmetler ile ilgili operasyonları ayrıntılarıyla açıklanmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmada, marina işletmelerinde sunulan ve marinanın temel faaliyetlerini oluşturan hizmetlerin üretilmesiyle doğrudan ilgili olan "Deniz Operasyon İşlemleri" ana sürecinde yer alan iş süreçlerinin analiz edilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada kullanılan araştırma yöntemi örnek olay çalışmasıdır. Örnek olay çalışması, bir olguyu kendi gerçek ve doğal ortamındaki oluşumuyla izleyerek ya da o olayı yaşamış olanların anlatımıyla bilgi edinerek bir sonuç çıkarma yöntemidir (İslamoğlu, 2011).

Yapılan örnek olay incelemelerinde tam ve kapsamlı cevaplara ihtiyaç duyulmaktadır (Özdemir, 2010). Bu sebeple örnek olay çalışmasını gerçekleştirirken veri toplama aracı olarak; yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşmeler, uygulamanın yapıldığı marina işletmesine ait dokümanların incelenmesi ve analizi ve marina işletmesinde mevcut departmanlarda gözlem yöntemleri beraber kullanılmıştır.

Gözlem, araştırmacının olay ve/veya olguların oluşumlarını açıklayabileceği somut kanıtlara ulaşmak için sürece tanıklık edebileceği etkinliklerdir (Ural ve Kılıç, 2011). Gözlemde, olgunun hâlihazırdaki durumu soru sorarak değil, gözlem yoluyla belirlenmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2012). Bu çalışmanın konusu, çalışanların mevcut iş süreçlerinde ne yaptığı ile ilgilidir ve bunun için yapılacak iş onların ne yaptığını gözlemlemektir. Yapılan uygulama kapsamında, uygulanış biçimine göre doğal ve katılımlı gözlem gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, örnek olay uygulamasının gerçekleştirildiği işletmede marinanın doğal iş ortamına katılmış, kimliği açık bir şekilde işletmedeki bir çalışanmış gibi o ortamda bir süre bulunmuştur.

Gözlem yönteminde her durumu kaydetmek mümkün olmamaktadır. Bu sebeple gözlem gerçekleştirilmeden önce, gerçekleştirildiği esnada ve gerçekleştirildikten sonra marina üst yönetimi ve çalışanlar ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş, bu sayede marinada mevcut ana iş süreçleri ve alt süreç detayları daha sağlıklı şekilde belirlenmiştir.

Görüşme; önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için gerçekleştirilen, soru sorma ve cevaplama tarzına dayalı karşılıklı ve

etkileşimli bir iletişim sürecidir (Stewart ve Cash, 1985). Yarı yapılandırılmış görüşmede görüşülecek konu ve sorulacak sorulara ilişkin bir liste vardır. Görüşme esnasında bazı sorular çıkarılabilmekte, soru eklenebilmekte ya da soruların sırası farklılaştırılabilmektedir (Özdemir, 2010). Bu çalışmada da yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Marina yöneticileri ve çalışanlarına; marinanın kuruluşu, hizmetleri, departmanlar, departman çalışanlarının görev ve sorumlulukları, departmanlarda yürütülen işler, departmanlar arası iş akışları, iş evrakları, departmanlarda kullanılan yazılım ve diğer sistemler, departmanlarda kullanılan yazılım ve diğer sistemler, operasyonel uygulamalar, süreç yönetimi çalışmaları, ile ilgili görüşme sorunları yöneltilmiştir.

Çalışmada ayrıca işletmeye ait birtakım dokümanlar detaylı olarak incelenmiştir. Kuruma ilişkin incelenen dokümanlar; marinanın tanıtım katalogları, marina rehberi, işletme iş süreçlerinde kullanılan operasyon evrakları (ön kayıt formu, marina bilgi formu, bağlama sözleşmesi, mali işler mutabakat formu, tahsilât raporu, faturalar, bağlama avara jurnali, çekme atma işlemleri ile ilgili dokümanlar, faaliyet raporu, doluluk raporu ve finansal durum raporu) gibi dokümanlardır. Elde edilen işletme dokümanları, marina işletmesinin iş süreçlerinin ayrıntılandırılması ve analiz edilmesinde önemli ölçüde fayda sağlamıştır.

Örnek olay çalışmasının gerçekleştirildiği marina işletmesinin, kurum isminin gizli kalması isteği sebebiyle söz konusu kurum bu çalışmada "X Marina İşletmesi" şeklinde adlandırılmaktadır. X Marina İşletmesi 03.04.2015-08.04.2015 tarihleri arasında ziyaret edilmiş ve çalışma gerçekleştirilirken işletmede Tablo 2'de bilgileri yer alan kişilerle görüşülmüştür.

Yapılan çalışmalar ve görüşmeler sonucunda marina işletmesinde yürütülen işlere ilişkin ana süreçler belirlenmiştir (Deniz Operasyon İşlemleri Ana Süreci, Mali ve Finansal İşler Yönetimi Ana Süreci, Ticari Alanlar Yönetimi Ana Süreci). Bu ana süreçler içerisinden, "Deniz Operasyon İşlemleri Ana Süreci" marina ana faaliyeti göz önünde bulundurularak ve marina işletmesinin üst yönetiminin de onayı ile marina işletmesinin ana süreci olarak belirlenmiştir. Bu ana süreç söz konusu çalışmada detaylı olarak incelenmiştir.

Tablo 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşmeye Ait Uzman Bilgileri

Görev	Görüşme Yeri	Tarih
Genel Müdür	Marina Ofis	03.04.2015 / 10:30-12:00 08.04.2015 / 16:00-16:40
Ön Büro Müdürü	Marina Ofis	03.04.2015 / 12:30-14:00 07.04.2015 / 13:30-14:45
Halkla İlişkiler & Ticari Alanlar Müdürü	Marina Ofis	03.04.2015 / 09:15-10:20
Mali İşler Müdürü	Marina Ofis	06.04.2015 / 10:30-11:20
Liman-Saha Müdürü	Marina kara ve deniz sahası	05.04.2015 / 16:00-17:30
Teknik Müdür	Teknik Ofis	05.04.2015 / 14:00-15:15 08.04.2015 / 12:30-13:10
Teknik Personel	Teknik Ofis	06.04.2015 / 11:45-13:30
Ön Büro Çalışanları	Marina Ofis	03.04.2015-08.04.2015

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

X marina işletmesinde, tüm departmanların genel müdüre bağlı olduğu dikey hiyerarşik yani merkeziyetçi bir örgüt yapısı mevcuttur. Marina işletmesi bünyesinde *ön büro departmanı* (tekne sahiplerine ve tekne yetkililerine yönelik tüm ofis hizmetlerinin verilmesi), *liman-saha hizmetleri departmanı* (marinaya giriş/çıkış yapan yatların deniz trafiği düzeninin sağlanması, yatların emniyetli şekilde bağlanması, bağlı yatların genel kontrolü, çekek sahası faaliyetlerinin planlanması, dalgıçlık hizmetleri), *teknik departman* (marinanın tüm ekipman ve altyapının bakım ve onarım gereksinimlerini karşılama, yangın ve can güvenliği mevzuatına ilişkin tüm önlemleri alma), *mali işler departmanı* (genel muhasebe, ödemeler, vergi muhasebesi, bütçeleme, raporlama ve hazine işleri, insan kaynakları, idari işler), *ticari işler departmanı* (müşteri görüşmeleri, kontrat, ihale, AVM genel düzen disiplinin sağlanması), güvenlik departmanı (müşterilerin ve çalışanların can ve mal güvenliğinin korunması ve gerekli önlemlerin alınması). Her bir departmanın müdürü genel müdüre karşı sorumludur.

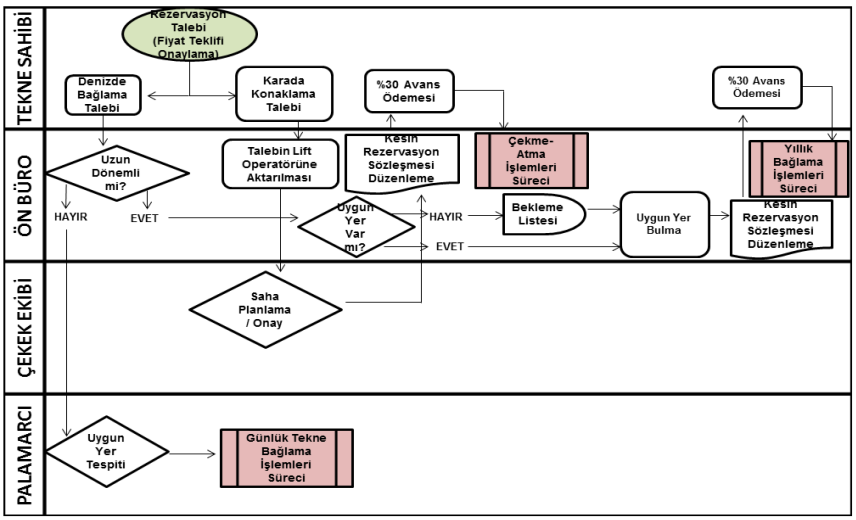
"Deniz Operasyon İşlemleri Süreci" marina işletmesinin ana sürecidir. Tablo 3'te Deniz Operasyon İşlemleri Ana Süreci altında yer alan süreçler ve bu süreçlerin alt süreçleri görülmektedir.

Tablo 3: Marina İşletmesi Deniz Operasyon İşlemleri Süreçleri

ANA SÜREÇ	SÜREÇLER	ALT SÜREÇLER
1. DENİZ OPERASYON İŞLEMLERİ SÜRECİ	1.1. Rezervasyon İşlemleri Süreci	1.1.1. Yıllık/Sezonluk
		1.1.2. Çekme Atma
	1.2. Tekne Yanaştırma İşlemleri Süreci	1.2.1. Günlük
		1.2.2. Yıllık
	1.3. Tekne Kayıt İşlemleri Süreci	1.3.1. Günlük
		1.3.2. Yıllık / Sezonluk
	1.4. Çekme-atma / Karapark İşlemleri Süreci	1.4.1. Günlük
		1.4.2. Yıllık
	1.5. Teknisyen (Usta) Giriş İşlemleri Süreci	
	1.6. Faturalandırma ve Tahsilat İşlemleri Süreci	1.6.1. Temel Hizmetler
		1.6.2. Destekleyici/Kolaylaştırıcı Hizmetler
		1.6.3. Gün İçi ve Gün Sonu İşlemleri
	1.7. Vardiya Kontrol İşlemleri Süreci	1.7.1. Palamarcı Ekip
		1.7.2. Ön Büro Ekibi
		1.7.3. Teknik Ekip

4.1. Rezervasyon İşlemleri Süreci

Marina tarafından verilen denizde bağlama, çekme-atma, kara parkı gibi temel marina hizmetleri ya da nadir durumlarda destekleyici/kolaylaştırıcı hizmetler ile ilgili yapılan rezervasyon işlemlerini kapsamaktadır. X marina işletmesinin, ön büroda gerçekleştirilen "rezervasyon işlemleri süreci" süreç haritası Şekil 1' de sunulmaktadır. Bu süreç tekne sahibinden gelen rezervasyon talebi ile başlayarak, teknenin söz konusu hizmeti almaya başlaması ile sona ermektedir.



Şekil 1: Rezervasyon İşlemleri Süreci

Süreç ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

- Fiyat teklifi talebinde bulunan tekne sahiplerinin mümkün olduğunca fazla iletişim bilgisine ulaşılmaya çalışılmaktadır. Bu bilgiler özellikle kampanya dönemlerinde yapılacak bilgilendirmelerin daha fazla tekne sahibine ulaşabilmesi açısından marinaya büyük fayda sağlamaktadır.
- Fiyat hesaplama ve fiyat teklifi gönderme gibi işlemlerin mevcut yazılım programı üzerinden yapılıyor olması sayesinde rezervasyon işlemleri hızlı ve standart bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Kişilerden kaynaklı hatalar da bu sayede minimum seviyede tutulabilmektedir.
- Mevcut yazılım programında süresi biten kontratlar ile ilgili uyarı sisteminin bulunması, iş takibi açısından ön büro personeline büyük kolaylık sağlamaktadır.
- Yenilenmesi gereken kontratlar ile ilgili üst yönetimin istediği raporlar mevcut yazılım sisteminden hızlıca alınabilmekte, manuel rapor hazırlama gibi bir süreç yaşanmamaktadır.
- Yıllık tekne bağlama yeri rezervasyon takibinin yazılım programı üzerinden yapılmaması, saha planlamasının yapılması esnasında zaman kaybına neden olmaktadır. Yazılım programı tedarikçisi firma ile görüşülerek bu duruma çözüm getirilebileceği düşünülmektedir.

4.2. Tekne Yanaştırma İşlemi Süreci

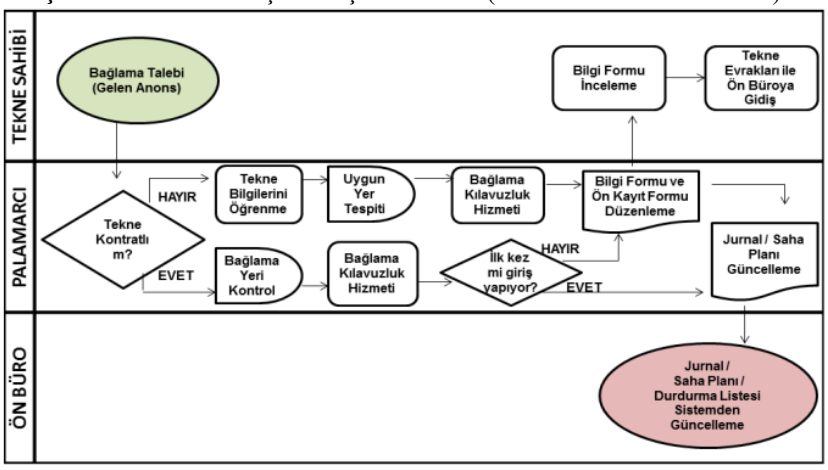
"Tekne yanaştırma işlemi süreci" marinaya bağlama yapmak için gelen tekneye palamar bot ile kılavuzluk hizmeti verilerek emniyetli ve güvenli şekilde teknenin yanaştırılması ve bu yanaşma ile ilgili gerekli evrakların düzenlenerek ön büro departmanına iletilmesi işlemlerini kapsamaktadır. Söz konusu süreç, teknesiyle marinaya gelerek giriş yapmak isteyen tekne sahibinin, VHF telsiz kanalından bu talebini marinaya bildirmesi ile başlamakta, tekneye kılavuzluk hizmeti veren palamarcının yanaşma ile ilgili ilgili formları doldurup ön büro departmanına iletmesi ile sona ermektedir. Şekil 2 ile bağlama yapma talebi ile marinaya gelen teknelerin yanaştırma süreci ile ilgili süreç haritası sunulmaktadır.

Süreç ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

- Söz konusu süreç tamamen palamarcılar tarafından yürütülmektedir (ön büronun yönlendirmesi olmadan) ve palamarcı ofisi marina deniz sahasının tamamına hâkim bir yere konumlanmıştır. Bu sayede tekne yanaştırma işlemleri hızlı ve etkin şekilde gerçekleştirilmektedir.
- İşletmede, mevcut yazılım sistem ile entegre çalışan saha el terminalleri uygulaması mevcuttur ancak palamarcı ekibin bu uygulamayı angarya olarak görmesi sebebiyle kullanılmamaktadır. Bu

durum daha uzun iş çevrim süresi, kağıt israfı, zaman kaybı ve hatalara sebep olmaktadır. Ayrıca bu departman tarafından gerçekleştirilen işler de diğer çalışanlar tarafından eş zamanlı takip edilememektedir. Bu konuda; mevcut personele gerekli eğitimler verilerek ekipmanları kullanmaları teşvik edilebilir.

Şekil 2: Tekne Yanaştırma İşlemi Süreci (Yıllık/Sezonluk + Günlük)



4.3. Tekne Kayıt İşlemleri Süreci

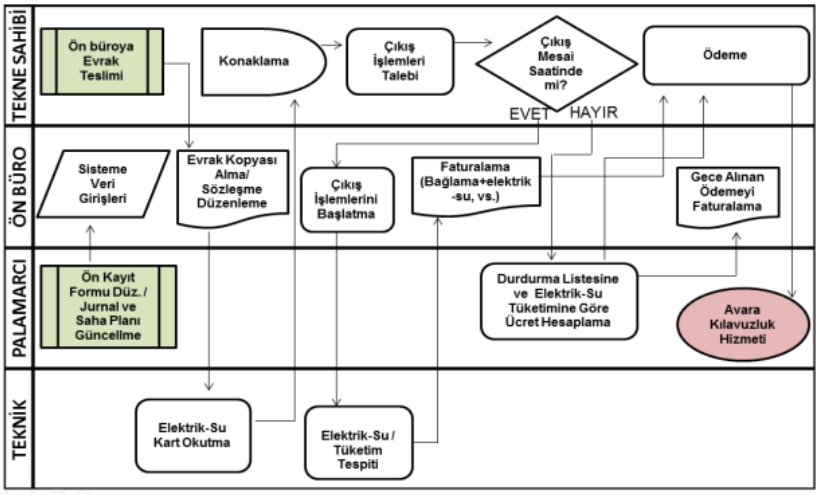
Tekne kayıt işlemleri süreci; marinaya bağlama yapmak için gelen tekneyle ilgili gerekli evrakların palamarcı tarafından doldurulup, tekne sahibinin tekne evraklarını ön büroya getirmesiyle başlamakta ve teknenin marinadan tamamen ayrılmasıyla sona ermektedir. Süreçte, teknenin marinada bulunduğu süre boyunca tekne evrakların kopyasının alınarak kontratının yapılmasından itibaren, tekne ayrılana kadarki esnada kayıt gerektiren tüm işlemler yer almaktadır. Marinada tekne kayıt işlemleri sürecine ilişkin günlük ve uzun dönemli teknelerle ilgili süreç haritaları Şekil 3 ve Şekil 4' te sunulmaktadır.

Süreç ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

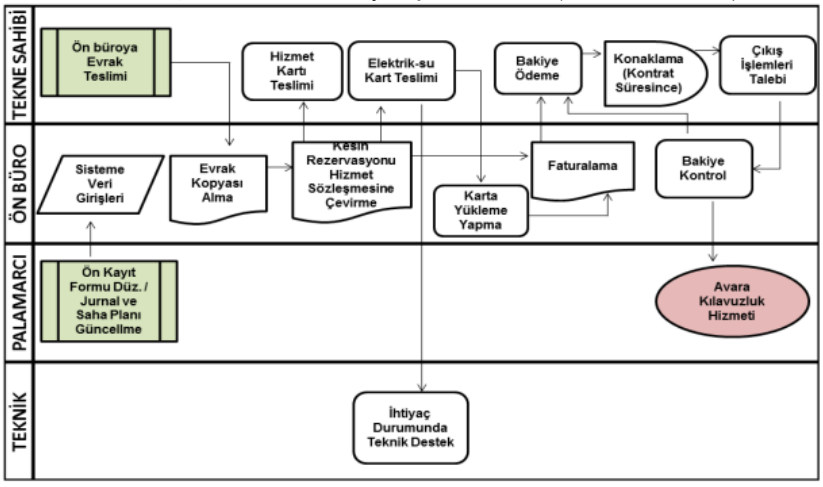
- Saha el terminallerinin kullanılmamasından kaynaklı olarak, bu sürecin daha geç başlaması söz konusudur.
- Marinada kullanılan yazılım programı sayesinde tekne kayıt işlemleri 5-8 dakika arası bir sürede tamamlanabilmektedir. Ayrıca, daha önce marinaya bağlama yapmış olan teknelerin kayıtları yazılım sisteminde mevcut olduğu için, bu tekneler marinaya tekrar bağlama yaptıklarında kayıt ve kontrat düzenleme işlemi çok daha hızlı şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu sayede tekne yetkilisinin işlemler için ofiste bekleme süresi de kısalmaktadır.

- Marina ofisinin kapalı olduğu saatlerde tekne ödemesi gece vardiyasındaki palamarcı tarafından alınmaktadır. Palamarcı ekip mevcut yazılım programını kullanamadığı için ücretleri manuel şekilde hesaplamaktadır. Bu durum zaman zaman eksik ya da fazla ödeme alınmasına, faturanın ertesi gün ön büro tarafından kesilmesine neden olmaktadır. Bu sorunun, palamarcı ekibin eğitilerek bilgisayar kullanımı konusunda daha yetkin hale getirilmesi ile çözülebileceği düşünülmektedir.

Şekil 3: Tekne Kayıt İşlemi Süreci (Günlük)



Şekil 4: Tekne Kayıt İşlemi Süreci (Yıllık/Sezonluk)

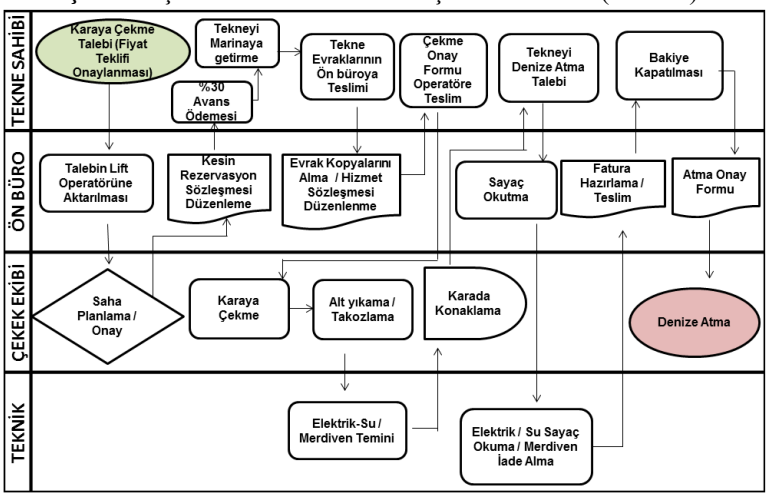


4.4. Çekme-Atma / Kara Park İşlemleri Süreci

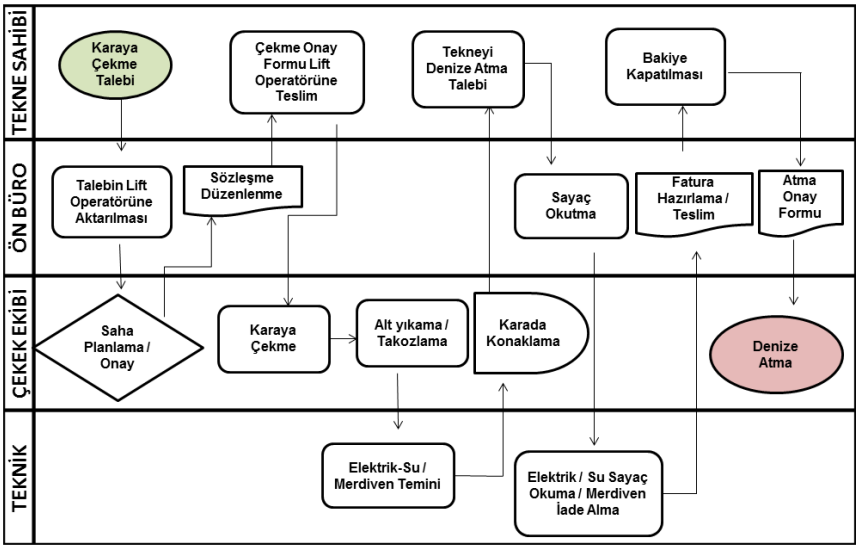
Çekme-atma / kara park işlemleri süreci teknelere bakım-tutum-onarım gibi işlemlerin denizin dışındaki bir kara alanında kolaylıkla gerçekleştirilmeleri için "çekek sahası" olarak adlandırılan sahada yer ayırmaya yönelik işlemleri kapsamaktadır. Bu süreç; tekne sahibinden gelen karaya çekme talebi ile başlamakta, teknenin söz konusu hizmeti alıp tekrar denize inmesi ile sona ermektedir. X marinada mevcut "çekme-atma/kara park işlemleri süreci" günlük ve yıllık/sezonluk (marina ile uzun dönemli kontratı bulunan) teknelere yönelik olmak üzere iki alt sürece ayrılmaktadır (Şekil 5 ve Şekil 6).
Süreç ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

- Bu süreç boyunca kullanılan evraklar, yapılan işlerin kontrol ve denetimini kolaylaştırmaktadır (çekme/atma onay formu, vs.).
- Marinada teknelere yönelik bakım-onarım hizmetlerinin marinanın kiracısı durumundaki taşeron firmalar tarafından verilmesi sayesinde X marina işletmesi, kendi ana faaliyetlerine odaklanmış durumdadır.
- Marina çekek sahasında yer alan elektrik-su servis kutularında, pontonlarda bulunan kartlı sistemin bulunmaması sebebiyle elektrik-su sayaçları manuel olarak okunmakta; bu durum ön büro ve teknik ekibe artı iş yükü ve maliyet oluşturmaktadır. Servis kutularının kartlı sisteme dönüştürülmesi ile bu tür durumların önüne geçilebilir.
- Çekek sahasında yürütülen işlerin takibi excel ve outlook gibi sistemlerle yürütülmektedir ve bu durum ekibe artı iş yükü oluşturmakta, kişilerden kaynaklı hata oranı artmaktadır. Mevcut yazılım sistemi tedarikçisi firma ile görüşülerek bu soruna çözüm bulunabilir.

Şekil 5: Çekme-Atma/Kara Park İşlemleri Süreci (Günlük)



Şekil 6: Çekme-Atma/Kara Park İşlemleri Süreci (Yıllık/Sezonluk)



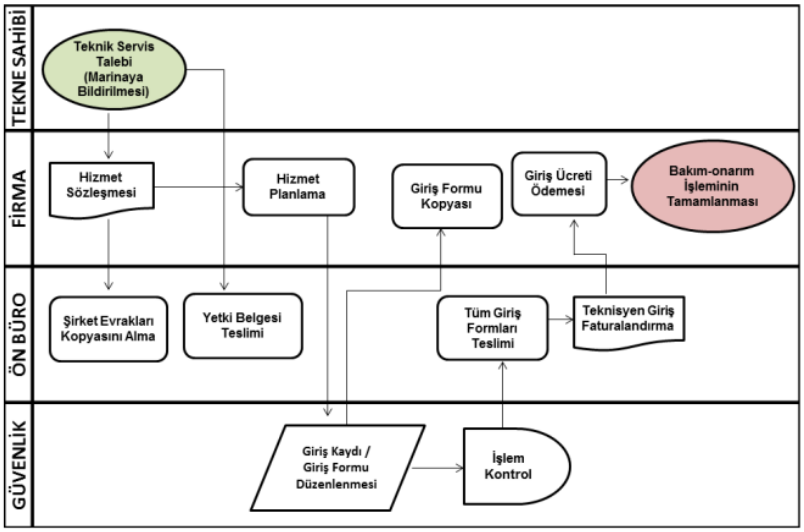
4.5. Teknisyen (Usta) Giriş İşlemi Süreci

Teknisyen (usta) giriş işlemi süreci, tekne sahibinin teknesinde bakım-onarım, vb. işi yapmak üzere marina işletmesine yazılı bildirimde bulunarak marina dışından getirdiği/gönderdiği usta, servis elemanı gibi kişiler ile ilgili yapılan işlemleri kapsamaktadır. Bu süreç; tekne sahibinin, marina dışından gelecek bir firmaya (marinada ofisi bulunmayan) teknesine bakım-tutum-onarım gibi işlemlerini yaptıracağını marina yönetimine bildirmesi ile başlamakta, firmadan gelen teknisyenin yapılacak işlemleri tamamlayarak marinadan ayrılması ile sona ermektedir. Şekil 7 ile teknisyen (usta) giriş işlemi süreci haritalandırılmaktadır.

Süreç ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

- Marina sahasında güvenlik kulübesi, ön büro ofisi ve marina sahasına giriş noktalarının birbirine yakın ve derli toplu şekilde konumlanmış olması sayesinde marinaya yapılan teknisyen girişleri denetimli ve hızlı şekilde gerçekleştirilmektedir.
- Marina sahasında İş Kanunu ve iş emniyeti kurallarına uyumu sürdürmek ve sigortasız kişileri sahaya sokmamak adına, giriş yapan firma çalışanlarının hizmet döküm belgelerinin her ay yenilenmesi istenmektedir. Bu durum herhangi ihmal gibi sebeplerden ötürü sigortası yenilenmemiş bir çalışanın marina sahasında çalışmasının önüne geçilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Şekil 7: Teknisyen (Usta) Giriş İşlemleri Süreci

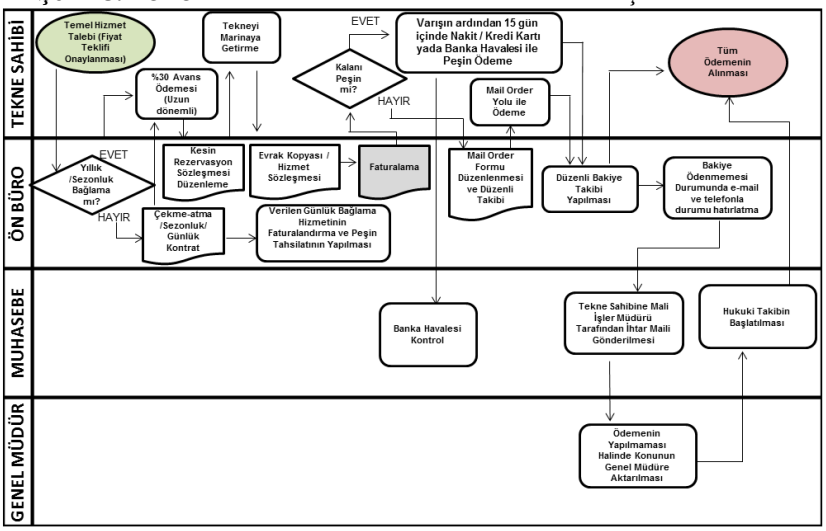


4.6. Faturalandırma ve Tahsilât İşlemleri Süreci

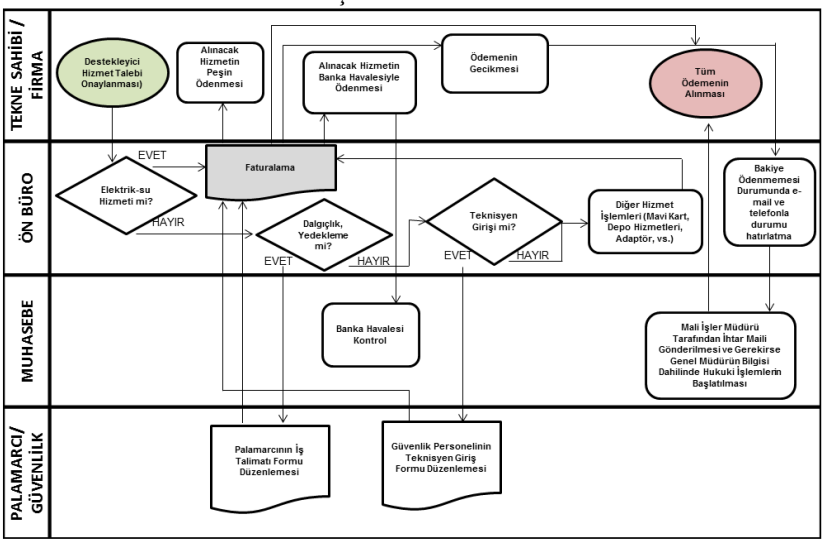
X marina tarafından yürütülen *"faturalandırma ve tahsilât işlemleri süreci"* temel marina hizmetleri ve destekleyici/kolaylaştırıcı hizmetler ile ilgili gerçekleştirilen fatura kesme, bu fatura miktarlarını tahsil etme ile ilgili işlemleri ve her günün sonunda gerçekleştirilen kasa teslim işlemlerini kapsamaktadır. Şekil 8 ile X marinada sunulan temel hizmetlere (denizde bağlama, çekme/atma, kara park) ilişkin faturalandırma ve tahsilat işlemleri süreç haritası sunulmaktadır.

Şekil 27 ile X marinada sunulan destekleyici/kolaylaştırıcı hizmetlere (elektrik-su, dalgıçlık, usta giriş, yedekleme, yer değiştirme, depo kiralama, vb.) ilişkin faturalandırma ve tahsilat işlemleri süreç haritası sunulmaktadır.

Şekil 8: Temel Hizmetler Faturalandırma Ve Tahsilât İşlemleri Süreci

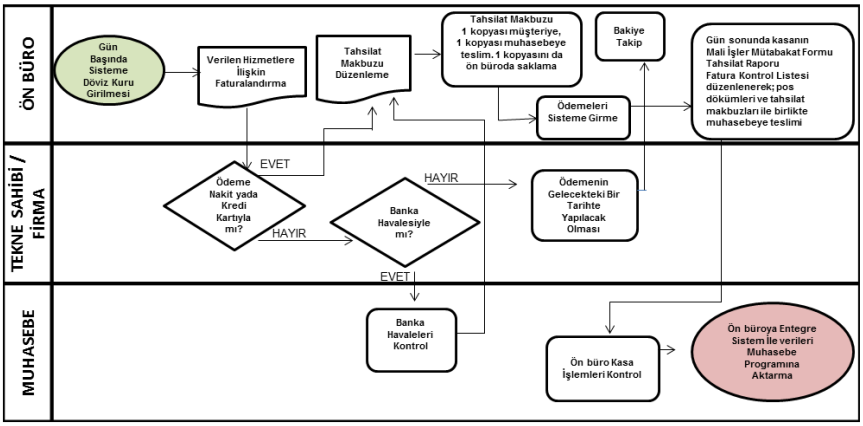


Şekil 9: Destekleyici/Kolaylaştırıcı Hizmetler Faturalandırma Ve Tahsilât İşlemleri Süreci



Gün içinde ön büro tarafından yapılan kasa işlemleri, gün sonunda muhasebe departmanına iletilmektedir. Şekil 10'da gün içinde kasa ile ilgili yapılan işlemler ve gün sonu işlemleri süreci haritalandırılmıştır.

Şekil 10: Gün İçi Ve Gün Sonu İşlemleri Süreci



Bu süreçler ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

- İşletmede kullanılan yazılım programının faturalandırma ve tahsilât işlemleri süreçlerine büyük katkısı olmakta, süreçlerde yer alan işlemler hızlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir.
- Ön büroda kullanılan yazılım programı ile muhasebe programı entegredir. Bu sayede muhasebe departmanı üzerindeki iş yükü hafiflemekte, departmanlar arası yapılan bilgi alışverişi sebebiyle oluşan zaman kayıpları önlenmekte, çalıştırılan personel sayısı minimumda tutulmaktadır.
- Marinada elektrik-su hizmeti kartlı sistem ile sağlanmaktadır. Bu sayede ücret peşin olarak tahsil edilmekte, tüm kontratlı teknelerin ay sonunda sayaçlarının okunması işlemi söz konusu olmamaktadır.
- Dalgıçlık, yedekleme gibi hizmetler verilmeden önce, hizmeti talep eden kişiye imzalatılan "iş talimatı formu" uygulaması, tekne sahiplerinin bu hizmetleri aldıktan sonraki dönemde ödemeye itiraz etmesi gibi problemler yaşanmasını önlemektedir.
- Yıllık bağlama bedelleri "mail order" (kredi kartıyla ödeme talimatı) yoluyla taksitlendirilen teknelerin takibi manuel olarak excel dosyası ve outlook hatırlatıcı sistemi üzerinden manuel şekilde yapılmaktadır. Bu iş takibinin mevcut yazılım sisteminde yapılır hale getirilmesi uygun görülmektedir.

4.7. Vardiya Kontrol İşlemleri Süreci

X marina bünyesinde faaliyet gösteren departmanlara bakılacak olursa taşeron firmaya verilen güvenlik ve temizlik departmanları haricinde ön büro ekibi, palamarcı ekip ve teknik ekip vardiyalı sistemle çalışmaktadır. Bu üç ekipten, palamarcı ekibin vardiya kontrol sistemi

mevcut deniz sahasına hâkim olabilmek için biraz daha sistemli iken, ön büroda yapılacak işlerin unutulmaması amacına yönelik daha çok hatırlatıcı amaçlı kontrol listesi sistemi mevcuttur. Teknik departmanda ise herhangi bir vardiya kontrol listesi takibi mevcut değildir.

Palamarcı ekip, çok yoğun dönemler haricinde üç vardiya çalışmaktadır. Bu vardiyaların ikisi gündüz biri de gece vardiyasıdır. Her vardiya için X marina yönetimi kontrol listesi hazırlamıştır. Bir sonraki gün bu liste, Liman-Saha Hizmetleri Müdürü tarafından kontrol edilmektedir. Palamarcıların gündüz ve gece vardiyası kontrol listelerinde yer alan maddeler Tablo 3 ile sunulmaktadır. Ön büro departmanında hatırlatıcı amaçla kullanılan ön büro vardiya kontrol listesinde yer alan işlemler ise Tablo 4 ile sunulmaktadır.

Tablo 3: Palamarcı Vardiya Kontrol Listesi

Gündüz Vardiyası	Gece Vardiyası
- Botların yağ ve yakıt kontrolü - Botların temizliği ve genel kontrolü - Servis kutularının genel kontrolü - Teknelerin bağlama halatları ve usturmaça kontrolü - Tonoz, kıç, koltuk halatları kontrolü - Pontonların ve marina sahasının genel kontrolü (çöp, eşya, vs. olmaması) - Yüzer çöplerin toplanması - Dolu ve boş bağlama yerleri kontrolü	- Botların temizliği ve genel kontrolü - Palamarcı odasının temizliği - Saha planının yapılması - Servis kutularının genel kontrolü - Marina sahasının genel kontrolü (çöp, eşya, vb. olmaması) - Dolu ve boş bağlama yerleri kontrolü

Tablo 4: Ön Büro Vardiya Kontrol Listesi

Ön Büro Açılış İşlemleri	Ön Büro Kapanış İşlemleri
- Geceden güvenliğe aktarılan telefonu geri alma - Ekran hava raporlarını güncelleme - Günlük kur girişi - Geceden gelen saha planı ve jurnali sistemden güncelleme - Geceden günlük tekne ödemesi alındıysa sisteme girme - Ayaklı broşürlükte stok kontrolü - Bir önceki güne ait kasanın muhasebeye teslimi	- Güncel durdurma listesini, saha planını ve varsa önemli notları palamarcılara iletme - Günün kasasını toparlama (pos cihazlarından gün sonu mutabakatı alma; mali işler mutabakat formu, fatura kontrol listesi, tahsilât raporu düzenleme; poslar ve tahsilât makbuzları ile birlikte hazır etme) - Telefonu güvenliğe aktarma

Bu süreçler ile ilgili değerlendirmeler aşağıdaki gibidir;

- Güvenlik ve temizlik hizmetlerine ilişkin vardiya kontrollerinin taşeron firmalar tarafından sağlanması sayesinde daha fazla ana faaliyetlere odaklanma sağlanmaktadır.

- Palamarcı ekip tarafından yürütülen sistemli vardiya kontrol işlemleri sayesinde bu ekip, liman saha alanına hakim olabilmekte, vardiya devir teslimini eksiksiz şekilde gerçekleştirebilmektedir.
- Her bir departman kendi içinde birtakım vardiya kontrol işlemleri yürütmektedir ve sadece gerekli durumlarda diğer departmanlar ile doküman alışverişine girilmektedir. Bu durum departmanlar arası bilgi akışının tam anlamıyla sağlanamamasına sebep olabilmektedir. Tüm departmanı dolaşan vardiya kontrol listesi sisteminin oluşturulması ile, bu tür durumların önüne geçileceği düşünülmektedir.
- Marina işletmesinde güvenlik departmanı tarafından elektronik kart okutmalı vardiya kontrol sistemi mevcuttur. Aynı uygulamanın yakın zamanda palamarcı ekibe de getirilmesi planlanmaktadır.

5. SONUÇ

Giderek küreselleşen ve rekabetin her alanda çok yoğun olduğu günümüzde marina işletmelerinin varlıklarını devam ettirebilmeleri, karlılıklarını sürdürebilmeleri ve kendilerini geliştirebilmeleri gerekmektedir. Bunu başarmanın temel koşulu işletmenin tüm süreçlerinden farkında olması ve süreçleri iyi yönetebilmesidir. Ancak, kalite güvence sistemlerinin uygulandığı marinalar da dâhil pek çok marina işletmesi süreç odaklı düşünmeyi ve süreç yönetimi anlayışını henüz benimseyememiştir. Mevcut yazın incelendiğinde yönetimsel açıdan marinalar hakkında yapılan çalışmaların çok sınırlı olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada, marina işletmelerinde sunulan ve marinanın temel faaliyetlerini oluşturan hizmetlerin üretilmesiyle doğrudan ilgili ana süreç olan "Deniz Operasyon İşlemleri Süreci"nin bir marina işletmesindeki detayları incelenerek değerlendirilmiştir.

X marina işletmesinde her ne kadar süreç yönetimi uygulaması mevcut değilse de, işletmede istihdam edilen sektörde tecrübeli yöneticilerin yönlendirmesi doğrultusunda işletmede kullanılan, başta yazılım sistemleri olmak üzere birbiriyle entegre şekilde çalışan tüm teknolojik ekipmanlar marina operasyon işlemlerinin etkin şekilde yürütülmesini sağlamaktadır. Ancak yazılım programı üzerinden birtakım güncellemeler yapılarak ve teknolojik ekipman kullanmaya yatkın nitelikli personel istihdam ederek süreçlerin çok daha etkin ve verimli hale getirilebileceği gözlemlenmiştir.

Yapılan bu çalışmada, marinada mevcut her bir ana süreç ile ilgili çok fazla detay olduğundan ve bu detayların tespiti için geniş zaman dilimi gerektiğinden, sadece tek bir ana süreç üzerine odaklanılmıştır. Gelecek çalışmalarda, bir marina işletmesindeki tüm ana süreçler incelenebilir ya da farklı marinaların (yurt içi ve yurt dışı marinaları

dahil) süreçlerinin incelenerek karşılaştırıldığı bir çalışma gerçekleştirilebilir. Ayrıca TKY belgesine sahip marina işletmelerinde süreç odaklı yönetim anlayışının ne kadar benimsendiğinin tespit edilmesine yönelik bir araştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Atlay Işık, D. (2010). *Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye için Farklılaştırma Stratejileri.* Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Atlay Işık, D.ve Cerit, G. A. (2008). Yacht Tourism Education: A Study on Cirriculums. International Maritime Lecturers Association (IMLA) *16 th Conference on MET Kongre Kitabı*. Düzenleyen: Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik İşletmeciliği ve Yönetimi Y.O.. İzmir. 14-17 Ekim 2008.

Balcı, S. (2011). *Marinalarda Teknik ve Operasyonel Yönetim: Bilişim Sistemlerinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Uygulama.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bezirgan, A. E.(2009*). Marina Yatırımlarına Sektörel Yaklaşım: Ege'de ve Ülkemizdeki Son Durum*. İzmir: 1. Uluslararası İzmir Ulaşım Sempozyumu Bildirileri.

Blokdijk, G. (2008). *Business Process Management BPM 100 Success Secrets, 100 Most Asked Questions on BPM Implementation, Process, Software, Tools and Solutions.* Brisbane, Australia: Emereo Pty Ltd.

Bozkurt, R. (2003). Süreç İyileştirme. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.

DeToro, I. Ve McCabe, T. (1997). *How to stay flexible and elude fads. Quality Progress,* 30(3): 55-60.

Erten, S. (2010). *Lojistik Süreç Yönetimi Bir Kamu Kurumu Analizi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Eynullayev, C. (2004). *Süreç Haritalama Teknikleri Kullanılarak Süreç Yönetimi Gerçekleştirme Üzerine Bir Çalışma.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Eyüboğlu, F. (2010). *Süreç Yönetimi ve Süreç İyileştirme.* İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Gedik, M. (2008). Türkiye'de Yatçılık ve Marina Sektöründe Durum. *Deniz Haber*.
http://www.denizhaber.com/index.php?sayfa=yazar&id=25&yazi_id=100305, (11.05.2015)
Grönroos, C. (1999). Relationship marketing: Challenges for the organization. Journal of Business Research, 46(3), 327-335.
Harrington, H. J.(1995). Continous Versus Breaktrough Improvement: Finding The Right Answer. *Business Process Reengineering & Management Journal*. Vol.1, No 3, MCB Universty Press, California.
Jeston, J., Nelis, J. (2014). Business Process Management: Practical Guidelines to Successful Implementations. Oxford, UK: Elsevier Ltd.
Harrington, H. J.(1991). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness.* New York, USA: McGraw-Hill.
ICOMIA (2005). *Sources of Marina Information.* ICOMIA Library. UK: ICOMIA Publications.
İslamoğlu, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri.* İstanbul: Beta Yayıncılık.
Karapınar, S. (2006). *İş Akışı Analizi Yoluyla Bir Hastane İşletmesinde Süreç İyileştirme Çalışması.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi.
Klein ve Zviely (2001). *The environmental impact of marina development on adjacent beches: a case study of the Herzliya Marina, Israel*. Applied Geography 21(2001): 145-156.
Özdemir, A. (2010). *Yönetim Biliminde Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
Rivero, N., Dafforn K., Coleman, M., Johnston, E. (2013). *Environmental and ecological changes associated with a marina.* Biofouling: The Journal of Bioadhesion and Biofilm Research. 29(7): 803-815.
Sarı, F. (2014). *Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçıların Hizmet Kalitesi Algılamaları İle Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih Ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analitik İncelemesi.* Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
Sevinç F. (2014*). Yat Limanı İşletmeleri Yönetiminde Rekabet Stratejileri ve Türkiye'deki Uygulamalar.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
Ural, A., Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Stewart, C.J. ve Cash, W.B. (1985). *Interviewing: Principles and Practices*. 4. Baskı. Dubuque, IO: Wm. C. Brown Pub.

Webb ve Keough (2000): *Effects of Two Marinas on the Composition of Fouling Assemblages*. Australia: University of Melbourne Department of Zoology. Vol 16(2-4): 345-360.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0021

MARİNA İŞLETMELERİ VE KULLANICILARIN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVREYE ETKİSİ: İZMİR İÇİN KALİTATİF BİR ÇALIŞMA

[1]Gökçe TUĞDEMİR, [2]Hatice SOĞUKPINAR, [3]Melih ÖZBOLAT, [4]A. Güldem CERİT

ÖZET

Sürdürülebilir çevre kavramı deniz turizmi alanında önde gelen bir araştırma konusudur. Küresel ısınma, kaynakların azalması, çevre kirliliği, sosyal etkiler ve birçok benzer etki nedeniyle işletmeler sürdürülebilir önlemler alma gereksinimi duymaktadır. Marinalar da bu konuda birçok ulusal ve uluslararası mevzuata uymak durumundadır. Ulusal ve uluslararası örgütler tarafından belirli belgeler ile tesis ve işletmelerde bazı standardizasyonlar belirlenmiş olup ayrıca; altın çıpa, mavi bayrak, mavi yıldız uygulamaları ile marinalar derecelendirilmiştir. Keşifsel nitelikteki bu çalışmanın amacı İzmir bölgesindeki marinalarda sürdürülebilir çevre değişkenlerini belirlemek ve bu değişkenleri marina işletmeleri ve kullanıcıları temelinde incelemektir. Çalışmada kalitatif yöntemlerle İzmir bölgesindeki marina yöneticilerinin çevresel sürdürülebilirliğe yaklaşımları saptanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Çevre, marina işletmeleri ve kullanıcıları, sürdürülebilirlik

[1] Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, gokce.tugdemir@deu.edu.tr
[2] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, Izmir;h_sogukpinar@hotmail.com;
[3] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, Izmir; kptn_melihozbolat@hotmail.com
[4] Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Izmir; gcerit@deu.edu.tr

1. GİRİŞ: SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE KAVRAMI

1960'ların ortalarında doğal çevrede fark edilen olumsuz değişmeler bazı duyarlı bireyler ve gruplarca belirlenmiş ve ekonomik, teknolojik gelişmeleri planlayan ve gerçekleşmesi için çaba gösteren hükümetlere uyarılar halinde iletilmeye başlanmıştır (Club of Rome, 2011). Bu dönemde doğal ve insan yapısı çevreye zarar vermeyen teknoloji, ekonomik büyüme hızı arayışları, baskı gruplarının eylemleri ile kamuoyuna yayılmıştır. Aynı yayılma turizmde de gerçekleşmiş ve var olan "Saldırgan Turizm" çeşidinin yerine geçebilecek "Alternatif Turizm" arayışları başlamıştır (Çakılcıoğlu,1996:27).

Sürdürülebilirlik kavramı, çevre korumacı politikaların ulusal ve uluslararası düzeyde önem kazandığı 1970'li yıllardan itibaren küresel boyutlarda düşünülmesi gereken bir olgu haline gelmiştir (Can, 2008: 23). Kavramın ilk kez ortaya atılışı, Club of Rome tarafından yayımlanan "Büyümenin Sınırları 2 " adlı raporla gerçekleşmiştir. Bu raporda, 21. Yüzyılda insanoğlunu bekleyen tehlikeler üzerinde durulmuştur (Club of Rome, 2011).

Brundtland Komisyonu raporu ilk kez sürdürülebilirlik üzerine bir tanım önermiştir. Tanım; "Bugünün gereksinim ve beklentilerini, gelecek nesillerin kendi gereksinim ve beklentilerini karşılayabilme olanaklarından ödün vermeksizin karşılayabilmek" olarak belirtilmiştir. Bu tanım bugün de yaygın olarak kullanılmaktadır (WCED, 1987). Sürdürülebilirlik, 'herhangi bir sistemin işleyişini bozmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ya da ana kaynaklarına aşırı yüklenmeden sürdürebilmesi' olarak tanımlanmaktadır (Karaman,1996:102).

Sürdürülebilirlik kavramı üç ana başlık altında incelenmektedir. Bunlar sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliktir (UN, 2005:12).Çevresel olarak sürdürülebilir bir sistem, kaynak temelini sabit tutmalı, yenilenebilir kaynak sistemlerinin ya da çevresel yatırım fonksiyonlarının istismarından kaçınmalı ve yenilenemeyen kaynaklardan yalnızca yatırımlarla yerine yeterince konulmuş olanları tüketmelidir. Bu süreç, ekonomik kaynak olarak sınıflandırılmayan, biyolojik çeşitliliğin, atmosferik dengenin ve diğer ekosistem işlevlerinin korunmasını da içermelidir (Harris, 2000: 5).

Despotakis'e (1987) göre sürdürülebilir kalkınma; bugünkü nesiller ile gelecek nesillerin imkânlarını tehlikeye atmaksızın kendi ihtiyaçlarını karşılamasını mümkün kılan bir kalkınma modelidir. Ruckelshaus (1989)'a göre ise ekolojinin en geniş sınırları içinde ekonomik büyümenin ve kalkınmanın karşılıklı etkileşim ile sağlanacağı ve zaman içinde korunacağı doktrindir. Sürdürülebilir kalkınma, yaşam kalitesinin, sağlığın ve beslenme düzeyinin iyileştirilmesini, kaynaklara

ve hizmetlere / sunulan imkânlara ulaşımda, kişi basına düsen gelirde ve algılanan insan çevresi kalitesinde eşitlik ilkesini beraberinde getirir (Barton, 1993). Keleş (1998)'e göre ise sürdürülebilirlik, çevre değerlerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurularak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın, ekonomik gelişmenin sağlanmasını amaçlayan çevreci dünya görüşüdür.

Sürdürülebilir kalkınma, genel bir ifade ile bugünün gereksinimlerini gelecek kuşakları kendi gereksinmelerini karşılama yetisinden mahrum bırakmamak koşuluyla karşılamak olarak tanımlanmaktadır (Bourdeau, 1999). Sürdürülebilirlik kavramı genel anlamıyla belirsiz bir süre boyunca bir durum veya sürecin sürdürülebilme kapasitesini ifade eder (WordNet, 2015).

İklim değişikliği ve karbon dioksit (CO2) salımlarının kontrol altına alınması günümüzde en çok önem kazanan başlıklar arasında değerlendirilmektedir (EPA, 2008: 1-8). IMO (Uluslararası Denizcilik Örgütü - International Maritime Organization) hava kirliliği ile ilgili yeni kurallarını uygulamaya 1 Ocak 2015 tarihinde tüm ECA (Salım Kontrol - Emission Control Areas) bölgesinde ve dünyanın geri kalan bölgelerinde ise 2020 tarihinde uygulamaya karar vermiştir. Deniz ticareti sektörünün önünde duran en ciddi zorluk ise egzozlardan çıkan özellikle CO2 salımının yarattığı hava kirliliğinin azaltılmasıdır. Denizcilik sektörünün yönetiminde yer alan Birleşmiş Milletlere bağlı IMO'nun temel vizyonunu, temiz denizlerde emniyetli, güvenli ve verimli denizcilik söylemi oluşturmaktadır. IMO'da deniz kazalarının önlenmesi ve çevre kirliliğinin en az seviyeye indirilmesi adına üye ülkelerin katıldığı platformlarda, uluslararası sözleşmeler kabul edilmekte ve tavsiye kararları alınmaktadır. Bu kararların uygulanması liman ekonomisinin geleceğini de şekillendirmektedir (Erkmen ve Özkaynak, 2015).

Günümüzde tüm disiplinlerde en çok kullanılan kavramlardan biri sürdürülebilirliktir. Tarımda, turizmde, mimaride, işletmelerde ve ekonomide sıkça kullanılan sürdürülebilirlik kavramı, toplumun sosyal, kültürel, bilimsel, doğal ve insan kaynaklarının tümünün ihtiyatlı kullanımını sağlayan ve buna saygı duyma temelinde sosyal bir bakış yaratan katılımcı bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Gladwin vd., 1995:877). Tanımı itibariyle hem aktif hem de pro-aktif bir yapıya sahip olan sürdürülebilirlik kavramı, bir toplumun, ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan ya da sistemin hayati bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak da tanımlanmaktadır (Karaman, 1996:102). Eko-turizm kavramı ise sürdürülebilirlik tartışmaları ile gündeme gelip popüler olmuştur. Eko-turizm kavramı daha çok doğayla birlikte, doğaya dayalı rekreatif etkinliklerin gerçekleştiği, kısmen de kitle turizminin

geleneksel şekillerine karşı bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Orams, 1995: 3-8). Orams'a göre, eko-turizm, korumadaki etkinliğine bağlı olarak aktif (daha korumacı) ve pasif olarak sınıflandırılmaktadır. Aktif eko-turizm, gidilen çevreyi geliştirmeye yönelik olarak, sürdürülebilir formda olanıdır. Pasif eko-turizm ise fiziki ve kültürel çevreye olumsuz etki yapmayan turizm aktivitelerinin sadece gerekliliği üzerinde durur. Sürdürülebilir çevre, deniz turizminin geleceği açısından oldukça önemli bir kavramdır. Bu kapsamda deniz turizminin önemli bir parçası olan marinalar açısından da çevresel sürdürülebilirlik büyük önem arz etmektedir.

2. MARİNALARDA ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Marinalar ya da yat limanları birçok yata ev sahipliği yapar ve yatların konaklama, bakım, onarım, boyama, atık su tahliyesi gibi ihtiyaçlarını karşılar. Bu hizmetleri sağlarken çevreye de bazı zararları olur. Bu zararları en aza indirmek için yat limanı otoritelerinin sürdürülebilir stratejiler izlemesi gerekmektedir. Bugünkü en hassasiyetle yönetilmesi gereken alan elbette enerji verimliliği ve sıfır karbon verimliğinin sağlanmasıdır. Marinanın sıvı, katı, gaz atık yönetimi de diğer geliştirilmeye en açık olan alandır. Tekne tamiratı ve boyaması, motor bakımı, akaryakıt dolumu gibi çeşitli rutin aktiviteler çevre kirliliğine yol açar. Bu aktiviteler esnasındaki kimyasal atıklar, boyalar, petrol, yağ ve çeşitli zehirli atıklar insana ve deniz canlılarına zarar vermektedir (Heron ve Juju, 2012).

Literatür taraması sonucunda marinalarda sürdürülebilirlik konusunda yapılan çalışmalar Tablo 1'de özetlenmiştir. Marina yönetiminde sürdürülebilirlik bakımından incelenen konular aşağıdaki başlıklarda değerlendirilebilir: Enerji yönetimi, atık yönetimi, iş güvenliği, su, hava, toprak ve ses kirliliği yönetimi, petrol kirliliği ve bakım-onarımdan kaynaklanan kirliliğin önlenmesi, gemi temizliği ve kamu eğitimi (Erkmen ve Özkaynak, 2015; Koç, 2012; Dragovic ve Tselentis, 2014; Dragovic vd. 2014a, Dragovic vd. 2014b ve Dragovic vd. 2014c; Tselentis vd. 2015a; Tselentis vd. 2015b; Görken, 2005; NSW, 2007; EPA, 2003; Fedai ve Madran, 2015; Gordon ve Matuk, 2004; Atlay Işık, 2011 ve Atlay Işık ve Cerit, 2009).

Tablo 1: Marina Yönetiminde Sürdürülebilirlik Bakımından İncelenen Konular

Yazar / Tarih	**Makale Başlığı**	**Marinalarda Sürdürülebilirlik Değişkenleri**
Erkmen ve Özkaynak, 2015	Liman İşletmeciliğinde Sürdürülebilir Liman Ekonomisi Stratejisi	*Çevresel Yönetim Etkisi *Salım ve Artık Yönetimi *Enerji Kaynakları *Doğal Hayat *Liman ve Kent Entegrasyonu
Koç, 2012	Marinalarda Çevre Yönetimi	*Hava Etkileri *Su Etkileri *Toprak Etkileri *Canlılar Üzerine Etkileri *Endüstriyel Atıklar *Gemi İşlemleri *Atık Yönetimi
Dragovic ve Tselentis, 2014; 2014a, 2014b ve 2014c; Tselentis ve diğerleri, 2015; 2015a tarafından derlenmiştir.	Integrative Model of Sustainable Development for Marinas and Nautical Ports	*Atık Yönetimi *Su Yönetimi *Enerji Tüketimi *Sağlık ve Güvenlik Sorunu *Çevresel Yönetim *Çevresel Eğimi
Görken, 2005	Marinalarda Uygulanan Çevresel Yönetim Önlemleri	*Doğal ortamın değerlendirilmesi * su sirkülasyonu ve su kalitesi *Kıyı şeridi ve akarsu ağzı *Fırtına veya sağanak yağış sularının kontrolü için gerekli önlemler *Bakım-onarım etkinliklerinden *Petrol kontrolü *Katı atık yönetimi önlemleri *Pissu kontrolü *Gemi Temizliği *Kamu Eğitimi
Department of Environment and Climate Change NSW, 2007	Environmental Action for Marinas, Boatsheds and Slipways	*Su, Hava ve Toprak Kirliliği *Zararlı Maddeler ve Atıklar *Ofansif Gürültü *Atık Yönetimi
U.S. Environmental Protection Agency, 2003	A Handbook for Marina Operators and Recreational Boaters	*Marina temizleme *Su Kalite Değerlendirmesi *Habitat Değerlendirmesi *Kıyı Şeridi Stabilitesi *Yağmur Suyu *Yakıt İstasyonu Dizaynı *Petrol Kontrolü *Sıvı Materyal Yönetimi *Katı Atık Yönetimi *Balık Artığı Yönetimi

		*Atıksu Tesisleri *Yat temizleme ve işletimi *Kamu Eğitimi
Fedai ve Madran, 2015	Sürdürülebilir Liman Yönetimi ve Antalya'da İki Yat Limanında Vaka İncelemesi	*Enerji Yönetimi *Atık Yönetimi ve Katı Atıklar *Sosyal Çevre *İş Güvenliği *Gemi Gövdesi Bakımı *Motor Bakımı, Sintine Suyu Ve Akaryakıt Dolumu *Yat Lağım SuyuAlımı
Gordon ve Matuk, 2004	California Clean Marina Toolkit: A Resource for Environmentally Sound Marina Management and Operation	*Tekne Bakım-Onarımı *Atık *Yağ ve Yakıt *Zararlı Atık *Çöp ve Moloz *Atık su *Balık Atığı *Yat Operasyonu *Yağmur Suyu ve Kirletilmiş Akarsu
Atlay Işık, D., 2011	Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye için Farklılaşma Stratejileri	*Çevre Dostu Yaklaşım *Sürdürülebilir Çevre Yönetimi *Çalışanları Çevreye Duyarlılıkları için Eğitme *Etik *Ahlaki Kurallar *Başarılı Dış İlişkiler *Müşterileri Çevre Duyarlılıkları için Eğitme *Talep ve Kaynak Yönetimi *Toplum Refahı *Politikalar ve Yasal İlkeler
Atlay Işık, D. ve Cerit A.G. (2009)	Green Marketing Strategies in Yacht Tourism: An Evaluation of Turkish Marinas	*Petrol Yönetimi (Petrol Depolama, Petrol Kirliliği, Petrol Acil Durum Planı) *Atık Su (Toplama, Tahliye Planı) *Atık (Depolama, Toplama, Zararlı Atıklar, Geri Dönüşüm ve Bertaraf) *Enerji Tüketimi *Su Tüketimi

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

- **Enerji yönetimi:** Marinaların sürdürülebilir biçimde yönetilmesinde enerji yönetim planının önemi büyüktür. Enerji maliyetlerinin düşürülmesi ve emisyonun azaltılması için marinalar enerji yönetim planı uygulamaktadırlar. İyi bir yönetim

enerji planıyla daha az maliyet ve çevre zararı ile aynı enerji kullanımı sağlanabilir (Fedai ve Madran, 2015).

- **Atık yönetimi:** Atık yönetimi sürdürülebilirlik için çok önemlidir. Deniz kirliliğinin önemli bir kısmı tekne ve marinalardaki atıklardan kaynaklanmaktadır. Atıklar katı, sıvı ve gaz olarak ayrı analiz edilmeli ve yönetimi sağlanmalıdır (Fedai ve Madran, 2015). Marinalarda çevreye atılan katı atıkların önemli zararları olmasa da estetik olarak kötü gözükmekte ve bu atıkların toplanması ve imhasında sürdürülebilirliği arttırıcı önlemler alınmalıdır. Teknelerin ve diğer işletmelerin sebep olduğu atıkların oluşumu önlemek, atık azalımı, atıkların ayrı toplanması, tekrar kullanılabilmesi, geri kazanımı ve bertaraftı konularında önlemler alınmalıdır (Görken, 2005). Atıkların yasal sorumluluklar ve sosyal sorumluluklar kapsamında yönetiminin sağlanması marinaların en büyük görevidir.
- **İş güvenliği:** Yat limanlarında oluşan iş kazalarının önlenmesi de bir diğer sürdürülebilirlik gereksinimidir. İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi (OHSAS – Occupational Health and Safety Assessment Series) yat limanlarındaki iş güvenliği ve sağlık konularına bazı kıstaslar getirmiştir. OHSAS 18001 ile yat limanı işletmelerine iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi uygulama şartı getirilmiştir. Böylece iş kazaları riski azaltılacaktır (OHSAS 18001, 2015).
- **Su, hava, toprak ve ses kirliliği yönetimi:** Suda bulunan çöp, tortu, yağ, yakıt, makine yağı, yıkama suyu, deterjan, moloz, boya vb. her türlü malzeme su kirliliğine sebep olmaktadır. (NSW, 2015). Yat fosseptikleri genellikle denizlere doğrudan boşaltıldığı için, evsel atık sular gibi suları kirletirler. Marinalarda bu durum kontrol altına alınamadığı takdirde çok ciddi sorunlara yol açabilir (Mavi Bayrak Türkiye, 2015). Toprağın kirlenmesine neden olan süreçler ve kaynaklar birbirinden farklı iki grupta toplanabilir. Bunlardan birincisi, toprak dışındaki ekosistemlerde meydana gelen çevre kirlenmesinden kaynaklanan kirleticilerdir. Diğeri ise, insanlar tarafından toprağın içine ve üstüne getirilen zararlı maddelerdir. Marinalardaki işletmeler ve ziyaretçiler de çevre kirlenmesine sebep olan kirleticilerdir (T.C. MEB, 2011). Hava kirliliği; havada katı, sıvı ve gaz şeklindeki yabancı maddelerin insan sağlığına, canlı hayatına ve çevre dengesine zarar verebilecek miktar, yoğunluk ve sürede atmosferde bulunmasıdır. İnsanların çeşitli faaliyetleri sonucu meydana gelen üretim ve tüketim aktiviteleri sırasında ortaya çıkan atıklarla hava tabakası kirletilerek, yeryüzündeki canlı hayatı olumsuz yönde

etkilenmektedir (T.C. Sakarya Üniversitesi, 2011). Ses kirliliği; insanların işitme sağlığını ve algılama gücünü olumsuz yönde etkileyen, kişinin psikolojik ve fiziksel dengesini bozabilen, iş verimini düşüren, çevrenin doğallığını bozan bir çevre sorunudur (Bilkent Üniversitesi, 2015).

- **Petrol kirliliği:** Denize dökülen petrol hidrokarbonları, yüzeyde yüzebilmekte, havaya karışmakta, su sütununda askıda kaldığı gibi deniz tabanına çökerek canlılar üzerine büyük etkiler yapmaktadır. Yatlardan dökülen benzin ise yanıcı özelliğinden dolayı güvenlik problemleri oluşturacağı dikkate alınmalıdır (Görken, 2005).
- **Bakım-onarımdan kaynaklanan kirlilik:** Marinalardaki bakım-onarım etkinlikleri, teknelerin boyaların ve tekne sualtına yapışmış fouling organizmaların sıyrılması, raspa, kumlama, boyama, makine bakım-onarımı, mekanik işlemler olmak üzere çevresel etki yaratma potansiyeline sahip etkinliklerdir. Bu etkinlikler sonucunda oluşan atıklar hammadde kapları, organik boya tortuları, tiner, çözücüler, metal kırıntıları, ağır metaller, yağ içeren sintine suları vb. gibi gruplanabilir (Küçükgül, 1998). Bu etkinliklerin etkilerinin en aza indirilmesi için en kolay yol bakım-onarım alanlarının ayrılması, kapalı mekânların yaratılmasıdır (Görken, 2005).
- **Gemi Temizliği:** Tekne bünyesine yapışarak tekne pürüzlülüğünü arttıran ve gemi hızının düşüşüne neden olan fouling organizmaların temizlenme ve tekne temizliği için yıkama işlemlerinin suda yapılası bu esnada kullanılacak malzemelerin suya karışacağından azaltılması gerekmektedir. Bu işlemlerde kullanılacak malzemenin doğaya uygun etki etmeyecek malzemeler olmasına dikkat edilmelidir (Görken, 2005).
- **Kamu Eğitimi:** Öncelikle tüm marina çalışanlarına marinalardaki etkinlikler sonucu ortaya çıkacak kirletici malzemelerin sucul ortama etkileri, kirlilik önleme ve atık azaltma yöntemleri, atıkların uygun bertaraf edilmesine ilişkin yöntemler, acil eylem planları hakkında eğitim ve uygulama programları düzenlemek gerekmektedir. Ayrıca marina kullanıcıları olan yatçılar ve gemi adamları için de programlar oluşturulmalı, çevresel mesajlar içeren bültenler, marina içinde bu amaca yönelik panolar hazırlanmalı, geri kazanım ve atık azatlımı konularında teşvik edilmelidir (Görken, 2005).

3. MARİNALARDA ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE İLGİLİ ULUSAL VE ULUSLARARASI MEVZUAT VE UYGULAMALAR

Marinalarda çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili hem ulusal hem de uluslararası mevzuat ve düzenlemeler mevcuttur. Ayrıca çevre ile ilgili uluslararası standartlar bulunmaktadır. Marinalardaki çevresel sürdürülebilirlik uygulamaları ve ödülleri ile ilgili ulusal ve uluslararası mevzuat Tablo 2 de verilmiştir.

Tablo 2: Ulusal ve Uluslararası Mevzuat ve Uygulamalar

Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO)	MARPOL 73/78, FUND 1992, CLC 92 ve OPRC 1990
Uluslararası Çalışma Örgütü (ISO)	ISO 9000-Kalite Yönetim Sistemi ISO 9001-Kalite Yönetim Sistemi ISO14001-Çevre Yönetim Sistemi ISO 14005-Çevre Yönetim Sistemi
Çevresel Sürdürülebilirlik ile ilgili Ulusal Mevzuat	2872 Sayılı Çevre Kanunu 27298 sayılı Deniz Turizmi Yönetmeliği 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu
Çevresel Sürdürülebilirlik Uygulamaları	Altın Çıpa Mavi Bayrak Mavi Yıldız Mavi Kart

Kaynak: IMO, ISO, Mevzuat Bilgi Sistemi, Gold Anchor, Blue Star, Mavi Bayrak Türkiye ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın güncel mevzuat ve düzenlemeleri kullanılarak yazarlar tarafından derlenmiştir.

Uluslararası Denizcilik Örgütü'nün faaliyet alanları; Uluslararası denizlerde seyir güvenliği yönünden gerekli teknik önlemleri almak ve buna ilişkin uluslararası normların düzenlenmesini teşvik etmek; Deniz işletmeciliğinin verimli olmasını sağlamak üzere, en etkili kuralların kabulünü teşvik etmek; Denizlerin gemiler tarafından kirletilmesinin önlenmesine yönelik olarak, ülkeler arasında işbirliği yapılmasını sağlamak şeklinde özetlenebilir. Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO)'nün çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili düzenlemiş olduğu ve ülkemizdeki marinaların taraf olduğu sözleşmeler şunlardır: MARPOL 73/78, FUND 1992, CLC 92 ve OPRC 1990(Mevzuat Dergisi, 2010).

Denizlerin Gemiler Tarafından Kirletilmesinin Önlenmesine Ait Uluslararası Sözleşme (MARPOL 73/78) işletme veya kaza sebepleri ile gemilerden kaynaklanan deniz kirliliğinin önlenmesi konularını düzenleyen temel uluslararası sözleşmedir.

Ek I – Petrol Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları: 2 Ekim 1983 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Hem kaza hem de işletme sebeplerinden kaynaklanan petrol kirliliğinin önlenmesi için kuralları içerir.

Ek IV- Gemilerden Kaynaklanan Pis Su Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları: Bölüm, pis su (foseptik suyu) kaynaklı kirliliğinin önlenmesi için kurallar içerir. Bu bölüm, ihtiyari bir ek olduğu için 27 Eylül 2003 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Ek V – Gemilerden Kaynaklanan Çöp Kirliliğinin Önlenmesi Kuralları: Bu bölüm, gemilerden kaynaklanan çöp kirliliğinin önlenmesini amaçlar. Bu bölümde çöpler; plastik, yemek artıkları, cam, metal, ambalaj artıkları gibi kategorilere ayrılmıştır. Bu bölüm, ihtiyari bir ek olduğu için 31 Aralık 1988 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Petrol Kirliliği Zararlarından Doğan Sivil Sorumluluklar Hakkında Uluslararası Sözleşme-CLC 92 (24.07.2001)

Petrol Nedeniyle Kirlenmeden Doğan Zararlar için Uluslararası Tazminat Fonu kurulmasına Dair SözleşmeFUND'1992 (18.07.2001)

Petrol Kirliliğine Karşı Hazırlıklı Olma, Müdahale ve işbirliğine Dair Uluslararası Sözleşmesi-OPRC'1990 (18.09.2003)

Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO-International Organization for Standardization) yat limanlarının sürdürülebilirliği için bazı uygulamalarda bulunmuştur. ISO 9000, ISO 9001, ISO 14001, ve ISO 14005 bunlardan en önemlileridir. ISO bu şartlarıyla yat marinalarına Çevresel Yönetim Sistemi uygulama zorunluluğu getirmiştir (Heron, Juju, 2012).

ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi: Bir kalite sistem standardı olup, bir işletme veya kuruluşun müşterilerinin taleplerini en iyi şekilde karşılayabilmesi için kuruluş içinde kurması gereken kalite yönetim sistemini tanımlamakta ve sistemin dokümantasyonu, kontrolü ve sürekliliğinin sağlanması için gerekli olan şartları içermektedir (International Organization for Standardization, 2015).

ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi: Kalite Sistemleri-Tasarım/Geliştirme, Üretim, Tesis ve Hizmette Kalite Güvencesi Modeli: Etkin bir kalite yönetim sistemi için minimum şartları belirtip, ölçek fark etmeksizin her sektör için uygulanabilir (International Organization for Standardization, 2015).

ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi: İşletmelerin çevre yönetim sisteminin gerekliliklerinin karşılanmasına yardımcı olmak amacıyla geliştirilmiştir (Yüksel, 2003).

ISO 14005 Çevre Yönetim Sistemi: Tüm işletmelere rehberlik sağlamakla birlikte daha çok küçük ve orta ölçekli şirketler için geliştirilmiş bir çevre yönetim standardıdır.

2872 sayılı Çevre Kanunu: Marinalar, kendi tesislerinde ve gemi ve diğer deniz araçlarında oluşan petrolü, yağlı katı atıklar ve sintine, kirli balast, slaç, slop gibi sıvı atıklar ile evsel atık su ve katı atıkların alınması, depolanması, taşınması ve bertaraf edilmesi ile ilgili işlemleri ve tesisleri yapmak veya yaptırmakla yükümlüdür (Battal, 2011).

27298 sayılı Deniz Turizmi Yönetmeliği: Yönetmelikçe belirlenen şartlara bakıldığında marinaların atık kabul lisans belgesi olmayan tesislerde, sintine suyu, slaç, atık yağ, çöp ve pis su gibi katı ve sıvı atıkların 2872 sayılı Çevre Kanunu ve ilgili yönetmeliklerine uygun şekilde bertarafı sağlanmalıdır (T.C. Resmi Gazete, 24.07.2009).

5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu: Deniz araçlarının atıklarını toplamak, toplatmak, arıtmak ve bununla ilgili gerekli düzenlemeleri yapmak görevi büyükşehir belediyelerine verilmiştir (Battal, 2011).

Altın Çıpa, marina standartlarını ve marina kullanıcılarının tecrübelerini geliştirmek temeline dayanan küresel bir yeterlilik belgelendirme sistemidir. Sistem temelinde, otellerdeki yıldızlı derecelendirme sistemine benzemektedir ve marinalar için alt yapı ve kalite derecelendirme ve standardizasyon organizasyonudur (The Yacht Harbour Association, 2015). Marinalar şu başlıklar altında derecelendirilmektedir: Marinanın yapısal tasarımı ve durumu, tekne bakım hizmetleri, yakıt ikmal hizmetleri, karasal hizmetler, kumanya hizmetleri, yerli turist eğlence, spor ve rekreasyonel hizmetler, müşteri memnuniyet anketleri, rezervasyon prosedürleri, marina kullanıcıları geri bildirimleri, pazarlama ve tanıtım. Türkiye'de 12 adet 5 altın çıpa ile derecelendirilmiş marina vardır. Bunlar; Ataköy Marina, Teos Marina, D-Marin Didim Marina, Palmarina Bodrum, D-Marin Turgutreis Marina, Milta Bodrum Marina, Martı Marina, Marmaris Yacht Marina, D-Marin Gocek Marina, Ecesaray Marina and Resort, Setur Antalya Marina, Kemer Turkiz Marina'dır (The Yacht Harbour Association, 2015).

Mavi Bayrak: Mavi Bayrak, 44 ülkede faaliyet yürüten Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı'nın (FEE), belli kıstaslara sahip plaj, yat ve marinalara verdiği ödüldür. Türkiye'de de Mavi Bayrak Kampanyasına yönelik çalışmalar, Sağlık Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde 1993 yılında Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) kurulmuştur (Mavi Bayrak Türkiye, 2015).

Marinalar için belirlenen mavi bayrak gerekleri; çevre eğitimi ve bilgilendirme, çevre yönetimi, güvenlik ve hizmetler ve su kalitesi başlıkları altında incelenmektedir. Gerekli şartları sağlayan marinalara mavi bayrak ödülü verilmektedir. Türkiye'de 22 adet marina mavi bayrak almaya hak kazanmıştır (Mavi Bayrak Türkiye, 2015).

Mavi Yıldız: Dünya genelinde kullanılan yıldızlı derecelendirme sistemidir. Boyutlarına ve bölgesine (kıyı veya iç su) bakılmaksızın tüm marinalar için geçerlidir. Marinalar 1 ile 5 yıldız arasında derecelendirilmektedir. Mavi yıldız kriterleri şu başlıklar altında incelenmektedir: Harici Olanaklar, emniyet, sağlık ve hijyen, hizmet kalitesi, yiyecek-içecek ve sosyal imkanlar, yönetim, çevre koruma ve atık bertaraftı ve depolama imkanları. Dünya'da mavi yıldız ile derecelendiren 52 adet marina bulunmaktadır. Türkiye'de 2 adet 5 mavi yıldız almaya hak kazanmış marina vardır. Bunlar; Palmarina, Bodrum ve Teos Marina, Seferihisar'dır (Blue Star Marina Programme, 2015).

Mavi Kart Sistemi: Motorlu deniz taşıtı atıklarının dijital olarak takibi için hazırlanmış bir sistemdir. Mavi Kart Sistemi ile; atık alım gemileri, balıkçı barınakları, yat limanları ve buna benzer kıyı tesisleri tarafından alınan atıkların türü ve miktarı ile gemilerde ne kadar atık oluştuğu, atığın türü ve miktarı gibi bilgiler web ortamında online olarak izlenebilmekte, böylece yat ve diğer teknelerdeki sintine, pis su ve çöplerin denize yasadışı boşaltılmasının önlenmesine çalışılmaktadır (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2013).

Mavi Kart'ın politika seviyesinde düzenlenmesi, işletilmesi ve denetimi Çevre ve Orman Bakanlığı'nın yetkisindedir. Mavi Kartların tedarik noktası, aynı zamanda atık alım noktası da olan marina, liman ve balıkçı barınaklarıdır (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2013).

4. MARİNA İŞLETMELERİ VE KULLANICILARININ ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ETKİSİ

Uluslararası Denizcilik Endüstrisi Dernekleri Konseyi (ICOMIA - International Council of Marine Industry Association) marinaları, temel işlevi rekreatif deniz araçlarının, yatların sahilde ya da deniz içinde ıslak ya da kuru olarak depolamak olan tesisler olarak tanımlamaktadır (Atlay Işık ve Cerit, 2008:587). Marinalar, küçük teknelerin ve yatların barınmaları için inşa edilmiş, yatların bakım ve onarımının yanı sıra, elektrik, su, telefon, lokanta, alışveriş vb. hizmetlerin sağlandığı turizme açık tesislerdir (Arıkan ve Ahipaşaoğlu, 2005: 101)

Marinalar, içerisinde birçok ortak paydaşı barındırmaktadır. Marinalar sadece yat sahiplerinin ya da marina çalışanlarının kullandıkları alanlar olması dışında marina içerisinde var olan işletmelerin ve yat sahibi olmadığı halde marinaları kullanan günübirlik ziyaretçilerin de ortak kullanım alanıdır.

Çevresel sürdürülebilirlik sadece yat limanları bazında incelenmemesi gereken bir konudur. Ortak paydaşların sürdürülebilir marinaya etkisi de araştırılmalıdır. Ancak tüm paydaşların çevresel sürdürülebilirlik konusundaki tutumları göz önüne alındığında tam

anlamıyla sürdürülebilir bir marinadan söz etmek mümkündür. Bu çalışmada marina aktörlerinin de çevresel sürdürülebilirliği incelenecektir.

4.1. Yatçıların çevresel sürdürülebilirliğe etkisi

Yat sahiplerinin marinalarda sebep olduğu potansiyel kirlilikler; yağ ve gaz, ürünlerden kaynaklanan hidrokarbon, atık su, plastik atıklar, plastik halat, kaplama, şişe vb. çöpler, zehirli metaller ve kimyasallar, çözücü maddeler, antifriz, deterjan, çökelti ve besin öğeleridir (EPA, 2003).

Yat sahiplerinin çevresel sürdürülebilirliği sağlaması için alınması gereken önlemler ve olumsuz etkilerinin azaltılmasının gerektiği aktiviteler vardır. Bunlar; deniz içerisinde tekne bakım ve onarımı, yağ ve yakıt, zararlı atık, çöp ve moloz, atık su, balık atığı, yat operasyonu, yağmur suyu ve kirletilmiş akarsudur (Gordon ve Matuk, 2004).

Yatların yönetiminde çevresel sürdürülebilir yaklaşımların birçok faydası vardır. Bunlar; yüksek su kalitesi, temiz ve güvenilir marinalar, sağlıklı balık ve kabuklular, düşük marina bakım maliyetleri ve yüksek karlılık, kıyı alanlarının mülkiyet değeri ve ekonomik gelişmesindeki artış, sürdürülebilir işletme ve çevresel geleceğe yatırımdır (EPA, 2003).

Yat sahipleri için belirlenmiş olan mavi bayrak kıstasları, çevresel sürdürülebilirliği sağlamak açısından büyük önem arz etmektedir. Mavi bayrak kıstaslarına göre; yatların denize ve kıyı alanlarına çöp, zehirli atıklar, bitkisel yağ atmaması ve çevre dostu ürünler kullanması gerekmektedir. Sürdürülebilir bir çevre için kirlilik ve çevreyle ilgili kuralların ihlali söz konusu olduğunda bildirilmeli ve diğer yatçıların da çevreye özen göstermeleri konusunda teşvik edilmeleri gerekmektedir (Mavi Bayrak Türkiye, 2015).

4.2. Marina ve marina içi işletmelerin çevresel sürdürülebilirliğe etkisi

Marinalarda faaliyet gösteren işletmeler marina içi işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Bunlar; marina içerisinde yer alan restoranlar, kafeler, alışveriş merkezleri, tedarikçi dükkânlar vb.dir. Borri ve Boccaletti (1995); çevre yönetimi yaklaşımlarına ilişkin olarak, pasif, aktif ve pro-aktif olmak üzere 3 çevre yönetim yaklaşımından bahsetmişlerdir. Çevre yönetiminde pasif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde çevre bir maliyet unsuru olarak değerlendirilmekte, değişime direnç gösterilirken yeni fırsatlara önem verilmemektedir. Çevre yönetiminde aktif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde çevre ile ilişkin faaliyetler sadece yasalara uyumun sağlanması amacıyla

gerçekleştirilmektedir. Üçüncü yaklaşım olan çevre yönetiminde pro-aktif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde çevre konuları, işletmelerin öncelikli konuları arasında görülmekte ve sürekli gelişim politikası çerçevesinde çevre konusunun tüm çalışanlar tarafından benimsenmesi ve çevre konularının Toplam Kalite Yönetimi (TKY) ile uyumlu hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

Emeksiz (2007: 141), büyük işletmelerin çevre yönetimi yeteneklerini geliştirecek kaynak ve imkânlara sahipken küçük işletmelerin bundan yoksun olduğunu dolayısıyla çevre yönetimi ile ilgili çalışmaların KOBİ'lere yönelik yapılması gerekmekte olduğunu belirtmiştir. Tibon (2012: 125) ise turizm sektöründeki KOBİ sayısı en fazla olan kolunun restoran sektörü olduğundan ve çevresel stratejilerin uygulanmasını desteklediğinden dolayı iyi bir çalışma alanı olduğunu belirtmiştir. Dahası, çoğunun çevresel etkileri sektöre özgü olsa da enerji tüketimi ve katı atık yönetimi gibi uygulamalar ile diğer sektörler ile ortaklık taşıdığından bahsetmiştir.

İşletmelerde sürdürülebilirlik şu şekilde sınıflandırılabilir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015); sürdürülebilir yapı, tasarım ve bina, sürdürülebilir mobilya, teçhizat ve mefruşat, su, enerji ve atık, kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilir yiyecek ve içecek

Marinalarda çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için tüm marina işletmeleri ve kullanıcılarının da çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımları önem kazanmaktadır. Marina içerisindeki tüm aktörler çevresel bilince sahip olduğu takdirde marinalarda çevresel sürdürülebilirlikten bahsedilebilir.

4.3. Marina Ziyaretçilerinin Çevresel Sürdürülebilirliğe Etkisi

Marina ziyaretçileri, marinayı rekreasyonel aktiviteler için ziyaret eden, yat sahibi olmayan ve ticari amaçla marinada bulunmayan kişileri temsil etmektedir.

Turizm bölgesinin çekiciliğinin uzun dönemde de devam etmesi, çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi ile ilgili görülmektedir. Söz konusu turizm gelişmesi; uluslararası piyasalarda pazar payı ve turizme bağlı sektörlerde yaratılan katma değerler ile büyüme ve çevre koruma arasında denge sağlayan bir gelişme modeli olarak görülmektedir. Gelecek nesillere aktarılacak turizm kaynaklarının kullanılmaması değil, etkin kullanımı ile hem bugünkü neslin hem de gelecek neslin maksimum tatmini hedeflenmektedir (Gösling, 1999: 310)

İnsanın doğal kaynaklar ve çevre üzerindeki baskılarını en aza indirmeyi ve doğal kaynaklar ve çevrenin turizm bölgesi yaşayanlarının ekonomik refahına katkısını en çoğa çıkarmayı amaçlayan çevresel

sürdürülebilir turizm gelişmesinin üzerinde durduğu ilkeler şu şekilde sıralanabilir (Salah, 2000: 243; Spenceley, 2005: 142):

- Yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımı,
- Turizme kaynak oluşturan doğal, ekonomik, toplumsal ve kültürel farklılıkların korunması,
- Turizm gelişmesinin çevresel, toplumsal ve ekonomik etkilerinin değerlendirilmesi,
- Turizm piyasalarının talebinde meydana gelen değişikliklere uyum sağlanması

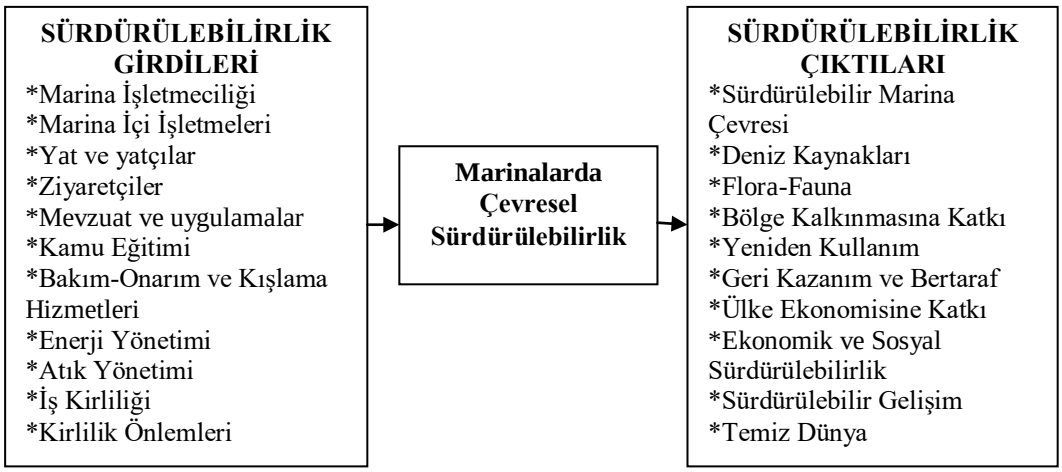
Marinayı ziyaret eden kişilerin de çevre bilincine sahip olması ve sürdürülebilirliğe katkı sağlaması gerekmektedir. Tüm bu aktörler bir bütün olarak düşünüldüğünde marinalarda çevresel sürdürülebilirlikten bahsedilebilmektedir.

5. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu araştırma, Türkiye'deki marina işletmelerinin çevresel sürdürülebilirlik konusundaki yaklaşımlarını değerlendirmek ve çevre korunmasına verilen değerin belirlenmesine yönelik keşifsel bir çalışmadır. Çalışmanın amacı, İzmir ilinde bulunan marinaların çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımlarının uzman görüşlerine başvurarak değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda çalışma için hedeflenen sonuçların elde edilebilmesi amacıyla yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme ve e-posta yolu ile görüşme tekniklerine başvurulmuştur. Yüz yüze görüşme tekniğinin amacı kişilerin belirli bir konu ile ilgili iç dünyasına girmek ve onun bakış açısını anlamaktır. Yüz yüze görüşme tekniğiyle açığa kavuşturulmak istenen konu hakkında kişilerin deneyimleri, tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılması planlanmakta ve bu doğrultuda araştırmaya yön verilmeye çalışılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 120; Sönmez ve Alacapınar, 2011: 108).

5.1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Belirtilen amaçlar doğrultusunda araştırmanın kavramsal modeli literatürden ve bulgulardan yararlanarak oluşturulmuş ve Şekil 1'de belirtilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli

5.2.Veri Toplama Aracı

Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi seçilmiş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Veri toplama aracının oluşturulmasında literatür baz alınmıştır. Marina işletmelerinde üst düzey yöneticilere çevresel sürdürülebilirlik bağlamındaki literatüre bağlı kalınarak açık uçlu sorular sorulmuş ve hem marinanın hem de marina aktörlerin çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

5.3. Örneklem

Araştırmanın örneklemini İzmir ilinde faaliyet gösteren marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır. İzmir'de Levent Marina, Alaçatı Marina, Setur Çeşme Marina, Teos Marina ve Çeşme Marina olmak üzere 5 adet marina bulunmaktadır. Bu marinaların kuruluş yılı, bağlama kapasitesi, maksimum uzunluk ve aldığı ödüller Tablo 3 de belirtilmiştir. Araştırmaya marinaların bir kısmının "Mavi Bayrak" statüsünde, bir tanesinin "5 Altın Çıpa" statüsünde ve bir tanesinin de "5 Mavi Yıldız" statüsünde hizmet verdiği göze çarpmaktadır. Uzmanlar ile yüz yüze görüşme ve e-posta yoluyla

görüşme, telefon ile yapılan ön görüşme sonucunda planlanarak gerçekleştirilmiştir. Tablo 3'de örneklemde yer alan marinalara ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

Tablo 3: İzmir İlinde Bulunan Marinaların Özellikleri

Marina Adı	**Kuruluş Yılı**	**Bağlama Kapasitesi**	**Max. Uzunluk**	**Aldığı Ödüller**
Dirinler Levent Marina	1980	Denizde 70 Karada 30	25 m.	Mavi Bayrak, 2012
Alaçatı Marina	2007	Denizde 260 Karada 100	35 m.	_
Setur Çeşme Marina	1978	Denizde 180 Karada 60	25 m.	Mavi Bayrak, 2015
Teos Marina	2010	Denizde 480 Karada 80 Kanal Rıhtımında 30	30 m.	5 Mavi Yıldız, 2013 Mavi Bayrak, 2012 5 Altın Çıpa, 2011
Çeşme Marina	2010	Denizde 400 Karada 100	60 m.	Altın Çıpa 'Marina İşletmeciliği' - en iyi marina, 2011

Kaynak: Mevcut marinaların sitelerinden ve yetkili bilgilerinden yararlanılarak yazarlar tarafından derlenmiştir.

5.4. Veri Toplama Süreci

İzmir ilindeki marina işletmelerinin üst düzey yöneticileri ile 17-26 Aralık 2015 tarihlerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Uzmanlar ile yüz yüze ve e-posta yoluyla yapılacak olan görüşmeler telefon ile yapılan ön görüşme sonucunda planlanarak gerçekleştirilmiştir. Tablo 4'de yarı yapılandırılmış görüşmede yer alan uzmanların bilgileri, görüşmenin süre, tarih ve yer bilgileri uzmanların onayı dâhilinde belirtilmiştir.

Tablo 4: Yarı Yapılandırılmış Görüşmeye Ait Uzman Bilgileri

Uzman	**Kurum**	**Görev**	**Görüşme şekli ve yeri**	**Tarih ve Saat**
Can AKALTAN	IC Çeşme Marina	Marina Müdürü	E-mail	18/12/2015 – 13:54
Suna GÜÇ	Teos Marina	Ön Büro / Marina Müdürü	Yüz yüze - Marina Ofisi	17/12/2015 – 13:00-14:00
Bora ERGEZGİN	Dirinler Levent Marina	Marina Müdürü	Yüz yüze – Marina Ofisi	17/12/2015 – 09:00-10:00
Yaşar YILMAZ	Alaçatı Marina	Marina Müdürü	E-mail	26/12/2015 – 12:02
Meltem TARKIN	Setur Çeşme Marina	Ön Büro Görevlisi	E-mail	23/12/2015 – 11:12

6. BULGULAR

Marina yetkilileri ile yapılan görüşme sonuçları, katılımcıların fikirlerinin gizliliği açısından bireysel olarak açıklanmamakta ve bu görüşlerin hangi katılımcıya ait olduğu belirtilmemektedir. Tüm bulgular genel bir değerlendirilmeyle ifade edilmektedir.

6.1. Marina ve Marina İşletmelerinin Sürdürülebilir Çevreye Etkisi

- Marina yetkililerince çevresel sürdürülebilirlik kavramı genel anlamı ile temiz bir deniz olarak ifade edilmektedir. İklim değişikliğinin ve küresel ısınmanın öneminin her geçen gün daha çok hissedildiği günümüz dünyasında marinalar için çevresel sürdürülebilirlik, kaynağında azaltma, yeniden kullanım, geri kazanım ve bertaraf etmek, enerji ve doğal kaynakların verimli kullanılması, tehlikeli kimyasal kullanımını azaltmak gibi faaliyetlerle çevreye etkilerini minimize etmek olarak açıklanabilir. Daha yaşanabilir bir dünya için kaynakların yeterli bir şekilde devredilmesi gerekliliği marinaların kendine edindiği ilkelerin başında gelmektedir. Marinalar, deniz temiz olduğu sürece yat turizminin olacağını, yat turizmi olmazsa marinalara gerek kalmayacağını ifade etmektedir.
- Marinalar çevresel sürdürülebilirliği sağlamak için uygulamalarını dünya marinaları ile karşılaştırıp gerektiğinde yeni önlem ve uygulamaları hayata geçirmektedir.

- Marinalarda ekonomik girdiler sağlanırken, faaliyetlerin sonucunda ortaya çıkacak kirlilik ve atıkların gelecek kuşaklara temiz bir çevre bırakılması için uygun bir şekilde bertaraf edilmesi şarttır.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı MARPOL kapsamında atık yönetim planını incelemekte ve eksiklik görülmemesi durumunda iki yıl geçerliliği olan atık yönetim planı onay yazısını marinalara vermekte, atıkların geri kazanımı ve bertaraftı sağlanmaktadır.
- İzmir bölgesindeki her marinanın atık yönetim planı bulunmaktadır. Atıkların geri dönüşümü ve bertaraftı lisanslı araçlar ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığından yeterlilik almış Çevre Danışmanlık Firmaları tarafından gerçekleştirilmektedir.
- Marina içi işletmelerin atıklarını toplama ve pompalama işlemleri, marinalar tarafından yapılmaktadır. Toplanan atıklar her altı ayda bir komisyon kurularak Çevre Bakanlığınca yetkilendirilen firmalarla geri dönüşüm firmalarına naklettirilmektedir. Çevre Bakanlığı ve Çevre Danışman firmaları ile organize çalışarak atıkların geri dönüşümü ve bertaraftı sağlanmakta ve sürdürülebilir marina çevresi oluşturulmaktadır.
- Marinalarda yağ, yakıt dökülmelerine karşı bariyerler mevcuttur. Önce atıkların yayılmasını engellemek sonra da temizlemek amaçlıdır.
- Bazı marinaların sınırları içerisindeki tüm tesislerin kanalizasyon bağlantıları bulunmaktadır. Böylece marinalarda bulunan işletmelerin kirliliği çok kolay bertaraf edilmektedir.
- Marinalar genel olarak hava kirliliğine neden olacak bir faaliyet yürütmemektedir. Su kirliliğinin azaltılması için bazı marinalarda deşarj olan yağmur suyu kanalına elek ve bentler kurulmaktadır. Elekler kaba kirlilikleri tutarak denizin kirlenmesini önlemektedir.
- Teknelerin yıkandığı alanda ve çekek alanı etrafında bulunan mazgallar sayesinde bu alanda oluşan atıkların denize gitmesi engellenmektedir.
- Çekek alanı içerisinde gerekli çevresel hassasiyet gösterilmekte ve kullanılan ekipmanların gürültü kaynakları, ses yalıtım malzemesi ile kaplanmaktadır. Alınan önlemler sayesinde marinaların, çevre mevzuatınca belirlenen gürültü sınırının altında olduğu görülmektedir.
- Marinalar, çevresel sürdürülebilirliği sağlamak için personellerine çevre bilinci konusunda belirli aralıklarla eğitim vermektedir. Bu eğitimler ya anlaşmalı Çevre Danışmalık firmaları ya da marina sorumluları tarafından verilmektedir.

- Marinanın uluslararası standartlara uygunluğu sürdürülebilir çevre açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda marinalara "Altın Çıpa", "Mavi Bayrak" ve "Mavi Yıldız" ödülleri verilmektedir.
- Atıkların sertifikalı ve yetkili kurumlar aracılığı ile bertaraf edilmesi sonucunda gelecek kuşakların gereksinimlerine cevap verme yeteneğini tehlikeye atmadan, temiz bir dünyada yaşamalarını sağlayıp, günlük ihtiyaçlarını sağlıklı bir şekilde temin etmek ayrıca teknolojinin, sanayinin gelişmesinde geri dönüşebilir ve bertaraf edilebilir materyaller kullanarak kalkınmayı sürdürülebilir kılmaktır.
- Kara kaynaklı kirliliklerin önüne geçilmesi gerekmektedir. Mavi kart örneğinde olduğu gibi deniz turizm araçlarına çevre konusunda gösterilen hassasiyetin mutlaka kıyıda bulunan diğer tesislerde de gösterilmesi gerekmektedir. Aksi halde sürdürülebilir deniz turizminden bahsetmemiz mümkün olmayacaktır.
- Kirli bir marinanın başarılı bir şekilde işletilmesi hayal bile edilemez. Marinalar, misafirlerine doğa ile baş başa güzel vakit geçirebilecekleri bir deneyim vaat ederler. Bu nedenle çevresel hassasiyet göstermekle yükümlüdürler.

6.2. Yatçıların Sürdürülebilir Çevreye Etkisi

- Marina yetkililerine göre yatçılar çevre dostudur. Oluşan bir deniz kirliliğinde anında ve doğrudan etkilenirler. Bu nedenle çevreye karşı daha duyarlı davranırlar. Yat sahipleri çevrenin korunması konusunda gerekli özeni göstermektedir. Örneğin bakım onarım ve boyama işlemleri marinalarca belirlenen yerlerde yapılmaktadır. Marinalara göre çevre korunması konusunda asıl özen göstermeyen kesim marina ile bağlantısı bulunmayan diğer aktörlerdir.
- Marinalar çevreyi korumak amacıyla yat ve teknelerin oluşturduğu atık yağı ve sintine yağlarını almak için ya lisanslı atık kabul tesisi faaliyeti vermekte ya da çevre danışmanlık firmalarından hizmet almaktadır. Bunun sonucunda marinaların çevreye duyarlı birer tesis olmaları hedeflenmektedir.
- Yat ve teknelerden alınan evsel nitelikli atık sular Çevre ve Şehircilik Bakanlığından onaylanmış Mavi Kart sistemi ile gerçekleştirilmektedir. 2015 yılından itibaren Türkiye'deki marinalar kademeli olarak mavi kart uygulamasına geçmeye başlamıştır. Bu uygulama ile teknelerden toplanan atıkların kayıtları dijital ortama aktarılmaktadır. Yat sahiplerinin seyir

güzergâhlarında bulunan marinalara atıklarını vermesi çevre emniyeti ve sürdürülebilirlik açısından önem arz etmektedir. Mavi kart uygulaması tam anlamıyla başarıya ulaşmamış olup, teknelerde ve marinalarda uygun sistem kurulmasına rağmen yatlar pissularını denize basabilmektedir.

- İzmir bölgesindeki bazı marinalarca atık alanı içerisinde denizcilik faaliyetlerinden kaynaklanabilecek dokuz farklı atık kodu için konteynerler bulunmaktadır. Yat gövde bakımlarından kaynaklanan atıklar sınıflandırılmakta ve lisanslı atık kabul tesisi içerisinde toplanmaktadır.

6.3. Marina Ziyaretçilerinin Sürdürülebilir Çevreye Etkisi

- Marina ziyaretçileri sürdürülebilir çevre konusunda gerekli bilince sahip olmamakla birlikte çevreye en az zarar veren kesimdir.
- Marina ziyaretçileri yerel kaynakları sürdürülebilir kullanmamaktadır. Bu yüzden marina ziyaretçilerine brifing vererek çevre bilinci arttırılabilir. Katılımı arttırmak için bu brifinge katılanlar sertifikalandırılabilir.
- Ayrıca marina ziyaretçileri kültürel farklılıkları temel alınarak ortak paydada sürdürülebilir bir çevre sağlamak mümkündür. Bu konuda hem marinalara hem marina içi işletmelere hem de yat sahiplerine büyük sorumluluklar düşmektedir.

7. SONUÇ

Günümüzde tüm disiplinlerde en çok kullanılan kavramlardan biri sürdürülebilirliktir. Sürdürülebilir çevre, deniz turizminin geleceği açısından oldukça önemli bir kavramdır. Bu kapsamda deniz turizminin önemli bir parçası olan marinalar açısından da çevresel sürdürülebilirlik büyük önem arz etmektedir.

Marinalar birçok yata ev sahipliği yapar ve yatların konaklama, bakım, onarım, boyama, atık su tahliyesi gibi ihtiyaçlarını karşılar. Bu servisleri yaparken çevreye de bazı zararlar vermektedir. Bu zararları en aza indirmek için marina otoritelerinin sürdürülebilir stratejiler izlemesi gerekmektedir. Bu çalışmada İzmir'de faaliyet gösteren marinalara yönelik bir araştırma uygulanmıştır. Bu kapsamda marina yöneticilerine yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanarak çevresel sürdürülebilirlik konusundaki görüşleri alınmıştır.

Marina yetkililerince çevresel sürdürülebilirlik kavramı genel anlamı ile temiz bir deniz olarak ifade edilmektedir. Daha yaşanabilir bir dünya için kaynakların yeterli bir şekilde devredilmesi gerekliliği

marinaların kendine edindiği ilkelerin başında gelmektedir. Marinalar, deniz temiz olduğu sürece yat turizminin olacağını, yat turizmi olmazsa marinalara gerek kalmayacağını ifade etmektedir.

Marina içerisinde bulunan işletmelerin ve yat sahiplerinin çevre koruma konusundaki bilinç düzeyi hakkında marina yetkilileri olumlu düşünmekte ve marina içerisindeki diğer aktörlerle işbirliği yapmaktadır.

Marinalarda çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili en önemli konu atık yönetimidir. İzmir bölgesindeki marinalar atık yönetimine oldukça özen göstermekte ve atık yönetim planlarıyla birlikte danışmanlık firmalarından yardım almaktadır. Ayrıca marina personellerinin çevre konusunda bilinç düzeyini arttırmak için belirli aralıklarla eğitim verilmektedir.

Marinanın uluslararası standartlara uygunluğu sürdürülebilir çevre açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda marinalara "Altın Çıpa", "Mavi Bayrak" ve "Mavi Yıldız" ödülleri verilmektedir. İzmir'de bulunan 5 marinanın; 3 tanesi "Mavi Bayrak", 1 tanesi "5 Mavi Yıldız" ve "5 Altın Çıpa" ödüllerine sahiptir. Ayrıca "Mavi Kart" sistemi ile atık yönetimi sağlanmaktadır.

Marinalarda sürdürülebilirlik çıktılarından bahsedildiğinde; sürdürülebilir bir marina çevresi, deniz kaynaklarının ve flora-faunaların korunması, bölge kalkınmasına ve ülke ekonomisine katkı, yeniden kullanım imkânı sunma, atıkların geri kazanımı ve bertaraftı, sadece çevresel değil ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik, sürdürülebilir gelişim ve bunların sonucunda temiz bir dünyadan bahsetmek mümkündür. İzmir'de bulunan marinalar; çevresel sürdürülebilirlik konusunda gerekli bilince sahip olup, marina kullanıcılarının da bu konuda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca İzmir Bölgesi'ndeki marinalar ekonomik girdilerini birinci plana alarak, faaliyetler sonucunda ortaya çıkacak kirlilik ve atıkların gelecek kuşaklara temiz bir çevre bırakılması için uygun bir şekilde bertaraf edilmesi konusunda gerekli hassasiyeti ikinci plana atılmaktadır. Marinaların çevresel sürdürülebilirlik konusunda uluslararası sertifikalara ve belgelere sahip olmaması da sürdürülebilir çevreye etki konusunda eksiklikler olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın kısıtları ve gelecek çalışmalar için öneriler

Araştırmanın uygulandığı dönemin sonbaharda olması nedeniyle marinalardaki yat sahiplerine ulaşılamamış ve uygulama sadece İzmir bölgesindeki marina yöneticilerine yönelik gerçekleştirilmiştir.

Daha sonraki çalışmalarda, çevresel sürdürülebilirlik konusunda İzmir'deki marinalarda yatçılara ve işletmelere yönelik daha kapsamlı bir görüşme yapılabilir. Ayrıca farklı saha araştırmaları yapılarak

Türkiye'deki diğer marinalara da uygulanabilir. Böylece örneklem grupları genişletilerek uluslararası karşılaştırmalar da gerçekleştirilebilir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesindeki değerli destek ve katkıları için Yrd. Doç. Dr. Derya ATLAY IŞIK, Can AKALTAN, Suna GÜÇ, Bora ERGEZGİN, Yaşar YILMAZ ve Meltem TARKIN'a ve önerileriyle çalışmanın geliştirilmesini sağlayan 3. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bilim Kurulu Hakemlerine teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu, H.S. ve Arıkan, İ. (2005). Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri, Detay Yayıncılık, Ankara

Atlay Işık, D. (2011). Yat Turizminde Yeşil Pazarlama Stratejileri: Türkiye için Farklılaşma Stratejileri. Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.

Atlay Işık, D. ve Cerit A.G. (2009). Green Marketing Strategies in Yacht Tourism: An Evaluation of Turkish Marinas. 13th International Association of Maritime Economists-IAME Congress, Kopenhag, Denmark.

Atlay Işık, D. ve Cerit, A.G. (2008). Yacht Tourism Education: A Study on Curriculums. 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir Üniversitesi, Nevşehir.

Barton, Hugh; Davis, Geoff; Guise, Richard (1993) Sustainable Settlements: A Guide for Planners, Designers, and Developers, The Local Government Management Board, Bristol.

Battal, M.K. (2011). Fethiye-Göcek Özel Çevre Koruma Bölgesinde Gemilerden Kaynaklanan Kirliliği Önlemek için Mevzuat ve Altyapı Değerlendirmesi Raporu ve Eylem Planı. Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü, Ankara.

Bilkent Üniversitesi (2015). http://www.obi.bilkent.edu.tr/ekookul/pdf/ seskirliligi.pdfimo.udhb.gov.tr Erişim Tarihi: 4.12.2015

Blue Star Marina Programme (2015)– Main Criteria of Blue Star Marina http://www.bluestarmarina.org/en/certificationErişim Tarihi: 03.12.2015

Bourdeau, L. (1999). National Report: Sustainable Development and Future of Construction in France.

Can, D. M. (2008). Sürdürülebilir Turizm ve Turizm Çeşitliliği Kapsamında Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri: Mersin-Tarsus Örneği

Club of Rome (2011). http://www.clubofrome.org/?p=326 Erişim Tarihi: 05.12.2015

Çakılcıoğlu, M. (1996). Sürdürülebilir Turizme Yönelik Bir Yöntem Önerisi, Doğu Karadeniz/ Trabzon İli Özelinde Bir İrdeleme", Doktora Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.

Çevre Kanunu (2015). www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.doc Erişim Tarihi: 5.12.2015

Despotakis, V., Giaoutzi, M., Nijkamp, P., (1987). Spatial Depiction of Local Sustainable Development, Amsterdam

Dragović, B., Tselentis, B.S. (2014). Some Approaches to the Sustainable Marina Concept. Proceedings of 3rd International Conference on Production and Supply Chain Management, Athens, Greece, 1-4.

Dragović, B., Tselentis, B.S., Škurić, M., Meštrović, R., Papan, S. (2014a). The Concept of Sustainable Development to Marina. Proceedings of 14th International Conference RaDMI 2014, Topola (Serbia), Bar and Kotor (Montenegro), Vol. 1: 340-345.

Dragović, B., Tselentis, B.S., Škurić, M., Ćorić, A., Popović, M. (2014b). Application of Sustainable Development Model to Marina. Proceedings of 14th International Conference RaDMI 2014, Topola (Serbia), Bar and Kotor (Montenegro), Vol. 1: 360-366.

Dragović, B., Tselentis, B.S., Papadimitriou, S., Šerović, D., Škurić, M., Meštrović, R.,Mikijeljević, M. (2014c). A Study Approach of Marina Sustainable Development Framework. Proceedings of 14th International Conference RaDMI 2014, Topola (Serbia), Bar and Kotor (Montenegro), Vol. 3: 1031-1038.

Emeksiz, M. (2007). Küçük Otel İşletmeleri ve Çevre Yönetimi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 10(18): 141-156.

EPA (2003). A Handbook for Marina Operators and Recreational Boaters. U.S. Environmental Protection Agency Office of Wetlands, Oceans and Watersheds, Washington.

Environmental Protection Agency (EPA). (2008). An Environmental Management System (EMS) Primer for Ports: Advancing Port Sustainability. Fairfax, VA.

Erkmen, T. ve Özkaynak, S. (2015). Liman İşletmeciliğinde Sürdürülebilir Liman Ekonomisi Stratejisi. 2. Ulusal Liman Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Fedai ve Madran (2015). Sürdürülebilir Liman Yönetimi ve Antalya'da İki Yat Limanında Vaka İncelemesi. 2. Ulusal Liman Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Gladwin,T.N.,Kennelly J.J. ve Krause, T.S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. The Academy of Management Review. 20(4): 874-907.

Gordon ve Matuk (2004). California Clean Marina Toolkit: A Resource forEnvironmentally Sound Marina Management andOperation. California Coastal Commission Boating Clean and Green Campaign, San Francisco

Görken, Ö. (2005). Marinalarda Uygulanan Çevresel Yönetim Önlemleri. DEÜ, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü, İZMİR

Gössling, S. (1999), "Ecotourism: A MeansToSafeguardBiodiversity andEcosystemFunctioıs?", Ecological Economics, 29, 303-320.

Harris, J.M. (2000). Basic Principles of Sustainable Development, Global Development and Environment Institute Working Paper 00-0 4.Tufts University

Heron,R. ve Juju, W. (2012). The Marina: Sustainable Solutions for a Profitable Business. Erişim Tarihi: 20.12.2015, http://www.amazon.es/The-Marina-Sustainable-Solutions-ProfitableBusiness/dp/1300359641

International Organization for Standardization http://www.iso.org/iso/home/about.htm Erişim Tarihi: 5.12.2015

Karaman, A. (1996), "Sürdürülebilir Turizm Planlaması için Ekolojik Bir Çerçeve", Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19.Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul: 102

Keleş, R. (1998) Kentbilim Terimleri Sözlüğü, 2. Baskı, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

Küçükgül, E.Y. 1998, Gemi, Tekne Bakım ve Tamir İşlemleriyle Oluşan Atıklar ile Bu Atıkların Oluşturduğu Kirlenmenin Azaltılması, Bodrum Yarımadası Çevre Sorunları Sempozyumu Bildiriler Kitabı: 390-397.

Koç, Y.(2012). Marinalarda Çevre Yönetimi. Erişim Tarihi: 18.12.2015 http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/5inci_Marina_Egt_Cev_Yon_Sunumu.pdf.

Mavi Bayrak Türkiye http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx Erişim Tarihi: 03.12.2015

Mevzuat Dergisi (2010). http://mevzuatdergisi.com/2010/02a/02.htm Erişim Tarihi: 25.12.2015

NSW (2007). Environmental Action for Marinas, Boatsheds and Slipways. Department of Environment and Climate Change, Sydney.

NSW Government Office of Enviroment & Heritage (2015). *Water* http://www.environment.nsw.gov.au/water/ Erişim Tarihi: 07.12.2015

OHSAS 18001 Occupational Health and Safety Zone (2015). http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/ Erişim Tarihi: 05.12.2015

Orams, M. B. (1995). Towards a More Desirable form of Ecotourism. Tourism Management, Vol.16 sayfa: 3-8, Elsevier Science Ltd.

Ruckelshaus, W. D. (1989). Toward a Sustainable World. Scientific American, 261(3), 66-175.

Salah, S. (2000), Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry, Journal of Travel Research, Vol. 38: 239-255.

Sönmez, V., ve Alacapınar, F., G. (2011). Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri Anı Yayıncılık, Ankara.

Spenceley, A. (2005). Nature-Based Tourism and Environmental Sustainability in South Africa, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 13, Issue 2, 136-170.

Sünnetçioğlu S. Ve Yılmaz B.S. (2015). İzmir'deki Restoran Yöneticilerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Üzerine Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Cilt 5 Sayı 1, Karabük.

The Yacht Harbour Association (2015). Gold Anchor Award Scheme http://www.tyha.co.uk/Downloads/TYHA_Gold_Anchor_Info_Pack_2015.pdf Erişim Tarihi: 03.12.2015

Tibon, M.V.P. (2012). Restaurant Sector's Approach to Sustainable Tourism: Moving Beyond Compliance. American International Journal of Contemporary Research. 2(4):123-127.

Tselentis, B.S., Papadimitriou, S., Tzannatos, E., Dragović, B. (2015a). An Analysis of Sustainable Development Framework to Marina, Proceedings of 34th International Conference on Organizational Sciences Development, Portorož, Slovenia, Accepted for Publication, 1-4.

Tselentis, B.S., Dragović, B., Nikitakos, N., Škurić M. ve Ćorić, A. (2015b). Integrative Model of Sustainable Development for Marinas and Nautical Ports, ECONSHIP Conference Proceedings, June, Chios.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı- Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü (2013). *Mavi Kart Uygulaması Yaygınlaşıyor* http://www.csb.gov.tr/gm/cygm/index.php?Sayfa=haberdetay&Id=11176 Erişim Tarihi: 03.12.2015

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2013). *Mavi Kart* http://mavikart.cevre.gov.tr/ Erişim Tarihi: 07.12.2015

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (2011). *Hava Kirliliği* http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Topra k%20Kirlilik%20Kaynaklar%C4%B1.pdf Erişim Tarihi: 4.12.2015

T.C. Resmi Gazete, 24.07.2009. Deniz Turizmi Yönetmeliği, http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724-6.htm Erişim Tarihi: 4.12.2015

T.C. Sakarya Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Çevre Mühendisliği (2011).http://www.sahakk.sakarya.edu.tr/documents/Bitirme_Tezi_2011.pdf Erişim Tarihi: 4.12.2015

UN-United Nations. (2005). 2005 World Summit Outcome. http://www.who.int/hiv/universalaccess2010/worldsummit.pdf Erişim Tarihi: 29.10.2008.

WCED (1987). World Commission on Environment and Development, 1987. OurCommonFuture: Oxford UniversityPress.

WordNet. (2008). "Sustainability". Dictionary.com. Princeton University.

Yıldırım, A. Ve Şimşek, H. (2011) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yüksel, H. (2003). İşletmelerin Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerinin Ampirik Bir Çalışma ile Değerlendirilmesi.Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi. Cilt:6, İzmir.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0022

MARİNA MÜŞTERİLERİNİN MARİNALARDA ALDIKLARI HİZMETLERİN KALİTE DÜZEYLERİNE YÖNELİK ALGILARININ ANALİZİ

Görkem DİKEÇ[1] ve Ali Cemal TÖZ[2]

ÖZET

Marina işletmeleri, yat turizminin denizlerdeki vazgeçilmez durak noktaları olması nedeniyle deniz turizminin en önemli hizmet sağlayıcı aktörlerden birisidir. Türkiye'de, özellikle 2000'li yıllardan sonra, Deniz Turizminin önemli bileşenlerinden yat turizmine olan ilginin artmasından dolayı, marina sayılarında ve kapasitelerinde artışlar gözlenmektedir. Yaşanan bu artışların, hem uluslararası hem de ulusal düzeyde rekabeti arttırıcı bir etkisi olmuştur. Artan rekabete bağlı olarak, marina işletmelerinin sundukları hizmetlerde iyileştirme yapmaları ve hizmetler üzerinde sürdürülebilirliği sağlamaları ihtiyacını doğurmuştur. Bunun elde edilmesinde ise, müşteri odaklılığın yüksek olduğu marinalarda sunulan hizmetlerin müşteriler tarafından nasıl algılandığının tespit edilmesi önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, marinaların müşteri portföyünü oluşturan yat sahiplerinin ve yat kaptanlarının, yatlarını bağladıkları marinalarda kendilerine sunulan hizmetleri nasıl algıladıkları ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın amacına yönelik olarak, karma araştırma yöntemi seçilmiştir. Buna göre öncelikle, mevcut literatürdeki hizmet kalitesi değişkenleri belirlenmiştir. Ardından bu değişkenlere ek olarak, marina yöneticilerinin görüşlerine de başvurulmuş ve saha araştırmasında kullanılacak nihai değişkenler tespit edilmiştir. Elde edilen tüm değişkenlere yönelik veriler, hazırlanan anket formu ile İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren toplam 8 marinadan hizmet alan 134 marina müşterisinden toplanarak analiz edilmiştir. Saha araştırması sonucunda elde edilen verilerin analizlerine bağlı olarak marina müşterilerin hizmet algısı ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Algı, Hizmet Kalitesi, Marina, Türkiye, Deniz Turizmi.

[1] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir; gorkem_dikec@hotmail.com;
[2] Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; ali.toz@deu.deu.tr

1. GİRİŞ

Yat turizmi, birçok doğal ve beşeri etkenin bir araya gelmesiyle meydana gelen bir turizm faaliyetidir. Özellikle kıyıların aktif olarak kullanıldığı bu faaliyet, deniz turizminin destekleyici alt dallarından biridir (Sezer, 2012: 105). Son yıllarda deniz turizmi alanında yapılan çalışmalar, yat limanı sayılarındaki ve yat bağlama kapasitelerindeki artışlar, rekabetin ortaya çıkmasına neden olmakta, bu durum da marina işletmelerini daha kaliteli hizmetler sunmaya itmektedir(Arlı, 2013: 61).

Yat turizminin önemli bir hizmet işletmesi olan marinalar, günümüzde hem sayılarında, hem de bağlama kapasitelerinde yaşanan artışla birlikte rekabetçi bir hal almışlardır. Gelişmekte olan rekabet ortamında marinalar ancak müşterilerine kaliteli hizmet sunarak, tercih edilebilirliklerini artırarak ve kendilerine bağlı bir müşteri kitlesi yaratarak sürdürülebilir bir büyüme yakalayabileceklerdir.

Bu araştırmanın amacı, marinaların müşteri portföyünü oluşturan yat sahiplerinin ve yat kaptanlarının, yatlarını bağladıkları marinalarda kendilerine sunulan hizmetleri nasıl algıladıklarının ortaya konulmasıdır. Araştırma sürecinde nitel ve nicel metotlara başvurulmuştur.

Çalışmanın ilk bölümünde marina işletmeciliği ve marina işletmeciliğinde hizmet kalitesi kavramlarına yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise araştırmanın amacına yönelik olarak gerçekleştirilen nitel ve nicel araştırmalara yer verilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın konusu, amacı ve kapsamı, modeli, araştırmada kullanılan yöntemler, araştırmanın örneklemi, veri toplama aracı, veri toplama süreci, analiz ve bulguların değerlendirilmesi sırasıyla incelenmiştir.

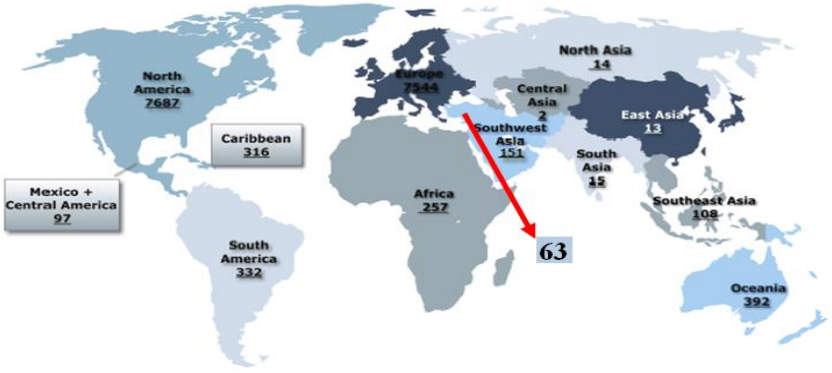
2. MARİNA İŞLETMECİLİĞİ

Yat turizmi pazarının önemli aktiviteleri arasında yer alan marina işletmeleri/ yat limanları yatların yanaşma yapabileceği iyi derecede palamar hizmeti sunan ayrıca hem yatçının hem de yatlarının güvenliğinin sağlandığı, yatların karaya güvenle çıkabileceği çekek sahasını ve ekipmanlarını içinde barındıran çeşitli sosyal aktivitelerin yer aldığı alt yapılardır (Diakomihalis, 2007: 444). Marina işletmeleri ve yat servis sağlayıcıları yat turizminin önemli alt yapıları olarak değerlendirilebilir (Işık ve Cerit; 2008: 586).

Dünyada marina kavramı 1920'li yılların sonlarına doğru ABD'de Ulusal Makine ve Tekne Üreticileri Derneği (National Association of Boatand Engine Manufactureres) tarafından kullanılmaya başlanmış olup, eğlence ve gezi amaçlı yatlar için yapılmış, yatçı ve yatların tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği modern su kenarı tesisleri olarak tanımlanmıştır. Marina kavramı ile ilgili derneğin en geniş tanımı;

modern yatçılığa yönelik olarak marina içerisinde hizmetlerin sunulabildiği, yatların güvenli yanaşma yapabildiği, bakım-onarım ve çekme-atma hizmetlerinin itina ile yerine getirildiği, akaryakıt ikmal hizmetlerinin sağlanabildiği, yat sahibi ve yat kaptanlarının karada duş-tuvaletlerini kullanabildiği, yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayabildiği, alış veriş yapabildikleri, ulaşım ve iletişim yerlerine yakın olan kompleks yapılar olarak tanımlanmıştır (Adie, 1984: 37; İhsan, 1993: 6; Hassan ve diğerleri, 2010: 362).

Son yıllarda Türkiye'de açılan marina sayısı kayda değer bir şekilde artış göstermiş olsa dair Avrupa'daki birçok ülkenin altında kalmaktadır. Türkiye'ye komşu olan Akdeniz çanağındaki ülkelerin marina sayılarına detaylıca bakılacak olurda; İspanya'da 195, Yunanistan'da 242, Fransa'da 397, İtalya'da 497 ve Hırvatistan'da 816 marina bulunmaktadır (Heron ve Juju, 2012: 128). Üç tarafı denizlerle çevrili, 8337 km kıyı uzunluğuna sahip olan Türkiye'nin marina sayısı 63 olarak tespit edilmiştir (Heron ve Juju, 2012: 133). Şekil 1'de dünyada bölgeler göre toplam marina sayıları gösterilmektedir.



Şekil 1: Dünyada Bölgeler Göre Toplam Marina Sayıları
Kaynak: Heron ve Juju (2012:128).

Marinalar faaliyetlerinden dolayı kıyı alanlarından başka bir yerde konumlandırılmaları olası olmayan, küçük teknelerin ve yatların barınması için mendirekle korunan, yatlar için bakım-onarım, kışlama gibi hizmetleri sunan bunların yanı sıra elektrik, su, telefon, internet, atık su alımı, akaryakıt, yeme-içme, alış-veriş gibi günlük ihtiyaçların ve yatların ihtiyaçlarının karşılandığı turizme açık tesislerdir (Doğaner, 1992: 184; Yüksel ve diğerleri, 1998: 491; Bezirgan, 2002: 661; Ahipaşaoğlu ve Arıkan, 2005: 101).

3. MARİNA İŞLETMECİLİĞİNDE HİZMET KALİTESİ

Yat turizmi iki önemli bileşenden oluşmaktadır (Oral, 2014: 1). Bu bileşenlerden ilki yatlara öncelikle barınma imkânı sağlayan yatçıların ve yatların ihtiyaçlarına yönelik olarak alt yapı ve üst yapı hizmetleri ile donatılmış marinalar, ikincisi ise marinalardan hizmeti alan yatlardır (Görken, 2005: 213; Oral, 2014: 1; Doğanay, 2001: 539). Marinalar işlevleri nedeniyle hem kara hem de deniz bağlantılı yapılardır. Deniz alanında yatlara güvenli bağlama ve çekek hizmeti sunmakta olup, karada da yat ve yatçılara yönelik hizmetler sunmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Arıkan, 2005: 101).

Balcı (2011: 48) marinalarda yat ve yatçılara yönelik olarak sunulan hizmetleri dört ana başlık altında toplamıştır. Bunlar marina ofis hizmetleri, liman hizmetleri, genel hizmetler ve teknik hizmetlerdir. Dikeç (2015: 61-62) Türkiye'de hizmet veren çeşitli marinaların manüelleri ve internet sitelerini incelenerek marinalarda sunulan hizmetler beş ana başlık altında toplanmıştır. Tablo 1'de ayrıntıları ile birlikte marinalarda sunulan hizmetler yer almaktadır.

Tablo 1: Marinalarda Sunulan Hizmetler

Marina ofis hizmetleri;	
• Ön büro hizmeti, günlük hava tahmini hizmeti • Deniz telsizi haberleşme ve dinleme hizmeti • Posta ve kargo servisi • Havalimanı transfer • Araç kiralama hizmeti	• Haberleşme hizmeti • Rezervasyon işlemleri • E-posta, faks ve telefon • Sigorta hizmetleri • Gümrük işlemleri hizmeti • Depo kiralama hizmeti • Döviz işlemleri
Marina liman hizmetleri;	
• Dalgıçlık hizmeti • Tekne yıkama temizlik hizmetleri • Dalgıç tüpü dolum • Yedekleme • Tekne yanaştırma • Giriş ve çıkış işlemleri • Giriş ve çıkışlarda yönlendirme • Giriş ve çıkışlarda kılavuz bot hizmeti	• Akaryakıt hizmeti • Atık Alım hizmeti ✓ Liman içi su sirkülâsyon sistemi ✓ Atık su toplama ve arıtma tesisi ✓ Katı atık toplama istasyonları ✓ Atık motor yağları toplama tesisi ✓ Biyolojik arıtma tesisi ✓ Atık su sintine boşaltma sistemi
Marina genel hizmetleri;	
• Kablosuz internet ve TV hizmetleri • Elektrik ve su hizmetleri • Duş- tuvalet ve engelli tuvaleti hizmetleri • Sağlık hizmetleri • Yangın ikaz, alarm ve söndürme hizmeti • İçme suyu ve LPG tüp hizmetleri • Çamaşır, bulaşık ve yelken yıkama alanları	• Otopark hizmeti • Güvenlik hizmetleri ✓ Yeterli yükseklikte tel çit ✓ Aydınlatma ✓ Alarm ve kapalı devre kamera sistem ✓ Kapı ve geçişlerin kilitlenmesi ✓ Güvenlik elemanları ✓ Gözetleme kulesi
Marina teknik hizmetleri;	

• Çekme- Atma hizmeti • Şişme bot- can salı tamir ve bakımı • Elektrik-elektronik tamir ve bakımları • Yelken-branda üretim, tamir ve bakımı • Havalandırma-soğutma tamir ve bakımı • Kışlık bakım hizmetleri	• Alt yıkama ve temizlik hizmeti • Motor-makine tamir ve bakımları • Ahşap-mobilya hizmetleri • Arma-donanım hizmetleri • Boya-polyester hizmeti • Torna-metal hizmetleri
Marina sosyal hizmetleri;	
• Yat ve yelken kulübü • Business Lounge • Deniz malzemeleri satış yerleri • Mağazalar ve dükkânlar • Helikopter pisti • Yüzme havuzu • Sauna, spa, wellness tesisi • Tenis kortu • Voleybol, basketbol ve plaj voleybol • Kuru temizleme • Kuaför • Araç kiralama • Banka, ATM, döviz bozma	• Süpermarket (yatlara servis) • Yat market • Restoran, kafe ve barlar • Gemici restoranı ve kafeteryası • Otel ve konuk evi tesisleri • Fitness • Bilardo salonu • Plaj • Festival alanı • Çamaşır yıkama • Charter ve seyahat acenteleri • Yat broker ve sigorta hizmetleri • Park ve gezi alanlar

Kaynak: Dikeç (2015: 61-62)

Marina işletmeciliği kapsamında hizmet kalitesinin ölçümlerinin yapıldığı araştırmalarda genellikle Parasuraman ve arkadaşları (1985) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeğinin kullanıldığı görülmektedir (Sarı 2011: 84; Arlı, 2012: 26). Bu çalışmalarda marina işletmelerinde sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi boyutları belirlenmeye çalışılmıştır. Sarı (2011: 84) tarafından yapılan çalışma da SERVQUAL ölçeğinde yer alan on adet hizmet kalitesi boyutu "fiziksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, inanılırlık, müşteriyi anlamak, yeterlilik, nezaket, emniyet, erişilebilirlik, iletişim" ele alınmıştır. Marinalarda sunulan hizmet kalitesine ait diğer bir çalışmada Arlı (2012: 26) kullanılan SERVQUAL ölçeği ile hizmet kalitesi boyutlarını "fiziksel koşullar", "heveslilik", "karşılık verebilme", "güven duyma", "ulaşılabilirlik", "teknelere yönelik hizmet", "güvenlik", "empati" ve "profesyonellik" olarak belirlenmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu araştırmanın amacı, marinaların müşteri portföyünü oluşturan yat sahiplerinin ve yat kaptanlarının, yatlarını bağladıkları marinalarda kendilerine sunulan hizmetleri nasıl algıladıklarının ortaya konulmasıdır. Araştırmanın temel amacının gerçekleştirilebilmesi için oluşturulan alt amaçlar aşağıdaki gibidir:

Nitel araştırma yöntemi kullanılarak;

✓ Marina işletmeciliği ve marina sunulan hizmet kalitesi boyutlarının yazın taraması ile belirlenmesi

✓ Marinaların sundukları hizmetlerin hizmet kalite boyutlarını uzman görüşlerine başvurarak değerlendirilmesi

Nicel araştırma yöntemi kullanılarak;

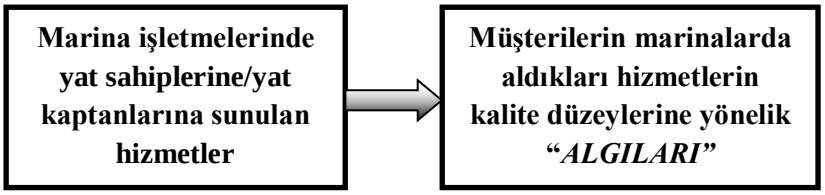
✓ Nitel araştırmalar sonucunda belirlenen değişkenlerinin İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren marinalarda nicel olarak sorgulanması amacıyla bir saha araştırmasının gerçekleştirilmesi,

✓ Müşterilerinin marinalarda aldıkları hizmetlerin kalite düzeylerine yönelik algılarının değerlendirilmesi amacıyla analizleri

✓

5. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE SÜREÇLERİ

Araştırma modeli, araştırma için gerekli olan bilgi ve verilerin toplanması ve çözümlenebilmesi için kullanılacak olan yöntem ve süreçlerin belirlenmesidir(Kurtuluş, 2004:250; Eroğlu, 2006). Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 2'deortaya konmuştur.



Şekil 2: Araştırmanın Modeli

Bu araştırmanın modelinin oluşturulmasında nitel ve nicel yöntemler olmak üzere karma araştırma metoduna başvurulmuştur.

5.1. Nitel Çalışma: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Yöntemi

Literatür taraması sonucunda marinaların hizmet kalitesi boyutları ve müşterileri algı düzeyleri arasındaki ilişkinin açıklanabilmesinde saha araştırması uygunluğunun değerlendirilebilmesi için nitel bir araştırma yapılması ihtiyacı doğmuştur. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi seçilmiş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Veri toplama aracının oluşturulmasında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında nitel ve nicel araştırmalar sonucunda geliştirilen SERVQUAL modeli, marinalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi boyutlarının ortaya çıkarılması için uygun bir şekilde düzenlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmede veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme formu müşteri memnuniyetini ortaya koymaya yönelik olarak 5 bölüm ve 28 adet açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Bu bölümler; *Birinci Bölüm:

Marinada fiziksel varlıklar (11 adet), *İkinci Bölüm: Marinada güvenilirlik (5 adet), *Üçüncü Bölüm: Marina personelinin hevesliliği (3 adet), *Dördüncü Bölüm: Marinada güvenlik (5 adet), *Beşinci Bölüm: Marina müşterilerinin beklentileri (4 adet) ile ilişkilidir.

Bu araştırmanın ana kütlesini Türkiye'de faaliyet gösteren marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise İzmir ve Aydın illerinde faaliyet gösteren marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda İzmir ilinde; Dirinler Levent Marina, IC Çeşme Marina, Setur Altınyunus Marina, Port Alaçatı Marina, Teos Marina; Aydın ilinde Setur Kuşadası Marina, D-Marin Didim Marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan toplam 8 uzman 7 farklı marinada üst düzey görev almaktadır. Görüşmeler 29.11.2014-30.12.2014 tarihleri arasında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama altmış dakika sürmüş olup ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Ayrıca her görüşmenin tarihi, yeri ve saati de not edilmiştir.

Marina yetkililerinden alınan cevaplar doğrultusunda marinaların fiziksel varlıkları arasında kabul edilen; alt yapı ve üst yapı elemanlarının modern ve teknolojik olması, ortak kullanım alanlarının yeterli sayıda ve hijyenik olması, internet erişiminin kolay ve hızlı olması, çekme- atma ve tamir bakım hizmetleri, atık alım tesisleri ve yakıt ikmal operasyonlarında sağlanan hizmetlerin kalitesinin müşteri memnuniyeti açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca marina içerisinde engelli yat sahiplerinin/yat kaptanlarının ya da misafirlerinin marina tesislerinden yararlanabilmesine yönelik marinalarda alt yapı ve üst yapıların düzenlenmesi için marinalarda bulundurulacak özel ekipman ve sistemlerin varlığı son zamanlarda müşterilerin özellikle dikkat ettiği konular arasında yer almaktadır.

Marinalarda memnuniyeti etkileyen hizmet değişkenleri arasında geri bildirim hizmetinin etkin bir şekilde yürütülmesi, marinanın uluslararası standartlara uygunluğunun ("5 Altın Çıpa", "Mavi Bayrak" ödülü ve "5 Mavi Yıldız") sağlanması, marinanın çevresel koşulları (deniz suyunun temizliği), marinanın otopark kapasitesi ve marinalarda müşterilere yönelik olarak sunulan güvenlik hizmetlerinde yer almaktadır. Ayrıca son yıllarda marinacılık sektörü içerisinde yerleşmiş olan "yaşayan marina" kavramı marinaların görsel olarak çekiciliği ile birlikte müşterilere yönelik olarak sunduğu sosyal aktivitelerin de önemini ortaya koymaktadır.

Marina yetkililerinin ortak görüş bildirdikleri bir diğer memnuniyet unsuru ise belirlenmiş fiyatlandırma politikasıdır. Bağlama ücretlerinin yüksek olması ve belirli dönemlerde uygulanan fiyatlandırma politikalarında değişiklikler müşterilerin memnuniyetini doğrudan etkilediği vurgulanmıştır.

Görüşmeler sonucunda marina personelinin bilgi ve beceri düzeyi, güler yüzlü, yardımsever ve kibar olması, iletişim beceri düzeyi, müşterilere karşı olan tutum ve davranışları, beklenen hizmeti tam ve zamanında yerine getirmesi, iyi giyimli, bakımlı ve temiz olması müşteri memnuniyetine doğrudan etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

5.2. Nicel Araştırma: Saha Araştırması

Araştırmanın ikinci aşamasında İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren marinalarda müşterilerinin marinalardan aldıkları hizmetlerin kalite düzeylerine yönelik algılarının değerlendirildiği saha araştırmasına yer verilmiştir. Saha araştırması yönteminde veri toplama aracı olarak anket formu seçilmiştir. Literatur taraması ve nitel araştırma sonucunda elde edilen değişkenler doğrultusunda anket yargıları oluşturulmuştur. Anket formu İngilizce ve Türkçe olarak oluşturulmuş ve her iki ankette de ifadelerin aynı anlamı içermesine ilişkin kontroller yapılmıştır. Anket formunun ilk bölümü olan "Katılımcı Profili"nde marina müşterilerinin profillerine ilişkin hazırlanan 13 sorunun 11'i kapalı uçlu, 2'si açık uçlu olarak hazırlanmıştır. "Hizmet Kalitesi" bölümünde yer alan 43 adet yargı, aralıklı5'li Likert ölçeği ile sorgulanmıştır. Müşterilerin her bir değişkenin önem durumuna göre katılım seviyesini 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde belirtmesi istenmiştir. "Müşteri Memnuniyeti"nin değerlendirildiği son bölüm içerisinde marina müşterilerinin memnuniyetlerini ölçebilmek adına 3 adet kapalı uçlu soru yer almıştır.

5.2.1.Saha Araştırmasının Örneklemi ve Veri Toplama Sureci

Araştırmanın ana kütlesini Türkiye'de faaliyet gösteren marina işletmelerinden hizmet alan (bağlama-barınma, tamir-bakım-tutum ve diğer) marina müşterileri (yat kaptanı/yat sahibi) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren marina işletmelerinde hizmet alan yat sahipleri/yat kaptanları oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında marinaların bağlama kapasiteleri, ulaşılabilirlikleri göz önünde bulundurularak saha araştırmasına izin verilen marinaların müşterileri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu kapsamda İzmir ilinde; Dirinler Levent Marina, IC Çeşme Marina, Setur Altınyunus Marina, Port Alaçatı Marina, Teos Marina; Aydın ilinde Setur Kuşadası Marina, D-Marin Didim Marina ve Muğla ili Ece Saray Marina işletmelerinde konaklama hizmeti alan müşteriler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Veriler 04.04.2015-16.05.2015 tarihleri arasında marinalar ziyaret edilerek müşteriler ile yüz yüze anket yöntemi sonucunda elde edilmiştir.

Örneklemin belirlenmesinde tesadüfî olmayan (yargısal) örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

5.2.2.Saha Araştırmasında Elde Edilen Veri ve Bilgilerin Analizi

Saha araştırmasında yanıtlanan anket formları incelenmiş ve hatalı ve/veya eksik doldurulmuş bazı anketlere rastlanılmıştır. Bu kapsamda geri dönüşü olan 146anket formu içerisinde 12 anket formu değerlendirme dışı bırakılarak 134 adet anket formu geçerli olarak kabul edilmiştir. Anket formları incelendikten sonra veriler kodlanmış ve analize hazır hale getirilmiştir.

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 araştırmanın parametrik ölçeğinin güvenilirliğinin belirlenmesi için alfa katsayısı (Cronbach Alpha) kullanılmıştır. Bu doğrultuda yapılan analiz sonucunda alfa katsayı 0,966 (%96,6) olarak hesaplanmıştır.

Profil sorularının frekans dağılımı belirlenmiş ve devamında yat sahibi/yat kaptanların hizmet algılarını ortaya koyabilmek için geliştirilen hipotezlerin testi için t-testi ve one-wayanova analizleri yapılmıştır.

5.2.3.Saha Araştırmasından Elde Edilen Veri ve Bilgilerin Analizi

- **Katılımcıların Profil Bilgilerine Ait Analiz ve Bulgular**

Araştırmanın örneklemi toplam 134 marina müşterisinden (yat sahibi/yat kaptanı) oluşmaktadır. Anket formunu dolduran katılımcıların %88.8'si (119) erkek, %11.2'si (15)kadındır. Araştırmada yer alan teknelerin %55.7'si (68) yelkenli %49.3'u (66) ise motoryat tipindedir. Tekne bayraklarına bakıldığında ise teknelerin büyük bir bölümünün yabancı bayraklı olduğu (%49.3-ABD) göze çarpmaktadır. Teknelerin%24.6'lık (33) kısmının ise Türk bayraklı olduğu görülmektedir. Türk bayraklı teknelerin 23'unun özel amaçlı iken 10'u ticari amaçlı kullanılmaktadır.

Araştırmaya katılan yat kaptanlarının/yat sahiplerinin profil bilgileri analiz ve bulguları, kullanılan tekneye ilişkin genel bilgiler Tablo 2 ve Tablo 3'te ayrıntılı olarak verilmektedir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Yat Kaptanı/ Yat Sahibi İle İlgili Genel Bilgiler

Değişken	N	%	Değişken	n	%
Cinsiyet			**Milliyet**		
Erkek	119	88.8	Türk	103	76.9
Kadın	15	11.2	Yabancı	31	23.1
Toplam	134	100	Toplam	134	100
Medeni Durum			**Meslek**		
Evli	100	74.6	Emekli	20	14.9
Bekar	34	25.4	Denizci (yat kaptanı, gemici, yelkenci)	54	40.3
Toplam	134	100	Yönetici	21	15.7
Yaş			SerbestMeslek	9	6.7
19-25	10	7.5	Mühendis	10	7.5
26-35	27	20.1	Doktor	8	6.0
36-45	27	20.1	Diğer	12	9.0
46 veüstü	70	52.2	Toplam	134	100
Toplam	134	100	**Eğitim**		
YıllıkGelir			İlk Okul	4	3.0
10.000 $'a kadar	42	31.3	OrtaOkul	8	6.0
10.000-50.000	61	45.5	Lise	42	31.3
50.000-100.000	14	10.4	Üniversite	56	41.8
100.000$ veüzeri	17	12.7	YüksekLisans	20	14.9
Toplam	134	100	Doktora	4	3.0
			Toplam	134	100

n: Katılımcı sayısı, %: Yüzde

Tablo 2'de de görüldüğü gibi müşterilerin eğitim durumları dikkate alındığında katılımcıların büyük bir kısmının yüksek öğretim düzeyinde ((%41.8-56) üniversite mezunu), ((%31.3-42) lise mezunu) olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan 134 katılımcının %76.9'u (103) T.C. uyruklu iken, %23.1'inin (31) ise yabancı uyruklu olduğu göze çarpmaktadır. Anketi cevaplayanların meslek durumlarına göre dağılımlarında ise katılımcılardan %40.3'ünün (54) denizci, %15.7'sinin (21) ise yönetici pozisyonunda çalışan kişilerden oluştuğu görülmektedir. Gelir durumlarına göre dağılımda ise katılımcıların %45.5'i (61) yıllık olarak 10.000-50.000 arasında gelir düzeyine sahip olduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 3: Tekne İle İlgili Genel Bilgiler

Değişken	n	%	Değişken	n	%
Yatçılık Tecrübesi			**Tekne Tipi**		
5 yıl ve altı	27	20.1	Yelkenli	68	55.7
6- 10 yıl	30	22.4	Motoryat	66	49.3
11-20 yıl	41	30.6	Toplam	134	100
21 yıl ve üstü	36	26.9	**Teknenin Kullanım Amacı**		
Toplam	134	100	Özel	124	92.5
Teknedeki Görevi			Ticari	10	7.5
YatSahibi	72	53.7	Toplam	134	100
YatKaptanı	44	32.8	**Teknenin Yatak Kapasitesi**		
Yatsahibi/ YatKaptanı	11	8.2	1-5 arası	65	48.5
Diğer	7	5.2	6-10 arası	60	44.8
Toplam	134	100	11 veüzeri	9	6.7
Teknenin Bayrağı			Toplam	134	100
Türk	33	24.6	**Marinanın Kullanım Amacı**		
ABD	66	49.3	Tamir-Bakım-Tutum	4	3.0
İngiliz	27	20.1	Bağlama-Barınma	95	70.9
Alman	5	3.7	Tamir vs.ve Bağlama-Barınma	35	26.1
Diğer	3	2.1	Toplam	134	100
Toplam	134	100			

n: Katılımcı sayısı, %: Yüzde

Teknelere ilişkin veriler incelendiğinde ise teknede görev alma süresine göre katılımcıların yaklaşık yarısının 10 yıl ve üzeri deniz tecrübesine sahip olduğu görülmektedir. Teknedeki pozisyon dikkate alındığında ise katılımcıların %53.7'sinin (72) yat sahibi, %32.8'inin (44) yat kaptanı ve %8.2'lik kısmın (11) ise yat kaptanı-yat sahibi olduğu görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere kullanılan teknelerin büyük bir çoğunluğunun (%92.5-124) özel amaçlı olduğu göze çarpmaktadır. Marinanın kullanım amacı incelendiğinde ise müşterilerin büyük bir kısmının (%70.9) marinaları bağlama-barınma hizmeti amacıyla tercih ettiği görülmektedir. Tablo 4'tesaha araştırması sonucunda ziyaret edilen toplam 8 marinadan elde edilen Türk ve yabancı uyruklu katılımcıların dağılımları ve Türk ve yabancı yat sahiplerinin/yat kaptanlarının kullandıkları tekne tipine göre dağılımlarına yer verilmektedir.

Tablo 4:Müşterilerin Marinalar Bazında Dağılımı

Müşteriler		IC Çeşme Marina	Setur Çeşme Marina	Port Alaçatı Marina	Levent Marina	Setur Kuşadası Marina	Teos Marina	Ece Saray Marina	D-Marin Didim Marina
Türk		27	11	11	5	12	18	10	9
Yabancı		7	-	-	-	6	2	16	-
Müşteriler		**Yelkenli**				**Motoryat**			
Türk		42				61			
Yabancı		26				5			

Saha araştırmasında ziyaret edilen marinaların Türk ve yabancı yat sahibi/ yat kaptanı dağılımına bakılacak olunursa "düşük sezon koşulları"nda en fazla Türk müşteri IC Çeşme Marina'da, yabancı müşteri ise Ece Saray Marina'da bulunmaktadır. Türk ve yabancı yat sahibi/yat kaptanlarının kullandıkları tekne tipine göre dağılımlarında Türk müşterilerin daha çok motoryat tekne tipini, yabancı müşterilerin ise yelkenli tekne tipini tercih ettikleri verdikleri cevapların sonucunda ortaya çıkmıştır.

- **Marina Müşterilerinin Algılarına İlişkin Karşılaştırmalı Analizler (T-testi)**

Araştırma kapsamında marina müşterilerinin marinalarda sunulan hizmetlerin kalitesi değişkenlerine yönelik algılarının değerlendirilmesinde yat sahibi ve yat kaptanları arasında karşılaştırmalı analizler yapılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda t-testi yöntemi kullanılmıştır.

Toplam 134 yat sahibi/ yat kaptanı katılımcının hizmet kalitesi değişkenlerine yönelik algılarındaki farklılıkların tespiti açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak belirlenmiş ana hipotez ve alt hipotezlerin testi gerçekleştirilmiştir. Ana hipotezler olarak marina müşterilerinin hizmet kalitesinde algıladıkları farklılıkları tespit etmek amacıyla aşağıda belirtilen **Hipotez 1**, **Hipotez 2**, **Hipotez 3** geliştirilmiştir.

H_1: Türk ve yabancı yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

H_2: Yelkenli ve motoryat tipi tekne kullanan yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

H_3: Farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri Türk ve yabancı yat sahipleri/ yat kaptanları acısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla **Hipotez 1** geliştirilmiştir.

H_1: Türk ve yabancı yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Hipotez 1 ışığında anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Toplam 134 katılımcının 31 tanesinin yabancı uyruklu olmasından dolayı 103 Türk uyruklu müşteri arasından yabancı uyruklu katılımcının çoğunlukta olduğu marinalar (Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina) göz önünde bulundurularak rastgele 31 kişi seçilmiş ve bunlar arasında karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. Tablo 5'te gösterildiği üzere ana hipoteze dayandırılarak oluşturulan alt hipotezlere ait sonuçlara yer verilmektedir. Toplam 43 alt hipotezin 6'sının desteklendiği görülmektedir.

Tablo 5: Yat Sahiplerinin/Yat Kaptanlarının Uyruklarına Gore Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi, Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

Alt Hipotezler Türk ve yabancı yat sahipleri /yat kaptanları…....değişkenini farklı değerlendirir.	**Ort.[1]**	**T [2]**	**Çift K.**	**Sonuç**
$H_{1.1}$:"Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojiktir"	**1*:3,1613 2**:3,9032**	**$T^{1:}$-2,614 $T^{2:}$-2,614**	**,011 ,011**	**Desteklendi**
$H_{1.2}$: "Marinanın üst yapı elemanları modern ve teknolojiktir."	**1:3,3548 2:3,9032**	**$T^{1:}$-2,031 $T^{2:}$-2,031**	**,047 ,047**	**Desteklendi**
$H_{1.4}$: "Ortak kullanım (duş & tuvalet vb.) alanları sayıca yeterlidir"	**1:3,6452 2:4,2903**	**$T^{1:}$-2,641 $T^{2:}$-2,641**	**,011 ,011**	**Desteklendi**
$H_{1.5}$:"Marinanın alt yapı hizmetleri engelli yatçılar için uygundur"	**1:2,7097 2:3,4839**	**$T^{1:}$-3,151 $T^{2:}$-3,151**	**,003 ,003**	**Desteklendi**
$H_{1.6}$: "Yat yanaşma ve çekek yerlerinin hizmeti yeterlidir"	**1:3,3226 2:4,0323**	**$T^{1:}$2,592 $T^{2:}$-2,592**	**,012 ,012**	**Desteklendi**
$H_{1.34}$:"Marina personelinin yabancı dil düzeyleri tatmin edicidir"	**1:3,1935 2:4,0968**	**$T^{1:}$-3,303 $T^{2:}$-3,303**	**,002 ,002**	**Desteklendi**

[1]: Ortalama, [2]: Test Değeri, [3]: Güven Aralığı, *Türk Yat sahibi/Yat kaptanı **Yabancı Yat Sahibi/Yat Kaptanı, 5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5': Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 5'te gösterildiği üzere kabul edilen alt hipotezlerin ortalama değerleri incelendiğinde**$H_{1.1}$,$H_{1.2}$,$H_{1.4}$, $H_{1.5}$,$H_{1.6}$, $H_{1.34}$** hipotezleri desteklenmiştir. Bu alt hipotezlerinde yabancı müşterilerin algı

düzeylerinin Türk müşterilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonuç olarak desteklenen alt hipotezlerde Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina'dan hizmet alan yabancı müşterilerin algı düzeyleri Türk müşterilere göre daha yüksektir.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri yelkenli ve motoryat tekne tiplerini kullanan yat sahipleri/yat kaptanları açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla **Hipotez 2** geliştirilmiştir.

H_2: Yelkenli ve motoryat tipi tekne kullanan yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Ana hipotez sonucunda anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 6'dagösterildiği üzere toplam 43 alt hipotezin 3 tanesinin desteklendiği görülmektedir.

Tablo 6: Yat Sahiplerinin/Yat Kaptanlarının Sahip Oldukları Tekne Tipine Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi, Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

Alt Hipotezler Yelkenli ve motoryat kullanan yat sahipleri/yat kaptanları….değişkenini farklı değerlendirir.	**Ort.[1]**	**T [2]**	**Çift K.**	**Sonuç**
$H_{2.1}$: "Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojiktir"	**1*:4,1324 2**:3,6818**	**$T^{1:}$2,429 $T^{2:}$ 2,419**	**,016 ,017**	**Desteklendi**
$H_{2.24}$: "Marina personeli daima güler yüzlü, yardım sever ve kibardır"	**1: 4,4118 2: 4,0606**	**$T^{1:}$ 2,030 $T^{2:}$ 2,022**	**,044 ,045**	**Desteklendi**
$H_{2.26}$:"Marina personeli beklenen hizmeti zamanında yerine getirir"	**1:4,3529 2: 3,9394**	**T^{1}: 2,518 $T^{2:}$ 2,502**	**,013 ,014**	**Desteklendi**

[1]: Ortalama, [2]: Test Değeri, [3]: Güven Aralığı, *Yelkenli **Motoryat
5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Kabul edilen alt hipotezlerin ortalama değerleri incelendiğinde; **$H_{2.1}$**, **$H_{2.24}$**,**$H_{2.26}$**alt hipotezlerinin yelkenli tekne kullanıcıları tarafından daha yüksek ortalama değere sahip olduğu göze çarpmaktadır.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla **Hipotez 3** geliştirilmiştir.

H_3: Farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Ana hipotez sonucunda anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 7'de gösterildiği üzere toplam 43 alt hipotezin 11 tanesinin desteklendiği görülmektedir. Toplam 134 katılımcının 33 tanesinin Türk bayraklı tekneye sahip olmasından dolayı 101 yabancı bayraklı tekne; Türk

bayraklı teknenin çoğunlukta olduğu marinalar (Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina, D-Marin Didim) göz önünde bulundurularak rastgele 33 tanesi seçilmiş ve bunlar arasında karşılaştırmalı analiz yapılmıştır.

Tablo 7: Yat Sahiplerinin/Yat Kaptanlarının Sahip Oldukları Teknelerin Bayraklarına Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi, Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

Alt Hipotezler Farklı bayraklar altında seyir yapan yat sahipleri/yat kaptanları…...değişkenini farklı değerlendirir.	**Ort.[1]**	**T [2]**	**Çift K.**	**Sonuç**
$H_{3.11}$:"Marinada gerçekleştirilen sosyal faaliyetler yeterlidir"	**1:3,5161 2:2,5161**	**$T^{1:}$ 2,744 $T^{2:}$ 2,744**	**,008 ,008**	**Desteklendi**
$H_{3.16}$: "Marina personeli iyi giyimli, bakımlı ve temiz görünüşlüdür"	**1:4,6129 2:3,9355**	**$T^{1:}$2,598 $T^{2:}$ 2,598**	**,012 ,012**	**Desteklendi**
$H_{3.26}$: "Marina personeli beklenen hizmeti zamanında yerine getirir"	**1:4,5484 2:3,7742**	**$T^{1:}$3,181 $T^{2:}$ 3,181**	**,002 ,002**	**Desteklendi**
$H_{3.27}$: "Marina personeli beklenen hizmeti tam olarak yerine getirir"	**1:4,4839 2:3,8387**	**$T^{1:}$2,631 $T^{2:}$ 2,631**	**,011 ,011**	**Desteklendi**
$H_{3.28}$: "Marinada tekne giriş ve çıkış prosedürleri zamanında yapılmaktadır"	**1:4,6452 2:4,1613**	**$T^{1:}$2,354 $T^{2:}$ 2,354**	**,022 ,023**	**Desteklendi**
$H_{3.31}$: "Marinada sağlanan güvenlik hizmetleri yeterlidir"	**1:4,2903 2:3,4194**	**T^{1}: 2,770 $T^{2:}$ 2,770**	**,007 ,008**	**Desteklendi**
$H_{3.32}$: "Marina kötü hava koşullarına karşı korunaklıdır"	**1:4,6452 2:4,0323**	**$T^{1:}$ 2,953 $T^{2:}$ 2,953**	**,004 ,005**	**Desteklendi**
$H_{3.33}$: "Marina personelinin bilgi ve beceri düzeyleri yüksektir"	**1:4,5484 2:3,8710**	**$T^{1:}$ 2,888 $T^{2:}$ 2,888**	**,005 ,006**	**Desteklendi**
$H_{3.35}$: "Marina personeli müşterilerine karşı bireysel ilgi göstermektedir"	**1:4,5161 2:3,7742**	**$T^{1:}$3,103 $T^{2:}$ 3,103**	**,003 ,003**	**Desteklendi**
$H_{3.36}$: "Marina personelinin iletişim becerileri yüksektir"	**1:4,5161 2:3,9677**	**$T^{1:}$ 2,447 $T^{2:}$ 2,447**	**,017 ,017**	**Desteklendi**
$H_{3.43}$: "Marinada müşterilere yönelik verilen sportif faaliyetler yeterlidir"	**1:3,2903 2:2,2903**	**$T^{1:}$2,847 $T^{2:}$ 2,847**	**,006 ,006**	**Desteklendi**

[1]: Ortalama, [2]: Test Değeri, [3]: Güven Aralığı, *Türk **Yabancı
5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Kabul edilen alt hipotezlerin ortalama değerleri incelendiğinde; **$H_{3.11}$, $H_{3.16}$, $H_{3.26}$, $H_{3.27}$, $H_{3.28}$,$H_{3.31}$, $H_{3.32}$,$H_{3.33}$** *ve* **$H_{3.43}$**alt hipotezlerinin Türk bayraklı tekneler tarafından daha yüksek ortalama değere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Sonuç olarak desteklenen alt hipotezlerde Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina, D-Marin Didim'de hizmet satın alan Türk bayraklı teknelerin ortalama değerleri yabancı bayraklı teknelere oranla daha yüksek çıkmıştır.

- **Marina Müşterilerinin Algılarına İlişkin Karşılaştırmalı Analizler (One-Way Anova)**

One-way Anova üç veya daha fazla sayıdaki grubun karşılaştırılmasının yapılması için uygulanan bir analizdir. Bu testin ön

şartlarından biri bütün grupların normal dağılım sergileyen bir ana kitleden tesadüfî olarak seçilmiş örnekler olması gerekir. Anova testinde de, testi kullanabilmek için varyansların eşit olması gerekir.

Bu başlık altında hizmet kalitesi değişkenleri anket formunda yer alan meslek, yaş, teknedeki görev ve yatçılık tecrübesinin değerlendirildiği sorular Anova testi ile analiz edilmiştir. Toplam 134 katılımcının hizmet kalitesi değişkenlerine yönelik algılarındaki farklılıkların tespiti açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak belirlenmiş ana hipotez ve alt hipotezlerin testi gerçekleştirilmiştir. Ana hipotezler olarak marina müşterilerinin hizmet kalitesinde algıladıkları farklılıkları tespit etmek amacıyla **Hipotez 4** ve **Hipotez 5** geliştirilmiştir.

H_4: Farklı görevlerde bulunan müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

H_5: Farklı meslek gruplarına sahip müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri farklı görevlerde bulunan müşteriler açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla **Hipotez 4** geliştirilmiştir.

H_4: Farklı görevlerde bulunan müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Hipotez 4 ışığında anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 8'de gösterildiği üzere ana hipoteze dayandırılarak oluşturulan alt hipotezlere ait sonuçlara yer verilmektedir. Toplam 43 alt hipotezin 3'ünün desteklendiği görülmektedir.

Tablo 8: Yat Sahiplerinin/Yat Kaptanlarının Görevlerine Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi, One Way Anova Sonuçları

Alt Hipotezler Farklı görevlerde bulunan yat sahipleri/yat kaptanları…..... değişkenini farklı değerlendirir.	**Ort.[1]**	**T [2]**	**Çift K.**	**Sonuç**
$H_{4.1}$: "Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojiktir"	**Yat Sahibi** **Yat Kaptanı** **Yat Sahibi ve Yat Kaptanı**	**4,1389** **3,5455** **3,8889**	**4,224**	**Desteklendi**
$H_{4.6}$: "Yat yanaşma ve çekek yerlerinin hizmeti yeterlidir"	**Yat Sahibi** **Yat Kaptanı** **Yat Sahibi ve Yat Kaptanı**	**4,2361** **3,7045** **3,8889**	**3,662**	**Desteklendi**
$H_{4.43}$:"Marinada müşterilere yönelik verilen sportif faaliyetler yeterlidir"	**Yat Sahibi** **Yat Kaptanı** **Yat Sahibi ve Yat Kaptanı**	**3,1667** **2,8409** **2,2222**	**3,312**	**Desteklendi**

[1]: Ortalama, [2]: Standart Sapma, [3]: Test Değeri [4]: Anlamlılık Düzeyi
5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Anlamlı farklılıkların bulunduğu hizmet kalitesi değişkenlerinde yapılan Post Hoc testi içerisinde bulunan Tukey HSD sonuçlarına göre **$H_{4.1}$**alt hipotezinde yat kaptanı ve yat sahipleri arasında (0,012), **$H_{4.6}$**alt hipotezinde yat kaptanı ve yat sahibi (0,024) arasında ve **$H_{4.43}$** alt hipotezinde ise yat sahibi-yat kaptanı ile sadece yat sahibi (0,039) katılımcıları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri farklı meslek gruplarına sahip müşteriler açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla **Hipotez 5** geliştirilmiştir.

H_5: Farklı meslek gruplarına sahip müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Hipotez 5 ışığında anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 9'da gösterildiği üzere ana hipoteze dayandırılarak oluşturulan alt hipotezlere ait sonuçlara yer verilmektedir. Toplam 43 alt hipotezin 2 tanesinin desteklendiği görülmektedir.

Tablo 9: Yat Sahiplerinin/Yat Kaptanlarının Mesleklerine Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi, One Way Anova Sonuçları

Alt Hipotezler Farklı meslek gruplarına sahip yat sahipleri/yatkaptanları….değişkenini farklı değerlendirir.	**Ort.[1]**	**T [2]**	**Çift K.**	**Sonuç**
$H_{5.1}$:"Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojiktir"	**Emekli Serbest Diğer**	**3,7000 3,7500 4,5000**	**6,068**	**Desteklendi**
$H_{5.21}$:"Marinanın otopark kapasitesi ve koşulları yeterli düzeydedir"	**Emekli Serbest Diğer**	**2,7000 3,2024 3,7667**	**3,629**	**Desteklendi**

[1]: Ortalama, [2]: Standart Sapma, [3]: Test Değeri[4]: Anlamlılık Düzeyi
5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Anlamlı farklılıkların bulunduğu hizmet kalitesi değişkenlerinde yapılan Post Hoc testi Tukey HSD sonuçlarında **$H_{5.1}$***"Farklı meslek gruplarına sahip yat sahipleri/yat kaptanları "Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojiktir" değişkenini farklı değerlendirir."* alt hipotezinde emekli ve diğer meslek grubu arasında anlamlı farklılıklar (0,026) bulunması ile birlikte serbest meslek ve diğer meslek grubu arasında da (0,003) anlamlı farklılıklar vardır. **$H_{5.21}$** *"Farklı meslek gruplarına sahip yat sahipleri/yat kaptanları "Marinanın otopark kapasitesi ve koşulları yeterli düzeydedir" değişkenini farklı değerlendirir."* alt hipotezinde ise emekli ve diğer meslek grubu (0,025) arasında anlamlı farklılık vardır.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Deniz turizminin önemli bir parçası olan marinacılık Türkiye'nin turizm faaliyetleri arasında önemli bir role sahiptir. Marinacılık alanında meydana gelen gelişmeler; marina sayılarının ve tekne bağlama kapasitelerinin arttırılması marinaların sosyal ve ekonomik açıdan bölgesel ve ulusal olarak kalkınmasında önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki coğrafi konumu ve iklimi marinacılık sektöründe rekabetçi bir konuma ulaşmasını sağlamıştır.

Müşteriler marinalarda sunulan hizmetlerden beklentilerini karşılandığı ve hatta sunulan hizmetlerin kalitesi beklentilerinin üstüne çıktığı durumlarda memnuniyetlerini belirtirler. Marina müşterilerinde hizmet kalitesi değişkenleri ile sağlanan memnuniyet seviyesi müşterilerin marina seçim tercihlerinde de etkili olmaktadır. Her geçen gün deniz turizmi bileşenleri kapsamında marinacılık sektörüne verilen önem, marinalarda sunulan hizmetlerin iyileştirilmesine, geliştirilmesine ve sürekliliğini korumasına yönelik olmaktadır. Bu kapsamda marinalarda sunulan hizmetlerde yapılan düzenlemeler müşterilerin algıları göz önünde tutularak, müşterileri tatmin etmeye yönelik yapılan çalışmalardır.

Bu çalışmanın en önemli sonuçlarından bir tanesi yabancı ve yerli müşterilerin özellikle marinaların altyapı-üstyapı ve ortak kullanım alanlarının fiziki koşullarının yeterliliği, engelliler için uygun altyapı hizmetlerinin sağlanması konusu ve yat yanaşma-çekek yerlerinde verilen hizmetlerin yeterli olması konularında anlamlı olarak farklı düşüncelere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Ancak her ne kadar yabancılar sayı olarak marinalara eşit olarak dağılmış olmasa da toplam 4 marina için bir sonuca ulaşmak mümkün olabilmektedir. Diğer ifadelere verilen yanıtlara bakıldığında ise yabancı uyruklu müşterilerin aldıkları hizmetin kalitesini daha iyimser algıladıkları göze çarpmaktadır.

Çalışmada müşterilerin marinalarda verilen hizmetler kadar marinanın çevresel koşullarının da önemli olduğu ancak marinaların çevresel kalite düzeylerinin (deniz suyu temizliği) verilen yanıtlar ışığında düşük olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani müşteriler aldıkları hizmetin kalitesinden ziyade çevresel olarak bulundukları koşulların da önemli olduğunu ancak tatmin edici düzeyde olmadığını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar ışığında her ne kadar marina içerisinde makine gücü ile seyreden teknelerin yol açtığı kirlilik belirli bir birikime yol açsa da belirli aralıklarla hava raporları gibi deniz suyu analiz değerlerinin de müşteriler ile paylaşılmasının müşterilerin algılarını olumlu yönde arttıracağı düşüncesini uyandırmaktadır.

Türk bayraklı tekne müşterileri marina personelinin bilgi ve beceri düzeyinden, hizmetin zamanında ve eksiksiz sunulmasından algı düzeyleri yüksek iken yabancı bayraklı tekne müşterileri bu hususlarda anlamlı olarak daha düşük algı düzeyinde bulunmaktadır. Bu durum

özellikle personel iletişim becerileri ve yabancı dil düzeyi gibi hususlarda yabancı bayraklı tekne müşterilerinin anlaşabilmek açısından sıkıntılar yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu durum özellikle yönetimsel olarak marina idaresinin gerek personel alımlarında gerekse belirli aralıklarda gerek bilgi/beceri sınaması gerekse yabancı dil düzeyi sınamasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara göre marinalarda bağlama yapan Türk müşterilerin sahip oldukları özel teknelerde yabancı bayrak tercihlerinin azımsanamayacak kadar çok olduğu göze çarpmaktadır. Türk katılımcıların büyük bir çoğunluğunun deniz kökenli meslek gruplarında çalışmasına karşılık yabancı katılımcıların ise emeklilerden oluştuğu gözlenmiştir. Avrupa ülkelerinde yat turizmine verilen ekonomik değer ile özellikle yatırım ve işletme aşamalarında yaratılan istihdam ve gelir çeşidi artmaktadır. Bunun ile beraber Avrupa ülkelerinde yaşlı nüfusunda ve emekli sayısında görülen artış ile denizcik faaliyetlerine verilen önem yabancı katılımcıların büyük bir çoğunluğunun neden emeklilerden oluştuğunu açıklamaktadır. Ayrıca marinalarda hizmet satın alan müşterilerin büyük bir çoğunluğu yat sahibidir. Yat sahibi olmalarının yanında kendi yatlarının kaptanlığını da yaparak ayrıca yat kaptanına ihtiyaç duymamaktadırlar.

Araştırma kapsamında yer alan marinalar arasında Akdeniz Bölgesindeki marinada düşük sezon koşullarına rağmen yabancı müşterilerin sayıca daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye'nin coğrafi konumu ile beraber iklim koşulları göz önüne alındığında Akdeniz Bölgesi'nde diğer bölgelere oranla yat turizmi sezonunun daha erken başladığı sonucuna ulaşılabilir.

Çalışma kapsamında değerlendirilen marina müşterilerinin kullandıkları tekne tipi dağılımında Türk katılımcıların çoğunluğu motoryat, yabancı katılımcıların ise yelkenli tekneleri tercih ettikleri çıkan sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu durum denizde daha fazla vakit geçirme isteği ve imkânı bulabilen yabancı müşterilerin yelkenli tekne tercih ettiği buna karşın kısa süreli tatil yapma imkânı bulunan yerli müşterilerin ise hız ve zaman ilişkisi açısından bu durumu daha efektif kullanabilecekleri tekne tipine yönelttiği fikrini uyandırmaktadır.

Marinacılık sektöründe Türkiye gelişen deniz turizmi ekonomisi içerisinde daha fazla pay alma potansiyeline sahiptir. Doğal ve kültürel zenginlikleri, uygun coğrafi yapısı, neredeyse on iki ay boyunca yat turizmine elverişli iklimi ile ülkemiz önemli avantajlara sahiptir. Bu çalışmada müşteriler tarafından değerlendirilen marinalarda sunulan genel hizmetler, teknik hizmetler, liman hizmetleri, ofis hizmetleri ve sosyal hizmetlerin değişkenlerinde müşterilerin memnuniyet düzeyleri göz önüne alınarak marinacılık sektöründeki gelişmeler desteklenebilir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre marinalardan hizmet alan müşterilerin milliyetlerinin farklı olması marinalarda sunulan hizmet

değişkenlerini farklı algılayıp değerlendirmelerine ve buna bağlı olarak memnuniyet düzeylerinde de değişikliğe sebep olmaktadır. Marina personelinin yabancı dil düzeyleri yabancı müşteriler açısından oldukça önemli bir değişken olarak belirtilmektedir. Marina personelinin yabancı müşteriler ile doğru iletişim kurması, müşterinin istek ve ihtiyaçlarının tam olarak algılanıp zamanında yerine getirilmesi hizmet kalitesi açısından önemli bir yer tutmakla beraber müşteri memnuniyetini etkilemektedir. Uluslararası standartlarda hizmet sunan marinalarda iletişim becerisi ve yabancı dil düzeyleri yüksek olan personelin bulunması yabancı müşterilerin memnuniyetlerinin yüksek olmasını sağlamaktadır. Ayrıca engelli yat sahiplerinin/yat kaptanlarının ya da misafirlerinin marina tesislerinden yararlanabilmesine yönelik marinaların alt yapı ve üst yapıların uygun olması ve marinalarda bulundurulan özel ekipman ve sistemlerin varlığı yabancı müşteriler tarafından özellikle dikkat edilen konular arasında yer almaktadır. Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina'da engelli yatçılar için sağlanan hizmetler yabancı müşteriler tarafından yüksek bir ortalama ile değerlendirilmiştir.

Marinalarda iskele, rıhtım, yüzer iskele üzerinde uygun mesafeler ile konan su ve elektrik hizmetini sağlayan pedestallar, marina içerisinde sağlanan ulaşım ve iletişim ağı, otopark alanı vb. hizmetler marinaların alt yapı elemanlarını oluşturmaktadır. Marinalarda sağlanan alt yapı elemanlarının modern ve teknolojik olması Türk ve yabancı yat sahibi/yat kaptanlarının marina ile ilgili algılarını etkilemektedir.

Sonuç olarak marinalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi müşterilerin memnuniyetine belirli ölçüde etki etmektedir. Gün geçtikçe denizlerde seyir eden yat sayısı artış göstermektedir. Artan yat sayısı ile beraber yatların sığınacakları, barınacakları ve hizmet alacakları marinalara ihtiyaç doğmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye'de son yıllarda yeni marina işletmelerinin açılmasına ve var olana marinaların bağlama kapasitelerinin arttırılmasına büyük önem vermektedir. Marina sektöründe yapılan bu çalışmalar ile beraber marinalarda sağlanan hizmet kalitesi değişkenlerine gereken önem verilmeli ve marina müşterilerinin algıları ön planda tutularak doğru hizmet verilmesi sağlanmalıdır.

Araştırmanın Kısıtları ve Öneriler

Bu çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren marina işletmelerine yönelik bir araştırma modeli geliştirilmiştir. Çalışmanın konusundan kaynaklanan ve uygulama aşamasında ortaya çıkan birtakım kısıtlar mevcuttur. Araştırmanın ana kütlesini oluşturan Türkiye'de faaliyet gösteren tüm marina işletmelerine ulaşmak için bir takım çalışmalar yürütülmüş olsa da saha araştırması aşaması belirli marinalar ile kısıtlı kalmıştır.

Saha araştırmasının düşük sezon koşullarında yapılması marinalarda bağlama yapan yat sahibi/yat kaptanın sayısının azlığına neden olmuştur. Ayrıca anket formunda kullanılan dilin İngilizce ve Türkçe olması nedeniyle sadece bu dili bilen kişilerin katılımı sağlanmıştır. Daha sonraki çalışmalarda yat turizminin yoğun yaşandığı yüksek sezon koşullarında daha geniş kapsamlı bir araştırma yapılabilir. Ayrıca uygulanacak anket formunun dili çeşitlendirilebilir ve Türkiye'de faaliyet gösteren tüm marinaları kapsayacak bir saha araştırması yapılabilir. Böylece örneklem grubu genişletilebilir. Gelecek çalışmalarda Akdeniz çanağındaki diğer ülkelerdeki marinalarda uygulama yapılabilir ve uluslararası karşılaştırmalara yer verilebilir.

KAYNAKÇA

Adie, D., W. (1984). *Marinas: A Working Guide toTheir Development and Design*. The Architectural Press Ltd.:London, Nichols Publishing Company: New York, 3. Baskı.

Ahipaşaoğlu, H., S. ve Arıkan, İ. (2005). *Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Arlı, E. (2012). "*Marina İşletmeciliğinde Tutundurma Bileşenlerinden Etkilenme Düzeyinin Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi"*. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, 25-52.

Arlı, E. (2013). "*Marina İşletmeciliğinde İlişkisel pazarlama Uygulamalarının Tekrar Satın Alma Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi"*. Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Manisa Cilt:19, Sayı:2.

Balcı, S. (2011). *Marinalarda Teknik ve Operasyonel Yönetim: Bilişim Sistemlerinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Uygulama.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bezirgan, A., E. (2002). "*Yat Limanı Yatırımlarında Olması Gereken Nitelik ve Tesisler*". Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları IV. Ulusal Konferansı, Türkiye Kıyıları 02 Konferans Bildiri Kitabı. Editörler: E. Özhan ve N. Alparslan. Muğla, 5-8 Kasım 2002.

Diakomihalis, M. (2007). "*Chapter 13/ Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects"*. (Maritime Transport: The Greek Paradigm). Research in TransportationEconomics. (21): 419-455.

Dikeç, G. (2015). "*Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Türkiye'deki Marinalar Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz*". (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğanay, H., (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Doğaner, S. (1992). *"Türkiye'nin Yat Limanları".*İstanbul: Deniz Bilimleri ve Coğrafya Enstitüsü.9 (9): 183-106

Eroğlu, O. (2006). *Eğitimde Araştırma Yöntemleri: İzleme Araştırmaları.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Görken, Ö. (2005). *"Marinalarda Uygulanan Çevresel Yönetim Önlemleri".*Ulusal Su Günleri 28-20 Eylül 2005, Trabzon.

Hassan, A. , T., Pelit, E. ve Güçer, E. (2010). Yat Kruvaziyer ve Marina İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi, *Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*, http://www.scribd.com/doc/37791898/7-Blm-6 , (05.02.2015).

Heron, R. veJuju, W. (2012). The Marina: Sustainable Solutions For A profitable Business. https://books.google.com.tr/books?id=pnrxAwAAQBAJ&pg=PA127&lpg=PA127&dq=Heron,+R.+%26+Juju,+W.+%282012%29.+The+Marina:+Sustainable+Solutions+For+A+profitable+Business.&source=bl&ots=TtIM4gbA7t&sig=Rjn4oHIlhsPmsdpJaKHFnifEzbI&hl=tr&sa=X&ei=XYpZVZr8BYPoywPM0IDoBg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=snippet&q=639%20marinas&f=false, (26.12.2014).

Işık, D., A. ve Cerit, G. A. (2008). *"Yacht Tourism Education: A Study on Cirriculums".*International Maritime Lecturers Association *(IMLA) 16 th Conference on MET Kongre Kitabı*, Düzenleyen: Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik İşletmeciliği ve Yönetimi Y.O., İzmir. 14-17 Ekim 2008.

İhsan. A., İ. (1993). "*Türkiye'de Yat Turizmi ve Örnek Bir Marina Organizasyonunun İncelenmesi"*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kurtuluş, K. (2004). *Pazarlama Araştırmaları. Genişletilmiş*. İstanbul: Literatür (7. Basım).

Oral, E., Z. (…..). *"İzmir'de Yat Limanı Yatırımları"*. http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir_yat_limanlari.pdf, (23.09.2014).

Sarı, F., Ö. (2011). "*Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçıların Hizmet Kalitesi Algılamaları ile Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analitik İncelenmesi*". (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sezer, İ. (2012). *"Turistik Fonksiyonları ve Yat Turizmine Etkileri Açısında Didim Yat Limanı (D-Marin Didim)"*. Doğu Coğrafya Dergisi, 17 (28): 103-124.

Yüksel, Y., Çelikoğlu, Y., Çevik, E. ve Gürer, S. (1998). *"Türkiye'de Yatçılık ve Yat Limanları".*İkinci Ulusal Kıyı Mühendisliği Sempozyumu Bildiriler Kitabı. İçel.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0023

GÜNÜBİRLİK GEZİNTİ TEKNELERİNCE SUNULAN HİZMETLER: BODRUM ÖRNEĞİ

[1]Ecem KAYSERİLİ, [2]Şirvan DİNÇER,
[3]Mehmet Özgür YENİLMEZ, [4]A. Güldem CERİT

ÖZET

Türkiye iklimi, kıyılarının yapısı ve coğrafi konumunun sağladığı avantajlar ile özellikle Güney Ege bölgesinde deniz turizmi açısında son derece çekici bir konuma sahiptir. Türkiye'de gerçekleştirilen deniz turizmi aktiviteleri bu avantajlara bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Özellikle İstanbul, Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Fethiye, Datça, Kaş ve bu çalışmanın konusu olan Bodrum gibi bölgelerde günübirlik gezinti tekneciliği faaliyetleri yoğun olarak yer almaktadır. Bu araştırmada Bodrum bölgesinde günübirlik gezinti tekneciliği faaliyetleri yürüten işletmelerin yapılanmaları, verdikleri hizmetler ve bu hizmetlerin çeşitliliği incelenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda yüz yüze görüşmeler yöntemiyle araştırma gerçekleştirilmiştir

Anahtar Sözcükler: Günübirlik gezinti tekneleri, hizmet, Bodrum

[1] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı,Izmir; ecem.kayserili@gmail.com
[2] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, Izmir;sirvandncr@gmail.com;
[3] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, Izmir; mehmetozguryenilmez@hotmail.com
[4] Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Izmir; gcerit@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Dünya turizm endüstrisinde pay alan deniz turizmi, içinde birçok sektörü barındırmaktadır. Bunların en önemlilerinden biri olarak günü birlik gezinti tekneciliği gelir.

Dünyada günübirlik gezinti tekneciliği birçok farklı amaca hizmet vermektedir. Ülkelerin coğrafi yapılarına ve su kaynaklarına göre bu hizmetler farklılık gösterir. Türkiye'de ise günübirlik gezinti tekneciliği hızla yükselen bir deniz turizmi alanıdır. Diğer turizm alanlarında olduğu gibi bu sektörde de ülkemizin deniz turizmine elverişli iklim, coğrafi yapı ve uygun koyları, günübirlik gezinti tekneciliği için elverişli bir ortam sağlamaktadır.

2. HİZMET KAVRAMI VE BİR ÜRÜN OLARAK HİZMET

Günümüzde hemen hemen tüm örgütler var oluş amaçlarını "hizmet vermek; halka, tüketiciye hizmet vermek" biçiminde ifade etmektedir. Geleneksel olarak hizmet işletmesi olarak tanımlayabileceğimiz bankalar, restoranlar, turizm işletmeleri dışında artık bir buzdolabının, otomobilin ya da bilgisayarın satışı da hizmet ağırlıklı mesajlar içermektedir (Öztürk, 2013).

Bu karışıklıktan dolayı hizmetin tanımını kesin olarak yapmak olanaklı değildir. Fakat geçmişten günümüze kadar birçok hizmet tanımı yapılmıştır. Bu tanımlardan yola çıkarak bir sonuca ulaşabiliriz.

Hizmet, bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan bir faaliyet'' olarak tanımlanmıştır (Cowell, 1984). Hizmetlerin modern tanımlarının bazıları aşağıdaki gibidir;

Hizmet, bir tarafın diğerine önerdiği ve temelde soyut, herhangi bir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan eylem ya da uygulamalardır. Onun üretimi fiziksel bir ürüne bağlı olabileceği gibi olmayabilir de (Kotler, 1997).

Hizmet, mutlaka olmasa da doğal olarak az ya da çok dokunulmaz (soyut) yapısı olan, müşteri ile hizmet personeli ve/veya hizmeti sağlayan fiziksel kaynakları, malları ve/veya sistemleri arasında etkileşim anında oluşan ve müşteri problemlerine çözüm olarak sağlanan bir faaliyet ya da faaliyet dizisidir (Grönroos,1990).

Hizmet kavramını tanımlarken dokunulabilir olmamanın hizmetin bir özelliği olduğundan bahsedilmişti. Hizmetleri fiziksel mallardan farklı kılan bu özelliğin dışında, türdeş olmama, eş zamanlı üretim ve tüketim, dayanıksızlık ve sahipliğin olmaması da hizmetlerin ortak özelliklerindendir (Öztürk, 2013).

2.1. Kalite ve Hizmet Kalitesi

Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQ)'nin tanımına göre kalite; ‘’*bir mal ya da hizmetin belirli bir gereksinimi karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerin tümü*’’dür (ASQ,2015).

Turizm işletmeleri açısından kalite; turistlerin mevcut ya da doğabilecek ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetlerin üretilmesi, işletmenin faaliyet verimliliğinin arttırılması ve etkin bir maliyet kontrol sürecinin yardımıyla maliyetlerin düşürülmesi amacı ile kullanılan stratejik bir araçtır (Oral, 1999).

2.2. Turizm İşletmelerinde Kalite

Turizm açısından kaliteyi çeşitli özellikleri açısından tanımlamak mümkündür. Aşağıda sıralanan bütün özellikler kaliteli hizmet tanımı için doğrudur ve gerçekleşmesi istenen kaliteli hizmetin belirleyicileridir (Pırnar, 2002):

a. Kalite müşterinin ihtiyaçlarıdır. Bugünün üretim anlayışında müşterinin ihtiyaç ve beklentileri, kalitenin en belirleyici faktörlerinin başında gelmektedir. İnsana yönelik ve insani ilişkiler içeren turizm sektöründe bu husus özellikle önem taşımaktadır.
b. Turizm ürünü için kalite, müşteri beklentilerine uygunluk olarak da tanımlanabilir. Örneğin iyi bir tatil paket programı veya güzel bir otel odası için beklentilere uygunluk yani isteklerin yerine gelmesi aranılan önemli bir özelliktir.
c. Kalite sürekli başarı demektir. İyinin de iyisi vardır. Turizm işletmelerinde mükemmelliğe doğru sürekli gelişim, kaliteyi de beraberinde getirmektedir.
d. Turizm sektöründe kalite sunulan hizmetin eksiğini veya hatasını bulmak değildir, onu eksiksiz ve hatasız olarak gerçekleştirmektir.
e. Turizm sektöründe kalite ölçülebilen ve değerlendirilebilen, müşteri memnuniyetiyle doğru orantılı bir unsurdur.

3. GEZİNTİ TEKNESİ VE GÜNÜBİRLİK GEZİNTİ TEKNESİ KAVRAMLARI

Orams (1999)’a göre deniz turizmi, insanların eğlencesel etkinlikler gerçekleştirmek için ikamet ettikleri yerden seyahat ederek bir denizel çevreye varmaları, odaklanmaları ve ağırlanmalarıdır. Bu tanım kapsamında yer alan meslek faaliyetleri; yat yatırımları ve işletmeciliği,

mürettebatsız tekne (bare boat) işletmeciliği, yat yapım, bakım-onarım çekek yer işletmeciliği, marina işletmeciliği, yat malzemeleri satış işletmeciliği, kruvaziyer turizmi, dalış turizmi ve su sporları ve bu çalışmanın konusu olan günübirlik gezi teknesi işletmeciliğidir.

"Gezinti" kelime anlamı olarak "Uzak olmayan bir yere yapılan gezi,tenezzüh" olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). İngilizce'de gezinti karşılığı "excursion" olarak kullanılan kelime ise "keyif (pleasure) amaçlı kısa gezi" olarak tanımlanmaktadır (www.merriam-webster.com).

17/11/2009 tarih ve 27409 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Gemilerin Teknik Yönetmeliği'nin 3. Maddesine göre gezinti/tenezzüh gemisinin tanımı aşağıdaki gibidir;

Gezinti/Tenezzüh gemisi: Belirli bir noktadan hareket ederek liman seferi bölgeleri içerisinde önceden belirlenmiş bir rotada ve aynı gün içerisinde yolcusuyla günlük turunu tamamlayan, oturma düzeneği sabit olan veya olmayan eğlence, sosyal veya kültürel aktiviteler için kullanılan denize elverişlilik belgesinde 12 den fazla yolcu taşıma kapasitesi olan yolcu gemileri.

Ayrıca Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği'nce Deniz Turizmi Aracı İşletmesinde kullanılacak günübirlik gezinti tekneleri aşağıda belirtilen nitelikleri taşımalıdır (T.C. Resmi, Gazete, 28.04.2010):

1. Yolcu kapasitesi ile uyumlu yemek masası ve oturma grubu,
2. Güneşlenme grupları,
3. Genel kullanım alanlarından tecrit edilmiş mutfakta; bulaşık yıkama ve hazırlık yerleri, ocak ve/veya fırın, buzdolabı veya buz kutusu, gerekli emniyet ve havalandırma tedbirleri alınmış tüp veya tercihen elektrikli ısıtıcılar,
4. En az bir soyunma kabini. Kamarası olan teknelerde kamara soyunma kabini yerine geçer.
5. 1-50 kişi arası en az bir adet, 51-100 kişi arası en az iki adet, 101-300 kişi arası en az dört adet, 301 kişi ve üzeri için en az altı adet tuvalet, işbu tebliğin yayım tarihinden altı ay sonra omurgası kızağa konulan günübirlik gezi tekneleri için ise, bay-bayan ayrımı yapılmak koşuluyla 1-50 kişi arası en az iki adet, 51-100 kişi arası en az üç adet, 101-300 kişi arası en az dört adet, 301 kişi ve üzeri için en az altı adet tuvalet,
6. Teknik normlara uygun olarak aydınlatma ve gece yapılan gezilerde teknelerin aydınlatılması, gece güvenliğinin sağlanması,
7. Yangın söndürme tüpleri veya sistemi,
8. Yolcuların görebileceği yerlere asılan can güvenliğiyle ilgili uyarı levhaları,
9. Çöp kutuları,
10. Temiz ve pis su tankları

Gezinti teknelerinin uyması gereken kurallar da aşağıdaki gibi belirtilmiştir (T.C. Resmi, Gazete, 28.04.2010):

Yiyecek İçecek Kuralları:

1. Beyaz kırılmayan (melamin vb.) servis tabakları, (çatal bıçak kaşık vb.) kağıt poşet içinde verilmesi
2. Kullanılan ekmeğin tek kişilik olarak gramajlar halinde poşetlenerek müşteriye sunulması
3. Yemek masalarında örtü ve muşamba gibi malzemeler kullanılmaması
4. Bandrolsüz içki kullanılmaması
5. Masalarda peçete kutularının bulundurulması, masa temizliğinin yemek dağıtımından önce gözden geçirilmesi
6. Fiyatların standartların altına düşürülerek kalitesiz hizmet ve yiyecek maddelerinin müşterilere sunulmaması

Hijyen Kuralları:

1. Oturma gruplarında veya teknede eski, kirli halı, kilim vs. malzemelerinin kullanılmaması, sadece yürüyüş koridorunda kaymayı önlemek amacıyla ince halı yolluklar temiz olmak kaydıyla kullanılabilir.
2. Güneşlenme ve oturma gruplarında bulunan minderlerin silinebilir ve bakteri üretmeyen türden malzemeyle kaplanması ve her sezonda elden geçirilerek yenilenmesi
3. Mutfak tezgahının ve dolapların temiz düzenli ve hijyen kurallarına uygun şekilde düzenlenmesi
4. Mutfakta yer kaplama malzemesi olarak halı, kilim gibi bakteri üretecek malzemelerin kullanılmaması

Duş-Tuvalet Kuralları:

1. Tuvaletlerde sıvı sabun peçete ve tuvalet kağıdı bulundurulması, personel tarafından sürekli takibinin yapılarak temizlik sürekliliğinin sağlanması
2. Tuvaletlerin bakteri üretecek halı, kilim gibi malzemelerle kaplanmaması tuvalet zemininin mümkün olan en açık renkli yıkanabilir, silinebilir malzemelerle kaplanması ve boyanması
3. Soyunma kabinlerinin temiz, korunaklı ve içeriden kilitlenecek şekilde tasarlanması.

Çalışanlara İlişkin Kurallar:

1. Çalışanların, teknenin isimlerini, ticari unvanını, iş statüsünü (kaptan, gemici,garson vb.) taşıyan tek tip kıyafet giymesi
2. Personelin kişisel temizlik kurallarına uymasının sağlanması
3. Personelin kendi aralarında yüksek sesle ve etrafı rahatsız edecek şekilde konuşmaması, personelin kendi aralarındaki hitap şekillerinde isimlerin başına (bay,bayan vb.) eklemeleri

Yolcu İndirip Bindirme Kuralları:

1. Bağlı bulundukları balıkçı barınakları ve limanlardan yolcu alınarak yine aynı limanda gezi sonunda yolcusunu indirebilecektir. Otel önlerinden, açık denizde botlarla yolcu alınamaz ve indirilemez
2. Acente aracılığıyla gelmeyen, münferit gelen müşterilere fiş, fatura kesilmesi
3. Günübirlik gezi tekneleri belgeyi aldıkları İlçe Günübirlik Deniz Turizmi Kurulu'nun görev yetki alanında ve bağlı bulunduğu Liman Başkanlığından seyir izni alsalar dahi, belgeyi aldığı ilçede görev yapabileceklerdir. Başka bir ilçede hizmet verecekler ise hizmet vermek istedikleri İlçe Günübirlik Deniz Turizmi Kurulu'ndan yeniden belge almak ve eski belgeyi iptal ettirmek zorundadırlar.

Emniyet ve Çevre:

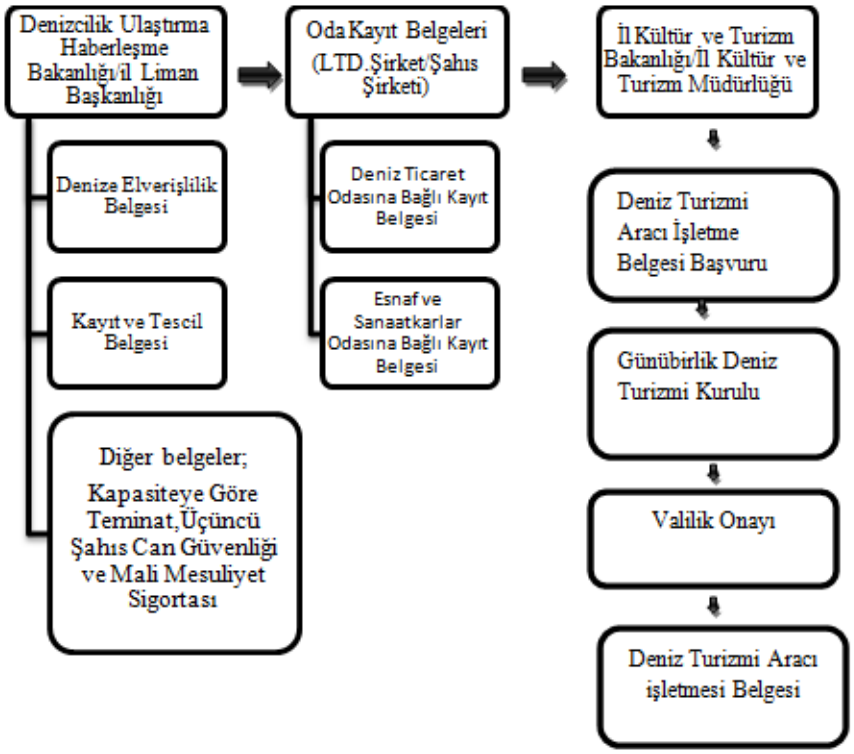
a. Limanda müşteriye tanıtım yapmak amacıyla her teknenin tanıtıcı broşürlerini bulundurması, yüksek sesle müşterileri rahatsız edecek şekilde hanutculuk yapılmaması.
b. Personelin, yanaşılan koylarda müşterilerin yüzdükleri sırada su üstü sporları faaliyeti can güvenliğini tehlikeye atacak davranışlarda bulunmaması
c. Bağlama yerinde müşteri beklerken yüksek sesle müzik açılmaması, seyir halinde ve yanaştığı koylarda teknedekilerin duyabileceği kadar müzik açılması ve gürültü kirliliğinin önlenmesi

3.1. Günübirlik Gezinti Teknesi İşletmeciliği, Taraflar ve Süreçler

Türkiye'de günübirlik gezinti tekneciliğinin kapsamında birçok aktör yer almaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Doğan, 2015).

a. Tekne sahipleri
b. Kooperatifler
c. Dernekler
d. Deniz Turizmi Kurulları
e. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
f. Liman Başkanlığı
g. Sahil Güvenlik Komutanlığı
h. Deniz Ticaret Odası
i. Valilikler
j. Kaymakamlıklar
k. Turizm Acenteleri
l. Tedarikçiler
m. Turistler

Günübirlik deniz turizmi araçlarının başvurularının kabulü, incelenmesi, fiziksel nitelikleri, işletme ve hizmet kalitesinin sürekliliğinin sağlanması, seyir bölgelerinde deniz turizmi araçlarının seyir, demirleme, durmalarına ilişkin kuralların ve araç kapasitesinin belirlenmesi, değerlendirilmesi ve işletmecilik faaliyetleri ile gerekli tedbirlerin alınması amacıyla mahallinde Deniz Turizmi Kurulları oluşturulur. Bu kurul en büyük mülki amirin başkanlığında İl Kültür ve Turizm Müdürü, Liman Başkanı, Sahil Güvenlik Komutanı veya görevlendireceği kişi, Deniz Ticaret Odası temsilcisi ve ilgili valilikçe belirlenecek o mahaldeki dernek, kooperatif veya kooperatifler birliği gibi birer meslek temsilcisinden oluşur. İlde Vali, ilçede Kaymakam Kurul başkanı olarak, İl Kültür ve Turizm Müdürü ikinci başkan olarak görev yapar, (Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği, T.C. Resmi Gazete, 28.04.2010). Deniz Turizmi Yönetmeliği'nde belirlenen gezinti/tenezzüh teknelerinin sahip olması gereken üst yapı niteliklerini taşımak kaydıyla deniz turizm işletmesi belgesi talebinde bulunacak gerçek ve tüzel kişilerin izlemesi gereken yol Şekil 1'de gösterilmiştir (Doğan, 2015).



Şekil 1. Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi Alma Aşamaları
Kaynak: T.C. Resmi Gazete(28.04.2010) ve Doğan, 2015'den yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur

Deniz turizminde çalışacak gezi, spor ve eğlence amaçlı Türk bayraklı ticari kayıtlı deniz araçları işletmelerine turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgelerinin verilmesiyle, bu işletmelerin görevli personelinin nitelikleri denizcilikle ilgili tüm hizmetler gemi adamı belgesine, diğer hizmetler ise uygun sertifikaya sahip kişilerce yürütülür.

4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE GEZİNTİ TEKNECİLİĞİ VE HİZMETLERİ

Günübirlik gezinti teknecili̇ği dünyada, Türkiye'nin aksine, birçok farklı amaçla hizmet vermektedir. Bu hizmetler genellikle coğrafi özelliklere bağlı olarak değişiklik gösterdiği için dünyada ve Türkiye'deki örnekler karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

4.1. Dünyada Gezinti Tekneciliği

Dünyanın çeşitli yerlerinde gerçekleştirilmekte olan ada ve kale turları, koy turları, gala yemekleri, parti organizasyonları, düğün organizasyonları, yelken kursları, balina izleme turları, dalış turları, kafeste köpek balıklarıyla dalış turları, vahşi yaşam izleme turları, günbatımı turları, mağara turları, buzul turları, balıkçılık turları, yanardağ turları ve şarap turları günübirlik teknecilik kapsamında bir çok farklı amacın ve hizmet çeşitliliğinin varlığını göstermektedir. Tablo 1'de dünyadaki farklı deniz turizmi destinasyonlarında gerçekleştirilmekte olan hizmetlerden örnekler yer almaktadır.

Tablo 1. Dünyada Gezinti Tekneciliği Örnekleri

Ülke	Bölge	Tekne Tipi/ Kapasite	Süre	Fiyat (kişi başı)	Hizmetler
Fransa	Marsilya	Fiber/200	1 saat	14,10€	-Ada ve kale turları -Koy turları -Gala yemekleri -Düğün -Kumarhaneler -Şarap turları -Müzik partileri
	Marsilya	Fiber	1 saat	15-32€	
	Marsilya	Katamaran	14 saat	25- 59 €	
	Marsilya	Fiber(solar boat)/12	…	36€	
	Marsilya	Ahşap/16	7 saat	1600€	
Yunanistan	Santorini	Ahşap/170	4 saat	18€	-Yanardağ ve kaplıca turları -Yelken kursları -Gezinti ve yemek turları -Mağara turları -Deniz aslanı izleme turları
	Santorini	Katamaran	5saat	150€	
	Santorini	Ahşap/170	6 saat	60€	
	Mykonos	Fiber/monohull	6saat	75€	
	Corfu	Fiber	10saat	35€	
	Corfu	Ahşap	1saat	…	
Güney Afrika	Gansbaai	Katamaran/40	3-4saat	R1.600.00	-Kafeste, köpek balıklarıyla dalış turları -Balina izleme turları
	Cape Town	Fiber/28	2-2,5 saat	R1,450	
Arjantin	Ushuaia	Katamaran	3saat	$75	-Beagle Kanalı / Vahşi yaşam izleme turları -Buz nehirler ve buzullar turu
	El Calafate	Katamaran	6saat	$244	

Tablo 1. Dünyada Gezinti Tekneciliği Örnekleri (Devam)

Hırvatistan	Split	…	10saat	110 €	-Brac Adası ve Ejderha Mağarası turları -Balıkçılık turları -Gölet turları
	Split	Ahşap	8saat	37€	
	Split	Speedboat/12	4saat	53€	
İtalya	Puglia		3-4saat		-Mağara turları -Yelken kursları -Dalgıçlık turları
	Mallorca	Catamaran/20	6saat	49€	
	Mallorca	Ahşap/12	14saat	55€	
	Mallorca	Katamaran/20	6saat	…	
İspanya	Valencia	Ahşap/20	2saat	15€	-Mehtap turu

Kaynak: Yazarlar tarafından internet kaynaklarından derlenmiştir.

Bu turlar büyük ölçüde bölgelerin coğrafi özelliklerine göre farklılık göstermekte olsa da mehtap turu, gala yemeği turu, eğlence organizasyonu turu ve dalgıçlık turu gibi örnekler her deniz turizmi destinasyonu için uygulanabilirliği olan örneklerdir.

4.2. Türkiye'de Gezinti Tekneciliği

Türkiye'de yoğun olarak Güney Ege kıyılarında gerçekleştirilen günübirlik gezinti tekneciliği koy ve adaları kapsayacak şekilde bir günlük zaman diliminde tamamlanmaktadır. Bu turlar birbirini tanıyan kişilerin özel tekne kiralaması veya yüksek kapasiteli tekneler kullanılarak birbirini tanımayan kişilerin standart tur paketlerine dahil olmasıyla gerçekleştirilir. Ülkemize özgü deniz aracımız olan guletler bu tür geziler için kullanılmaktadır (Atlay Işık vd., 2013). Tablo 2'de Türkiye'deki günübirlik gezinti teknelerinde verilen hizmetlerden örnekler derlenmiştir.

Tablo 2. Türkiye'de Gezinti Tekneciliği Örnekleri

Bölge	Kapasite	Süre	Fiyat (kişi başı)	Hizmetler
Ayvalık	143	7saat	30TL	Koy turları
Cunda Adası	35	6saat	40TL	Koy turları/balık turları
Çeşme	200	7saat	n/m	Koy turları
Fethiye	-	7saat	46TL	Ölüdeniz (kelebekler vadisi) tekne turu
Fethiye	-	8saat	55TL	12 adalar tekne turu
Dalyan	25	3saat	20TL	Caretta caretta safari
Dalyan	25	-	70TL	Ekincik Mağarası ve Koyları Tekne Turu
Marmaris	-	7 saat	40TL	Koy turları
Marmaris/Hisarönü	-	9 saat	55TL	Her şey dahil Ege Adaları turu
Kemer	200	7.5saat	50TL	Köpük partisi turu
Kemer	130	4saat	-	Koy turları
Antalya	-	4.5 saat	20euro	Falez seyir turları
Manavgat	30 ila 150	8 saat	30 TL	Manavgat ırmak bot turu
Manavgat	-	9 saat	130TL	Yeşil kanyon turu
Kaş	25	8.5 saat	70TL	Kekova günlük tur
Kaş	12	8 saat	100 TL	Kaş takım adalar turu

Tablo 2. Türkiye'de Gezinti Tekneciliği Örnekleri (Devam)

Alanya	-	5.5saat	20 Euro	Alanya' nın tarihi tersanelerini, plajlarını ve mağaralarını denizden keşfetme turu
İstanbul	40	8saat	100 TL	Adalar turu
İstanbul	-	8saat	80TL	Boğazda tekne turu ve yüzme
İstanbul	15	4 saat	120 TL	Düğün organizasyonu
İstanbul	2	2 saat	450 TL	Evlenme teklifi turu
İstanbul	250	5 saat	250 TL	Yeni yıl kutlama turları
İstanbul	35-40	-	65 TL	Mezuniyet Kutlama
Bodrum	12-155	6,5 saat	30-60 TL	Koy turları
Bodrum	8	6,5 saat	150 TL	Ailelere özel turlar
Bodrum	-	6-8 saat	35 €	Balık avı turları
Bodrum	1-120	9,5 saat	35€	Tüplü dalış

Kaynak: Yazarlar tarafından internet kaynaklarından derlenmiştir.

5. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışma keşifsel nitelikte bir araştırma olup Bodrum'da günübirlik gezinti teknelerinde verilen hizmetlerin çeşitliliği, bu hizmetlerin verilmesi için yerine getirilmesi gereken prosedürler ve bölgedeki günübirlik gezinti tekneciliği hizmeti veren işletmelerin kooperatif yapılanmalarının yüz yüze görüşme yöntemiyle incelenmesi amaçlanmıştır.

5.1. Metodoloji

Çalışmanın amacı doğrultusunda yöntem yarı-yapılandırılmış mülakat olarak belirlenmiştir. Mülakat yönteminin bir olgu hakkında anketlerden edinilemeyecek derinlikte veriye ulaşma imkanı sağlaması, yanlış anlaşılmadan kaynaklanan ve verilerin geçerliliğine zarar verecek hataların azalmasını sağlaması ve ilave soru sorma imkanından dolayı araştırma öncesinde öngörülmemiş noktaların belirmesini mümkün

kılması gibi özelliklerinden dolayı avantajları bulunmaktadır (Altunışık vd., 2007). Berg (2000) yarı-yapılandırılmış mülakatları belirli bir miktarda sorunun mülakatın gerçekleştirilmesinden önce belirlendiği ancak mülakat sürecinde alınan cevaplar doğrultusunda veya görüşülen kişinin yönlendirmesiyle farklı sorulara yer verildiği mülakat türü olarak tanımlamıştır.

5.2. Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Bu çalışma kapsamında ayrıntılı bilgiler alınabilmesi amacıyla Bodrum'da yer alan 4 adet günübirlik teknecilik kooperatifi yetkilileri ile ve yasalar ile belirlenen sorumlulukları çerçevesinde deniz turizmi alanında kamuya karşı tek yetkili kuruluş olan IMEAK Deniz Ticaret Odası yetkilisi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bodrum'da yer alan 12 adet günübirlik teknecilik kooperatifleri üye sayılarıyla birlikte Tablo 3'de düzenlenmiştir.

Tablo 3. Bodrum'da Yer Alan Günübirlik Gezi Teknecileri Kooperatifleri

Kooperatif İsmi	Üye Sayısı
Gümbet	50
Limaniçi	55
Yahşi Ortakent	13
Akyarlar	---
Kumbahçe	16
Halikarnas	26
Turgutreis	7
Bitez	12
Yalıçiftlik	16
Yalıkavak	12
Göltürkbükü	9
Gündoğan	9
Toplam	225

Kaynak: Yazarlar tarafından gerçekleştirilen görüşmelerden derlenmiştir

Tablo 4'de görüşmelerle ilgili detaylı bilgiler yer almaktadır. Görüşmeler kapsamında tekne turlarında verilen hizmetler, kullanılan teknelerin özellikleri, rota şablonları, kooperatif yapılanmaları ve acentelerin rolü gibi konulara yönelik sorular aktarılmıştır. Araştırmanın bulguları kısmında elde edilen verilere yer verilmektedir.

Tablo 4. Veri Toplama Süreci

İsim	Ünvan	Kurum	Tarih
Celal BİLEN	Kooperatif Başkanı	Bitez	12.12.2015
Mehmet AKBABA	Eski Kooperatif Başkanı	Gümbet	12.12.2015
Mustafa GÜNAYDIN	Kooperatif Başkanı	Limaniçi	12.12.2015
Uğur KAZOĞLU	Kooperatif Başkanı	Halikarnas	12.12.2015
Osman BİLGİN	Meslek Komitesi Üyesi	Deniz Ticaret Odası	16.12.2015

5.3. Araştırmanın Bulguları

Gerçekleştiren mülakatlar doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

- Bodrum'da toplam 12 kooperatif ve 225 üyesi bulunmaktadır.
- Teknelerin boyları 9-32 metre, enleri ise 2.5-7.9 m arasında değişiklik göstermektedir. Boyutlarındaki farklılıklara bağlı olarak müşteri kapasiteleri 12-155 kişi arasında değişmektedir
- Teknelerin yaşları 5-30 yaş aralığındadır ve tekne tiplerinin hepsi ahşap olup ağırlıklı kullanılan tekne tipleri aynakıç, gulet ve iki katlı teknelerdir.
- Bölgedeki günübirlik tekne tur rotaları; Karaada, Poyraz adası, Akvaryum Koyu, Meteor Koyu, Tavşan Burnu, Kızılburun, Oraklar, Pabuç Burnu, Yıldız Adası, Kissebükü, Çatal Adası, Çavus Adası, Kiremit Adası, Koyunbaba, Gümüşlük, Kadıkalesi, Akyarlar, Aspat, Bağla, Camel Beach (Kargı), Alman Koyu'nu kapsamaktadır.
- Teknelerde verilen hizmetler öğle yemeği, beş çayı, alkollü-alkolsüz içecekler, isteğe göre müzik yayını, köpük partisi, talep doğrultusunda rehber eşliğinde koy tanıtımı, yüzme ekipmanları (maske-snorkel, palet, havlu, mayo), animasyon eğlencesidir.
- Teknelerde verilen öğle yemeği menüleri standart olup tavuk/balık, makarna ve salatadan oluşmaktadır.
- Tekneler tanıtımları stantlarda broşürlerle ve az sayıda işletme tarafından web siteleri aracılığıyla yapmaktadırlar.
- Görüşülen kooperatiflerin ortak görüşü günübirlik tur yapan teknelerde çalışan ya da gereksinim duyulan personelin eğitimlerinin yetersizliğidir.
- Personelin eğitimi konusunda eksikliğin var olduğu düşünülen konular; emniyet ve ilk yardım, yabancı dil, gemicilik ve aşçılık eğitimleri olarak tespit edilmiştir.

- Günübirlik tekne turlarında katılan müşterilere emniyete yönelik bir eğitimin verilmediği ve tatbikatın yapılmadığı belirtilmiştir. Bu konuda müşterilerin de bir talebinin bulunmadığı söylenmektedir.
- Günübirlik gezi teknelerinin müşteri profili göz önüne alındığında yat limanlarına kabul edilmediği buna bağlı olarak yolcu indirme bindirme noktalarında sorun yaşadıkları belirtilmiştir.

6. SONUÇ

Bu çalışma ile Türkiye'nin günübirlik gezinti tekneciliği sektörünün Bodrum özelindeki mevcut durumunu ortaya koyarak dünyadan örnekler de göz önünde bulundurularak ülkemizin deniz turizmi alanında hizmet çeşitlendirmesi incelenmiştir. Dünya örnekleri incelendiğinde verilen hizmetlerin büyük oranda coğrafi özelliklere göre değişiklik göstermekte olduğu tespit edilmiştir. Bodrum özelinde de sahip olunan coğrafi zenginlikler, koyların ve adaların gezinti tekneciliğine uygun yapıda olması gibi avantajların varlığı günübirlik gezinti tekneciliği sektörünün arz açısından yüksek seviyede olduğunu göstermektedir.

Bodrum, 12 adet kooperatif yapılanmasıyla bu aktivitenin en yoğun şekilde gerçekleştirildiği bölgelerimizdendir. Ancak sayıca fazla olmasına rağmen bu işletmeler tarafından verilen hizmetler büyük oranda standartlaştırılmış yapıdadır ve işletmeler arasındaki farklılıklar verilen hizmetlerden ziyade tekne boyutları, kapasiteleri ve bunlara bağlı olarak hizmete biçilmiş olan fiyatlandırmayla oluşmaktadır. Görüşmelerden elde edilen ortak kanı kapasite arttırmak adına çift katlı teknelerin kullanılmaya başlanması ile Bodrum'a özgü teknelerin sağladığı dokunun bozulmaya başladığı yönündedir. Bir başka sorun ise hizmet kalitesini arttırmak adına personele yönelik eğitimlerin arttırılmasının gerekliliğidir.

Dünyadaki gezinti tekneciliği örnekleriyle karşılaştırıldığında şarap turları, mehtap turları, dalış turları, özel etkinlik turları(gala yemeği, parti vb.) gibi alternatif turların yetersiz olduğu gözlemlenmiştir.

Kısıtlar ve Sonraki Çalışmalar İçin Öneriler:

Bu çalışmada günübirlik gezinti tekneciliği sektörü, bu sektörde hizmet veren işletmelerle görüşmeler yapılarak incelenmiştir. İleride yapılacak olan araştırmalarda günübirlik gezinti tekneciliği müşterilerinin hizmete yönelik beklentilerinin incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda sonraki çalışmalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi yönüyle de incelenmesi yerinde olacaktır.

Ayrıca saha araştırmaları yapılarak Türkiye'de günübirlik gezinti faaliyetlerinin gerçekleştirildiği diğer bölgelerde de benzer çalışmaların yapılmasının faydalı olacağı ve karşılaştırma imkanı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Adriatica Transfer (2015), http://www.adriaticatransfer.com/boat-tours-from-split-to-brac-island-bol-and-zlatni-rat-beach.asp, Erişim Tarihi: 15.11.2015

Adriatica Transfer (2015), http://www.adriaticatransfer.com/boat-tours-from-split-to-brac-island-bol-and-zlatni-rat-beach.asp, Erişim Tarihi: 15.11.2015

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. Ve Yıldırım, E. (2007) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı,* Sakarya Yayıncılık, İstanbul.

American Society for Quality *(2015). Quality Glossary* http://asq.org/glossary/q.html , Erişim Tarihi: 25.12.2015

American Society for Quality *(2015). Quality Glossary* http://asq.org/glossary/q.html , Erişim Tarihi: 25.12.2015

Argentina4u (2015), http://www.argentina4u.com/en/ushuaia-tours/sailing-tours/beagle-channel-maritime-excursion.html#.VoE9svmLTIU, Erişim Tarihi: 15.11.2015.

Atlay Işık, D., Paker, S. ve Şengönül, G. (2013). *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi,11. Bölüm: Deniz Turizmi,* ss.417-446, Beta Yayınları, İstanbul

Ayvalık Turları (2015), http://www.ayvaliktekneturlari.com/turlar.html, Erişim Tarihi: 15.11.2015

Berg, B.L. (2000). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Allyn and Bacon, California.

Besem Travel Agency (2015), http://tr.excursionmarmaris.com/excursion/hisaronu-tekne-turu-marmaris/, Erişim Tarihi: 15.11.2015

Bleu Evasion (2015), http://www.bleuevasion.fr/, Erişim Tarihi: 15.11.2015

Bodrum Tour (2015), http://www.bodrumtour.com/tr/gunlukturlar.html, Erişim Tarihi: 24.12.2015

Boğaz Turu Organizasyonu (2015), http://www.bogazturu.com/, Erişim Tarihi: 24.12.2015

Bozkurt, R. ve Odaman, A. (1997). *ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri*. MPM Yayınları, Ankara.

Cowell, D. (1984). *The Marketing of Services*, William Heinemann Ltd , Londra.

Croisières Marseille Calanques (2015), http://www.croisieres-marseille-calanques.com/?lang=en, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Doğan, B. (2015). İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü Deniz Turizmi Sekretaryası, Kişisel Görüşme (21.12.2015).
Goélette Alliance (2015), http://www.goelette-alliance.com/, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Greeka (2015), http://www.greeka.com/, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*, Lexington Books, Massachusetts.
Kardak Tourism Dalyan (2015), http://www.dalyancity.com/dalyan_caretta_safari_tour.aspx, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Kotler, P. (1997). *Marketin Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
Lady Bente (2015), http://www.cesmeladybente.com/, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Levantin Catamaran (2015), http://levantin.fr/croisieres, Erişim Tarihi: 15.11.2015
My Mavi Tur (2015), https://www.mymavitur.com/detay_otel.asp?urun=12&KAT=DA, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Oral, S. (1999). *Otel işletmeciliği ve Otel işletmelerinde Verimlilik Analizleri*, Kanyılmaz Matbaası, İzmir.
Orams, M. (1999). *Marine Tourism: Development, Impact and Management*, London: Routledge.
Öztürk, S.A. (2013). *Hizmet Pazarlaması: Kuram, Uygulama ve Örnekler*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
Pırnar, İ. (2002). *Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
See Mallorca (2015), http://www.seemallorca.com/sea/boats/sailing-trip-by-catamaran-from-palma, Erişim Tarihi: 15.11.2015
See Mallorca (2015), http://www.seemallorca.com/sea/boats/sunset-cruise-on-50ft-schooner-from-puerto-pollensa , Erişim Tarihi: 15.11.2015
Sharkcagediving.net (2015), http://www.sharkcagediving.net/the-trip/#boat, Erişim Tarihi: 15.11.2015
Şan Müzik Tur (2015), http://www.bogaztekneturu.com/bogaz_turu_teknede_yilbasi.htm, Erişim Tarihi: 24.12.2015
Şan Müzik Tur (2015), http://www.bogaztekneturu.com/evlenme-teklifi.htm, Erişim Tarihi: 24.12.2015
T.C Resmi Gazete (24.07.2009), Resmi Gazete Sayısı: 27298 Deniz Turizmi Yönetmeliği,

http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724-6.htm, Erişim Tarihi: 02.12.2015

T.C Resmi Gazete (24.07.2009), Resmi Gazete Sayısı: 27298 Deniz Turizmi Yönetmeliği, http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724-6.htm, Erişim Tarihi: 02.12.2015

T.C Resmi Gazete (28.04.2010), Resmi Gazete Sayısı: 27565 Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği, http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/04/20100428-24.htm, Erişim Tarihi: 02.12.2015

T.C Resmi Gazete (28.04.2010), Resmi Gazete Sayısı: 27565 Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği, http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/04/20100428-24.htm, Erişim Tarihi: 02.12.2015

T.C. Resmi Gazete (17.11.2009), Resmi Gazete Sayısı: 27409 Gezi Tekneleri Yönetmeliği, http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.13556&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch= , Erişim Tarihi: 02.12.2015

T.C. Resmi Gazete (28.12.2006), Resmi Gazete Sayısı: 26390 Gezi Tekneleri Yönetmeliği, http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.10901&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch= , Erişim Tarihi: 02.12.2015

T.C. Resmi Gazete (28.12.2006), Resmi Gazete Sayısı: 26390 Gezi Tekneleri Yönetmeliği, http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.10901&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch= , Erişim Tarihi: 02.12.2015

Tengri Travel Agency (2015), http://www.dalyantekneturu.com/detay/105-Ekincik-Tekne-Turu-%7C-Ekincik-Tekne-Turlari-%7C-Ekincik-Koyu-Tekne-Turu-%7C-Koycegiz-Ekincik-%7C-Ekincik-Tekne-Tur-Fiyatlari-%7C-Ekincik-Semizce-%7C-Dalyan-Ekincik-Turlari.html, Erişim Tarihi: 15.11.2015

Very Valencia (2015), http://veryvalencia.com/things-to-do/tours-and-excursions/boat-tours/396-lateen-sailboat-sunset-tour, Erişim Tarihi: 15.11.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0024

ÇUKUROVA BÖLGESİ GEZİ TEKNESİ İŞLETMECİLİĞİNDE JENERİK STRATEJİLER

[1]Özcan YAMAN, [2]Bilge AKSAY

ÖZET

Bu çalışma Akdeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren gezi teknesi işletmelerini Porter'ın (1980) geliştirdiği jenerik stratejiler açısından incelemektedir. Akdeniz Bölgesi kıyı şeridinin coğrafi özellikleri itibariyle kıyı tekneciliğinin tek bir alanda gelişmesi nedeniyle gezi teknesi işletmeciliğinin gerek bölgede turizm faaliyeti olarak, gerekse akademik yazında yeterince ele alınmadığı görülmektedir. İncelenen işletme sayısının sınırlı sayıda olmasına rağmen gezi teknesi işletmelerinin çevre ekonomisine sağladığı katkılar nedeniyle, araştırma mülakat yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler neticesinde çevre faktörlerinin sektör üzerinde önemli olduğu, ancak diğer işletmeler ile gezi teknesi işletmeleri arasında stratejik ortaklığın henüz kurulmadığı görülmektedir. Bu çalışmada gezi teknesi işletmelerinin maliyet liderliği ve farklılaşma stratejilerini kısmen uyguladığı, işletme performansı üzerinde yenilikçilik, tedarik lojistiği ve çevre faktörlerinin önem arz ettiği ileri sürülmektedir. Çalışma aynı zamanda gezi teknesi işletmelerini işletme çevresini göz önüne alarak incelemekte, çevresel düzenlemelerin işletme karlılığı üzerinde yaratabileceği olumlu etkileri tartışmakta ve bu konuda çözüm önerileri sunmaktadır. Ayrıca Akdeniz bölgesinde gezi teknesi işletmeciliğini inceleyen ilk bilimsel çalışma olması nedeniyle turizm yazınına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Çukurova, Gezi Teknesi İşletmeciliği, Strateji

[1] Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana oyaman@adanabtu.edu.tr
[2] Yrd. Doç. Dr., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adana baksay@adanabtu.edu.tr

1. GİRİŞ

Kıyı ve deniz turizmi, turizm alanında en hızlı gelişen alanlardan biridir (Hall, 2001; Lee, 2001). Türkiye'de gezi teknesi işletmeciliğine dair sınırlı sayıda araştırma bulunmakla beraber, kıyı ve deniz turizminin benzer bir seyir izlediği görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü internet sayfasında 1986 yılı itibariyle 36 olan yerli belgeli yat işletmesi sayısının 2014'te 857'ye çıktığı, 26 yabancı belgeli yat işletmesi sayısının ise 27 olduğu belirtilmektedir. Yerli belgeli yat işletmesi sayısındaki yaklaşık 24 katlık artış, ülke ekonomisi açısından kıyı ve deniz turizminin ülkemizde de hızlı bir gelişme seyri içinde olduğuna işaret etmektedir.

Stratejik yönetim yazınındaki hızlı gelişmeye rağmen, strateji yazınının turizm alanında sınırlı kaldığı görülmektedir (Stokes, 2008, s. 252). Song, Dwyer, Li, ve Cao (2012, s. 18) turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin mikro rekabet unsurları ile işletme çevresi ve ikisi arasındaki etkileşimin yeterince ele alınmadığını belirtmektedir. Benzer şekilde Athiyaman (1995, s. 453) yoğun rekabetin olduğu turizm alanında performans artışıyla sonuçlanan stratejilerin tanımlanmasının ve diğer işletmelerin de bu stratejilerden haberdar olmasının endüstriyi daha da geliştirileceğini ifade etmektedir. İşletmeler faaliyet gösterdikleri çevreye uyum sağlama ve yüksek performans gösterme zorunluluklarıyla karşı karşıya kalmaktadır. Stratejik yönetim yazınında işletme performansını açıklamakta sıklıkla kullanılan strateji sınıflaması Porter'ın (1980; 1991) çalışmalarına dayanmaktadır. Porter'a göre alıcıların ve satıcıların pazarlık gücü, işletmeler arasındaki rekabet, ikame mallar ve pazara yeni girenlerin tehdidi olmak üzere sınıflandırılan rekabet baskıları karşısında işletmeler belirli bir endüstri alanında üç temel jenerik stratejiyi takip etmektedir. Bunlar:

- Maliyet liderliği
- Farklılaşma
- Odaklanmadır.

Bu çalışmada endüstri yapısına ilişkin değişkenlerden işletme stratejisi üzerinde en belirleyici olanı firmalar arasındaki rekabet düzeyi şeklinde tanımlanmıştır. Çünkü Çukurova Bölgesi'nde sadece Mersin Taşucu kıyı sahilinde endüstri alanı olarak görece gelişmiş bir şekilde gezi teknesi işletmeciliği yapılmaktadır. Çalışma niş pazar özelliği gösteren işletmecilik alanında yapılmış olması nedeniyle nitel araştırma teknikleriyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmada gezi teknesi işletmelerinin karlılıklarını arttırabilmeleri için uygulamaları gereken stratejiler tartışılmaktadır. Ayrıca Cawley, ve Gillmor (2008)'ın çalışmasında olduğu gibi, sadece işletmelerin izlediği stratejiler değil, aynı zamanda gezi teknesi işletmeciliğinin yerel çevre ekonomisi üzerinde etkili olması

nedeniyle hükümet, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, çevre otelleri ve diğer turizm örgütleri stratejik uyum ve performans artışı bağlamında ele alınmıştır. Bu nedenle araştırmada aynı zamanda işletme çevresinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmaktadır.

2. JENERİK STRATEJİLER

Herhangi bir sektöre, iş alanına veya işletmeye bağlı olmayıp tüm işletmeler için geçerli olan stratejilere jenerik denmektedir. Jenerik stratejiler hangi pazarlarda rekabet edilmesi gerektiği ve nasıl bir rekabet avantajı sağlanabileceğine dair cevapları bulmaya çalışır. Bu cevapların bulunabilmesi için Porter'ın (1980;1991) ortaya koyduğu maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejileri incelenmelidir. Maliyet liderliği stratejisinde işletmenin yürüttüğü faaliyetlerin bütününde maliyet düşürme amaçlanmaktadır. Bu faaliyetler araştırma ve geliştirme, müşteri hizmetleri, satış, reklam gibi alanlarda tanımlanabilmektedir. Maliyet liderliği stratejisi özellikle alıcıların ve satıcıların güçlü olduğu pazarlarda geçerli olmaktadır. Alıcılara karşı maliyet unsuru etkin bir rekabet avantajı şeklinde sunulabilmekte, satıcıların güçlü olduğu endüstri alanlarında ise işletmenin kendi faaliyetleri içinde yarattığı maliyet avantajıyla girdi fiyatlarındaki artışları kısmi şekilde giderme imkânı verebilmektedir. Maliyet liderliği pozisyonuna yol açan faktörler aynı zamanda pazara giriş engeli de yaratabilmektedir. Maliyet liderliği stratejisi pozisyonu için yüksek pazar payı gerekmektedir. Pazar payındaki yüksek oran, işletmelere saldırgan fiyat politikaları izleyebilme, yüksek maliyetlerle yeni yatırımlara girme gibi avantajlarla rekabeti yönetebilme imkânı sunmaktadır. (Porter, 1980, s. 35)

Farklılaşma stratejisi bir endüstri alanında tek ve farklı ürün ve/veya hizmet sunmaya dayanmaktadır. Farklılaşma stratejisi, işletmelerin marka imajı, tasarım, teknoloji ve müşteri hizmetlerinde geliştirdikleri farklılaşmayla ortaya çıkmaktadır. Mintzberg (1988) farklılaşma stratejisinin kalite, tasarım, destek, imaj, fiyat ve farklılaşmamış ürünler şeklinde altı başlıkta ele almaktadır. Farklılaşma stratejisi müşteri bağlılığını arttırırken fiyat duyarlılığını azaltmakta, böylece rekabet karşısında işletmelere görece güçlü bir pozisyon sunmaktadır. Farklılaşma stratejisi ancak bazı durumlarda yüksek pazar payından feragat etmeyi de gerektirebilmektedir. İspanya'daki oteller üzerinde marka değeri ve kalite itibariyle farklılaşma stratejisinin performans üzerindeki etkisini inceleyen Becerra, Santaló, ve Silva (2013) farklılaşmanın fiyat indirimlerinden bir dereceye kadar kaçınmayı sağladığını iddia etmektedir. (Porter, 1980, s. 37)

Odaklanma stratejisi belirli bir ürün grubuna, coğrafi pazara veya müşteri grubuna odaklanmayı ifade etmektedir. Odaklanma stratejisi de

farklılaşma stratejisi gibi farklı şekillerde uygulanabilmektedir. Bir işletmenin pazarın geneline hitap eden rakiplerinden farklı olarak, işletme fonksiyonlarını dar bir stratejik hedef doğrultusunda düzenlemesini gerektirmektedir. Odaklanma stratejisi ikame malların ve rakiplerin zayıf olduğu pazar alanlarında uygulanabilmekte ve karlılık ile pazar payı arasında tercihi gerektirmektedir. (Porter, 1980, s. 38)

Maliyet liderliği, odaklanma ve farklılaşma stratejilerinden birini etkin şekilde uygulayamayan işletmeler zayıf bir stratejik pozisyon sergilemekte ve bu durum ortada kalma (stuck in the middle) durumunu doğurmaktadır. (Porter, 1980, s. 41) Böyle işletmelerin karlılığı ve pazar payı düşüktür, bu işletmeler belirli bir pazar segmentine odaklanmamakta, maliyet lideri olamamakta ve farklılaşma oluşturamamaktadır. Ortada kalan işletmelerde belirgin kurumsal kültür bulunmamakta, örgütsel düzenlemeler ve motivasyon sisteminde sorunlar yaşanmaktadır. Hill (1988) özellikle gelişmiş endüstrilerde hem maliyet liderliği hem de farklılaşma stratejilerini izleyen işletmelerin daha yüksek performans gösterdiklerini ileri sürmektedir.

Porter'ın (1980) işletme stratejileri ile ilgili olarak dikkat çektiği bir başka husus da endüstri yapısına dayanmaktadır. Bazı durumlarda belirli bir endüstri de ortada kalabilmektedir. Eğer var olan işletmeler kaynaklardan ve yeteneklerden yoksunsa, her ne kadar stratejik pozisyonlarını değiştirmek isteseler de işletmeler stratejik pozisyonu değiştirecek güce sahip olmamaktadır. Bazen işletmeler yeterli kaynaklara sahip olmakla birlikte, duygusal açıdan miyopik ve kayıtsız hale gelebilmekte ve bu durum da endüstri yapısını bozabilmektedir. Ayrıca belirli bir endüstri dalındaki işletmeler, diğer işletmelerin dikkatini çekmeyebilmektedir. Bu durumda diğer işletmeler endüstriyi güçlendirmek için yatırım yapmamakta, ilgili endüstriye yeni fikirler sunmamaktadır.

Turizm sektöründe jenerik stratejilerin makro bakış açısıyla destinasyon planlama sürecinde (Evans, Fox, ve Johnson, 1995), ürün ve hizmet temelinde (Smith, 1994) ele alındığı görülmektedir. Bazı çalışmalar ise belirli bir bölge ve ürün/hizmet temelinde jenerik stratejileri incelemiştir. Bu bağlamda Bordean, Borza, Nistor, ve Mitra (2010) Romanya'da otel işletmelerinde odaklanma stratejisi ile Porter'ın stratejik boyutlarından farklı olarak hibrid ve eğitim stratejilerinin uygulandığını ifade etmektedir. Çalışmada hizmet kalitesinin geliştirilmesi adına işletmelerin eğitim faaliyetleri ile işletme performansını arttırmaları, eğitim stratejisi şeklinde anılmaktadır. Otel işletmelerinin, Porter'ın tanımladığı jenerik stratejilerden farklı olarak aynı zamanda hibrid stratejiler ile internet ve e-ticaret fırsatlarından yararlanmayı önceledikleri iddia edilmektedir. Romanya ve Amerika'daki otel işletmeleri arasındaki farklılaşma stratejisini detaylı bir şekilde ele

alan başka bir çalışma, farklılaşmanın işletmeleri kısmi şekilde fiyat indirimlerinden koruduğunu göstermektedir (Becerra ve ark., 2013).

3. GEZİ TEKNESİ İŞLETMECİLİĞİNE İLİŞKİN YASAL DÜZENLEMELER

Gezi teknesi işletmeciliği konusunda yasal düzenlemeler Türkiye'de 28/12/2006 tarih ve 26390 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan Gezi Tekneleri Yönetmeliği, 24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği ve 28/04/2010 tarih ve 27565 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği ile Gezi Tekneleri gözetimine ve denetimine yönelik usul ve esaslar ile düzenlenmiştir.

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan Deniz Turizmi Yönetmeliğine göre;

Deniz turizmi araçları: Deniz turizmi hizmetinde gezi, spor, eğlence amaçlı, denize elverişlilik belgesine sahip, gerçek ve tüzel kişilere ait özel ve ticari yatları, kruvaziyer gemileri, günübirlik gezi teknelerini, yüzer otel, yüzer lokanta, su üstünde veya su altında hareket etme kabiliyetine sahip araçlar ile diğer deniz turizmi araçlarını,

Deniz turizmi araçları yatırım ve işletmecisi: Bakanlıktan alınan turizm yatırım belgesi ile yatırımı yapan veya işletme belgesi almak suretiyle sahip oldukları veya kiraladıkları Türk veya yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarını, mürettebatlı veya mürettebatsız olarak gezi, spor ve eğlence amacıyla geçici süreler ile kiraya veren, kendi ürünlerinin pazarlamasını yapan, gerçek veya tüzel kişileri,

Yolcu: Ticari olarak kullanılan bir deniz turizmi aracında, gemi adamı ve görevli diğer personel ile sahibi, işletmecisi veya bunların temsilcileri dışında gezi, eğlence ve spor hizmetlerini belli bir ücret karşılığında alan kişileri,

Günübirlik gezi teknesi, gezi, spor, eğlence ve turizm amacıyla limandan aldığı yolcuları aynı gün aynı limanda indiren, denize elverişlilik belgesine sahip deniz turizmi aracı olarak ifade edilmektedir.

28/04/2010 tarih ve 27565 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği ile de günübirlik gezi tekneleri;

1) Yolcu kapasitesi ile uyumlu yemek masası ve oturma grubu, yat tipinde inşa edilmiş günübirlik teknelerde en az 10 kişilik yemek masası,

2) Güneşlenme grupları,

3) Genel kullanım alanlarından tecrit edilmiş mutfakta; bulaşık yıkama ve hazırlık yerleri, ocak ve/veya fırın, buzdolabı veya buz kutusu,

gerekli emniyet ve havalandırma tedbirleri alınmış tüp veya tercihen elektrikli ısıtıcılar,

4) En az iki tane soyunma kabini,

5) Otuz kişiye birer adet olmak üzere bay ve bayan tuvaleti,

6) Bayan ve erkek yolcular için ayrı ayrı kapalı en az birer adet duş,

7) Teknik normlara uygun olarak aydınlatma ve gece yapılan gezilerde teknelerin aydınlatılması, gece güvenliğinin sağlanması,

8) Yangın söndürme tüpleri veya sistemi,

9) Yolcuların görebileceği yerlere asılan can güvenliğiyle ilgili uyarı levhaları,

10) Çöp kutuları,

11) Temiz ve pis su tanklarını kapsayan teknelerdir.

4. ÇUKUROVA BÖLGESİ VE BÖLGEDE GEZİ TEKNESİ İŞLETMECİLİĞİ

Mersin, Adana, Osmaniye ve Hatay illerini kapsayan coğrafi, ekonomik ve kültürel bir bölge olan Çukurova, batıda Anamur'dan başlamakta olup Akdeniz kıyı boyunca doğuya doğru uzanmakta, kuzeyde Tufanbeyli'ye kadar genişlemekte ve İskenderun Körfezi'ni kuşatarak Suriye sınırındaki Yayladağı'nda son bulmaktadır.

Çukurova, başta Suriye ve Irak olmak üzere Lübnan, Ürdün, İsrail, Mısır, İran ve Arabistan gibi Ortadoğu ülkeleri ile ticari ve turistik ilişkilere sahip bir bölge konumundadır. Türkiye İstatistik Kurumu 2014 verilerine göre Çukurova Bölgesi yedi milyona yaklaşan nüfusu ile Türkiye'nin yaklaşık %7sini, 667 kilometrelik sahil kıyısı ile Akdeniz kıyı sahil şeridi uzunluğunun yarısını kapsamaktadır. Bölgenin sahip olduğu konaklama tesis sayısı 509 adet olup %60'ı Mersin ilindedir. Toplam yatak kapasitesi ise 45.363'tür. Bölgede 2014 yılında konaklayan toplam turist sayısı 1.089.874 kişi olup sadece %15'i yabancı uyrukludur. Bölgede konaklama yapan yabancı turistlerin %75'i Mersin bölgesini seçmiştir. Adana, Hatay ve Osmaniye illerinde konaklama yapan yabancı uyruklu misafirlerin bölgeye geliş nedenleri daha çok iş ve kongre amaçlı olup ortalama kalış süreleri iki gündür. Bölgede turizm faaliyetleri yönünden Mersin ili öne çıkmaktadır.

Tablo 1: Çukurova Bölgesi Demografik ve Turizm Bilgileri

Çukurova Bölgesi	Hatay	Adana	Mersin	Osmaniye	Çukurova
Nüfus	1.519.836	2.165.595	1.727.255	249.136	5.661.822
Yüzölçümü	5524 km2	14125 km2	15620 km2	3767 km2	39036 km2
Kıyı Uzunluğu	186 km	160 km	321 km	0 km	667 km
Toplam Konaklama Tesis Sayısı	93	108	297	11	509
Toplam Yatak Kapasitesi	10.435	11.417	22.495	1.016	45.363
Konaklama Yapan Yerli Turist Sayısı	123.008	340.621	436.296	22.800	922.725
Konaklama Yapan Yabancı Turist Sayısı	31.628	9.527	125.867	127	167.149
Konaklama Yapan Toplam Turist Sayısı	154.636	350.148	562.163	22.927	1.089.874
Ortalama Kalış Süresi Yabancı	3,1	1,9	3,5	2,8	3,3
Ortalama Kalış Süresi Yerli	1,8	1,4	1,9	1,5	1,9
Mavi Bayraklı Plaj Sayısı	0	1	11	0	12

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu verileri, 2014

Çukurova bölgesi Mersin ili en batı ucundan Hatay ili en güney kıyı ucuna kadar uzanan Akdeniz kıyı sahil şeridi deniz turizmi açısından önem arz etmektedir. Mersin bölgesinde Anamur, Aydıncık, Bozyazı, Erdemli, Kızkalesi, Mersin, Susanoğlu ve Taşucu kıyı sahillerinde gezi teknesi işletmeciliği yoğun bir şekilde yapılmaktadır. Adana ve Hatay iller bölgesinde deniz turizmi henüz gelişme göstermemiştir. Adana ili kıyı sahilinde sadece Karataş ve Yumurtalık beldelerinde amatör düzeyde gezi turları düzenlenmekte olup balık avcılığı turları öne çıkmaktadır. Ceyhan boru hattının denize uzanan bölgesi turizme kapalıdır. Hatay bölgesinde Samandağ ve Arsuz'da gezi teknesi işletmeciliği son yıllarda başlamıştır. Samandağ 14 km'lik sahil şeridi ile dünyanın en uzun ikinci sahiline sahiptir. İskenderun Körfezi'nde marina olmaması, bu konudaki en büyük olumsuz etkendir. İskenderun Körfezi'nde amatör denizcilik; sportif balık avcılığı ve yaz aylarında küçük botlarla yüzme ve gezi gibi

aktiviteleri kapsamaktadır (İMEAK Deniz Ticaret Odası, Deniz Turizmi Dergisi Eki, 2015, s.20).

5. YÖNTEM

Araştırmaya gezi teknesi işletmeciliği yoğun yapıldığı Mersin bölgesinden beş işletme katılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak örneklem sayısının sınırlılığı nedeniyle birebir mülakat metodu kullanılmıştır. Bu çalışmada açık uçlu sorular yardımıyla yüz yüze görüşme yapılmış, görüşmeler esnasında ses kayıt cihazı kullanılmış, ayrıca notlar tutulmuştur. Araştırma Mersin'de faaliyet gösteren Tablo 2'deki gezi tekneleri işletmeleri üzerine yapılmıştır.

Tablo 2. Katılımcı İşletmelerin Özellikleri

Katılımcı İşletmeler	Faaliyet Süresi	İşletmenin Gemi Sayısı	İşletmenin Çalışan Sayısı
Katılımcı İşletme 1	6 yıl	1	5
Katılımcı İşletme 2	7 yıl	1	6
Katılımcı İşletme 3	10 yıl	2	11
Katılımcı İşletme 4	6 yıl	1	5
Katılımcı İşletme 5	11 yıl	4	22

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

6. BULGULAR

Yüz yüze görüşme tekniğiyle beş işletme üzerinde yapılan çalışmanın bulguları aşağıda belirtilmektedir. Katılımcılar gezi teknesi işletmeciliğinin sezonu Haziran ayında başlayıp Eylül ayının sonlarına kadar devam ettiğini belirtmişlerdir. Ramazan ayının son yıllarda Temmuz ayına denk gelmesi sebebiyle en yoğun sezonlarının Ağustos ayı olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3: Katılımcı İşletmelerin Nitelikleri

İşletme Özellikleri	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Tekne Sayısı	2	1	1	1	4
Yolcu Kapasitesi	276	130	123	126	440
Çalışan İşçi Sayısı	11	6	5	5	22
Yıllık Müşteri Sayısı	2680	1300	1250	1400	4800
Yabancı Turist Sayısı	150	78	60	105	270

Katılımcı işletmelerin çalıştırdıkları işçi sayısı itibariyle KOBİ özelliği gösterdiği görülmektedir. Müşteri sayılarındaki farklılık işletmelerin sahip oldukları tekne sayısından kaynaklanmaktadır. Katılımcılar yoğun sezonda gezi teknelerini kapasiteleri ölçüsünde tam dolulukla çalıştırdıklarını, diğer aylarda ise müşteri sıkıntısı çektiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4: Katılımcı İşletmelerin Tecrübeleri

Coğrafi Tecrübe	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
İstanbul	------	X	------	X	------
İzmir	------	X	------	------	------
Kuşadası	X	------	------	------	------
Bodrum	------	------	------	------	------
Antalya	X	------	X	------	------
Mersin	X	X	X	X	X
İskenderun	------	------	------	------	X

Gezi teknesi işletmesi sahiplerinin sektör deneyimlerini farklı illerden edindikleri görülmektedir. Sektörde pazara ilk giren konumunda olan Katılımcı 1 firmanın sahibinin sektör deneyimini diğer işletmelere de aktardığı görülmüştür.

Gezi teknesi işletmeciliği ucuz ve kolay sunulabilen bir turizm faaliyeti gibi algılanmaktadır. Görüşme yapılan katılımcılar gezi teknesi işletmeciliğinin bölgede henüz bebeklik çağında olduğunu ve yabancı misafirlerden daha çok yerel bölge halkına hitap ettiklerini belirtmektedirler. Gezi teknesi işletme sahiplerinin algıladığı sorunlar ana başlıklar halinde aşağıdaki gibidir:

Tablo 5: Katılımcı İşletmelerin Sorunları

Sorunlar	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Misafirlerin Ulaşım Sorunu	X	X	X	X	X
Firmaların Reklam Tanıtım Sorunu	------	X	X	------	X
Teknelerin Bakım Konaklama Sorunu	X	X	X	X	X
Teknelerin Bağlama Yeri Sorunu	X	X	X	X	X
Günlük Vergi Denetimi Sorunları	X	X	X	X	X
Tekne Alımlarında Finansman Sorunu	X	X	------	------	------
Fiyat	------	X	X	------	X

Misafirlerin ulaşım sorununun işletmeler açısından maliyet unsuru yarattığı ve lojistik faaliyetleri içerisinde önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir. Taşıma konusunda sektörel bazda ortaklığın henüz gelişmediği bulgusuna erişilmiştir.

Gezi teknesi işletme sahiplerinin temel sorunu gezi teknelerinin bakımı başlığı altında belirtilmiştir. En yakın bakım tersanesinin Erdemli'de bulunmasına rağmen, kısıtlı kapasite nedeniyle teknelerin Manavgat'a çekildiği, bunun da ciddi bir maliyet kalemi oluşturduğu ifade edilmiştir. Uzun süren bakım döneminde işletme sahibi ve/veya sorumlu personelin konaklaması ayrıca yol masrafları temel giderler arasında sayılmıştır.

Ayrıca limanın gezi teknelerinin bağlama sorununa yol açtığı iddia edilmiştir. Sektöre ait sözü edilen yapısal sorunların işletme performansı üzerinde belirleyici olduğu söylenmiştir. Bu doğrultuda gezi teknesi işletme sahiplerinin önerileri Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6: Katılımcı İşletmelere Göre Öneriler

Öneriler	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Devlet desteği	X	X	X	X	X
Tersane ihtiyacı	X	X	X	X	X
Kalifiye işçi	------	X	------	X	------
Ulaşım	X	X	X	X	------
Havuz Sistemi	X	X	X	------	X
Otel ve Plajlar	X	X	X	X	X

Gezi teknesi sahiplerinin işletme performansını arttırmak amacıyla sunduğu öneriler araştırmacılar tarafından gruplanmış ve altı başlık altında sunulmuştur. Sektörel bazda devlet desteği ve tersane ihtiyacı öne çıkmıştır. Diğer öneriler devlet desteği ile işletmeciler tarafından beklenilen sektörel vergi indirimleri, banka kredileri ertelemesi, tedarik ağları kurulması, bütünleşik pazarlama faaliyetlerinin yapılması şeklinde sıralanmıştır.

Kalifiye işçi ihtiyacı sektörün sorunları arasında yer almaktadır. Kalifiye elemanın sosyal yaşamın daha etkin olduğu Antalya ve Ege Bölgelerinde faaliyet gösteren teknelere transfer olduğu belirtilmiştir. Kalifiye eleman açığını kapatmak amacıyla işletmeler bireysel önlemler almakta, kendi personelini kendisi yetiştirmek durumunda kalmakta, bu da maliyeti arttırmaktadır.

İşletmelerin ayrı ayrı denize açılmaları yerine, doluluk oranlarını sağladıktan sonra sırayla denize açılmalarını "Havuz sistemi" ile ifade etmektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde teknelerin hepsinin aynı güzergâhı izlemesi nedeniyle havuz sistemi önündeki engelin işletme sahipleri arasındaki koordinasyon eksikliğinden kaynaklandığı sonucuna varılmıştır.

Bu bölgede gezi teknecilerinin kurduğu kooperatif pazara girişi engellemektedir. Çalışmada gezi tekneciliği işletmelerinin izledikleri stratejiler itibariyle farklılaşma ve maliyet liderliği stratejilerinden birini tam olarak izleyemedikleri ve karlılıklarının son derece düşük olduğu bulgusuna erişilmiştir. Görüşülen işletme sahipleri yüksek borç yükü altında olduklarını, bir işletmenin satılma durumunda olduğunu, ancak düşük karlılık nedeniyle alıcı bulunamadığını belirtmişlerdir.

Literatürde işletmenin üç temel stratejiden herhangi birini etkin uygulayamayan işletmelerin optimal verimliliğe erişemediği ve ortada kaldığı belirtilmektedir. Porter'ın ortada kalma durumu şeklinde tanımladığı düşük performansla çalışma sorununun, sektördeki inovatif gelişmeler ve ölçek ekonomileri yoluyla üstesinden gelinebileceği iddia edilmekte ve bu da "hibrid strateji" şeklinde adlandırılmaktadır (Evans, Stonehouse, ve Campbell, 2012, s. 218). Ayrıca Porter'ın işletme stratejileri açısından ortada kalma durumunun endüstri yapısından da kaynaklandığı bulgusuna erişilmiştir. Hali hazırda faaliyet gösteren işletmelerin hiçbirinin düşük finansal yapı nedeniyle farklı bir sektörde faaliyet göstermediği belirtilmiştir. Ayrıca işletmeler yeni yatırımlar önündeki en büyük engelin yine düşük karlılığa bağlı zayıf finansal performans olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yapılan görüşmeler neticesinde işletme sahiplerinin kooperatif kurdukları, yerel turizm dernek ve örgütleriyle iletişim halinde oldukları öğrenilmiştir. Ancak sektörel bazda ortada kalmanın en büyük nedenleri arasında diğer işletmelerin dikkatini çekememe ve lojistik faaliyetler ile bütünleşik pazarlama faaliyetlerinin eksikliği dile getirilmiştir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada endüstri yapısına ilişkin değişkenlerden işletme stratejisi üzerinde en belirleyici olanı firmalar arasındaki rekabet düzeyi şeklinde tanımlanmıştır. Çünkü Çukurova Bölgesi'nde sadece Mersin Taşucu kıyı sahilinde gezi teknesi işletmeciliği yapılmakta ve bu haliyle niş pazar özelliği göstermektedir. Ayrıca turizm acenteleri yoluyla gelen müşteriler hariç olmak üzere bireysel müşterilere tek tip fiyat uygulaması yapılmaktadır.

Araştırma bulguları Avci, Madanoglu, ve Okumus (2011, s. 154)'un otel işletmeleri üzerindeki çalışmasıyla paralellik arz etmekte, gezi teknesi işletmelerinin KOBİ yapılanmasında olduğu, finansal ve beşeri kaynaklarının kısıtlı olduğu görülmektedir. Çalışma gezi teknesi işletmeleri hem sektör yapısı hem de uygulanan işletme stratejileri açısından işletmelerin ortada kaldığına işaret etmektedir. Maliyet liderliği stratejisi pazar payı farklılaşması ile işletme faaliyetlerinde maliyet odaklılığı gerektirmektedir. Sektörde insan kaynakları itibariyle işletmeler arasında avantaj yaratacak düzeyde farklılık olmadığı, lojistik faaliyetlerde yaratılabilecek maliyet avantajının ise ölçek ekonomileri itibariyle hiçbir işletme tarafından sağlanamadığı görülmüştür.

Gezi teknesi işletmeciliğinde farklılaşma stratejisi, teknelerin izledikleri güzergâhların aynı olması nedeniyle, gezi teknelerinin bakımı yoluyla sağlanmaya çalışılmaktadır. Ancak bakım faaliyetinin işletmeye has olmaması ve taklit edilebilir olması nedeniyle işletmelerin uzun vadede rekabetçi pozisyon sağlamadığı görülmüştür. Gezi teknesi turlarının fiyatı her yıl işletmelerin ortak kararıyla belirlenmekte, bu da algılanan fiyat farklılığını yaratamamaktadır. Dolayısıyla işletmeler kısıtlı yerel kaynaklar aracılığıyla farklılaşma stratejisi izleyememekte, kurdukları kooperatif ile pazara giriş engeli oluşturarak, varlıklarını devam ettirmeye çalışmaktadırlar.

Odaklanma stratejisi itibariyle bütün işletmelerin Çukurova Bölgesi'nde Taşucu bölgesinde yoğunlaşmakla beraber, bu durum işletme stratejilerinden değil, coğrafi kısıtlar nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Coğrafi açıdan kıyı şeridinin yapısı gezi teknesi işletmeleri için zorunlu odaklanma durumu yaratmakta ancak bu durum performans artışı yaratmamaktadır. Çevrede bulunan diğer işletmelerin dikkati çekilemediği için sektörel bazda ortada kalma durumu oluşmaktadır. Ancak sektör yapısından kaynaklanan ortada kalma durumu çevresel yeniden düzenlemelerle pazar avantajına dönüştürülme potansiyeline sahiptir.

Kamu ve özel sektörün koordinasyon halinde çalışmasının sektör çevresi üzerindeki etkileri önemli görülmektedir. Bu bağlamda gezi teknesi işletmeleri üzerinde etkisi olan otel işletmelerinin nicelik ve

nitelik açısından arttırılması, ilgili taraflarca ulusal ve uluslararası turizm fuar ve kongrelerine katılım, festival, yarışmaların yapılması, web sitelerin geliştirilmesi, e pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi, kitapçık ve broşürlerle gezi teknesi işletme faaliyetinin tanıtılması öncelikli öneriler arasında yer almaktadır. Bölgenin doğa, yayla, inanç, sağlık, gastronomi, kongre ve deniz turizmi çeşitlemesinin yapılması endüstri yapısının ortada kalma sorununun çözümüne yönelik öneriler arasındadır.

Yabancı turistlerin gezi tekneciliği alanında son derece sınırlı kaldığı görülmüştür. Pazar potansiyelini arttırmak amacıyla bölgeye gelen yabancı turistlerin gezi teknesi turları faaliyetiyle tanıştırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Çukurova Bölgesinde sadece Taşucu bölgesinde faaliyet gösteren gezi teknelerinin Karataş, Yumurtalık ve İskenderun sahillerinde de teşvik edilmesi sektörel canlılığı arttırabilecektir. Pazara yeni giren işletmelerin yarattığı sinerji bütüncül bir etkiyle diğer işletmeler üzerinde de olumlu performans artışları sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

Athiyaman, Adee. (1995). The interface of tourism and strategy research: an analysis. *Tourism Management, 16*(6), 447-453.

Avci, Umut, Madanoglu, Melih, ve Okumus, Fevzi. (2011). Strategic orientation and performance of tourism firms: Evidence from a developing country. *Tourism Management, 32*(1), 147-157.

Becerra, Manuel, Santaló, Juan, ve Silva, Rosario. (2013). Being better vs. being different: Differentiation, competition, and pricing strategies in the Spanish hotel industry. *Tourism Management, 34*, 71-79.

Bordean, Ovidiu N, Borza, Anca I, Nistor, Razvan L, ve Mitra, Catalina S. (2010). The use of Michael Porter's generic strategies in the Romanian hotel industry. *International Journal of Trade, Economics and Finance, 1*(2), 173.

Cawley, Mary, ve Gillmor, Desmond A. (2008). Integrated rural tourism:: Concepts and Practice. *Annals of Tourism Research, 35*(2), 316-337.

Evans, Michael R, Fox, Jerry B, ve Johnson, Roy B. (1995). Identifying competitive strategies for successful tourism destination development. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 3*(1), 37-45.

Evans, Nigel, Stonehouse, George, ve Campbell, David. (2012). *Strategic management for travel and tourism*: Taylor & Francis.

Hall, C Michael. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier? *Ocean & Coastal Management, 44*(9), 601-618.

Hill, Charles WL. (1988). Differentiation versus low cost or differentiation and low cost: a contingency framework. *Academy of Management Review, 13*(3), 401-412.

İMEAK Deniz Ticaret Odası, Deniz Turizm Dergisi Eki Nisan 2015 sayısı S.20

Lee, Hee-Chan. (2001). Determinants of recreational boater expenditures on trips. *Tourism Management, 22*(6), 659-667.

Mintzberg, Henry. (1988). Generic strategies: toward a comprehensive framework. *Advances in strategic management, 5*(1), 1-67.

Porter, Michael E. (1980). Techniques for analyzing industries and competitors. *Competitive Strategy. New York: Free*.

Porter, Michael E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic management journal, 12*(S2), 95-117.

Smith, Stephen LJ. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research, 21*(3), 582-595.

Song, Haiyan, Dwyer, Larry, Li, Gang, ve Cao, Zheng. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research, 39*(3), 1653-1682.

Stokes, Robyn. (2008). Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain. *Tourism Management, 29*(2), 252-262.

T.C. Resmi Gazete (28.12.2000), Sayı: 26390 Gezi Tekneleri Yönetmeliği, http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx? Erişim Tarihi: 17.10.2015

T.C. Resmi Gazete (24.07.2009), Sayı: 27298 Deniz Turizmi Yönetmeliği, http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx? Erişim Tarihi: 17.10.2015

T.C. Resmi Gazete (28.04.2010), Sayı: 27565 Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği, http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx? Erişim Tarihi: 17.10.2015

Türkiye İstatistik Kurumu 2014 Turizm, Nüfus ve Demografi İstatistikleri http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist Erişim Tarihi:8.10.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0025

SEFERİHİSAR BÖLGESİ GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNELERİNE YÖNELİK BİR VAKA ANALİZİ

[1]H.İ.Halil KESİKTAŞ

ÖZET

Deniz turizmi ticari bir iş kolu ve akademik yazın alanı olarak artan bir önem kazanmaktadır. Türkiye'de bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, günübirlik gezinti ve tenezzüh tekneleri ile günübirlik gezi tekneciliği ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların görece az olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple kruvaziyer yolcu taşımacılığı, yat işletmeciliği, marina işletmeciliği ve sportif deniz turizmi faaliyetlerinin yanı sıra; önemli bir iş kolu olarak gelişmekte olan günübirlik gezi tekneciliği bu araştırmanın konusu olarak belirlenmiştir. Çalışma Ege Bölgesi'nde Seferihisar merkezli bir işletmeci ile derinlemesine mülakat sonucu gerçekleştirilen GZFT analizine bağlı olarak, bölge özelinde gezi tekneleri işletmeciliğine yönelik çözümlemeleri ve önerileri içermektedir.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Günübirlik Gezinti Tekneciliği, GZFT Analizi.

1. GİRİŞ

Orams deniz turizminin çeşitlilik arz eden bir grup iş kolundan oluştuğuna işaret eder (Orams, 1999: 2) ve daha geniş olan turizm endüstrisini oluşturan belirgin bir bileşen olduğunu (a.g.e., s:4) söyler. Günübirlik gezi tekneciliği de deniz turizmi içinde incelenmesi gereken bir alandır.

Sapmaz ve Okuyucu'ya göre Türkiye'de organize deniz turizmi faaliyeti, ilk kez Bodrum da Halikarnas Balıkçısı diye anılan şair/yazar /felsefeci Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın sürgün yıllarında, süngerci-balıkçı kayıklarıyla Gökova koylarına yaptığı gezilerle başlamıştır. Sonraları yabancı konukların da geziye katılmaları ile Mavi Yolculuk adı altında deniz gezileri yaygınlaşmıştır. Başlangıçta 6-7 metre sandallarla yapılan geziler, sonraları motorlu teknelerle Marmaris, Fethiye, Antalya gibi

[1] Ör.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir
kesiktas@gmail.com

güzel koyların olduğu bölgelere yayılmıştır (Sapmaz ve Okuyucu, 2014: 45).

İnsanlık tarihine baktığımızda Anadolu Topraklarının ve onu çevreleyen denizlerin önemli ve değerli olduğunu görürüz (Erkut ve Paker, 2014: 49). Denizcilik faaliyetleri ekonomik önemi, yarattığı istihdam olanakları, ülke ve bölge ekonomisine katkıları, stratejik güç unsuru olması gibi çeşitli sebeplerle insanlık tarihinin önemli bir parçası olmuştur. İnsanoğlu yeryüzüne gözlerini açtığında suyun taşıyıcı kuvvetini görmüş, anlamış ve bu maddeden taşıma işinde yeryüzünün her köşesinde az, çok yararlanmaya başlamıştır (Akdoğan, 1999: 7).

Kimi araştırmacılar denizcilik faaliyetlerinin doğuşunu MÖ 3000'lere dayandırırken (Akdoğan, 1999: 8; Stopford, 2009: 6), yeni bulgular deniz taşımacılığının başlangıç tarihini 3000 yıl kadar daha geriye, MÖ 6000-5000 yıllarına dayandırmaktadır (Carter'dan aktaran Cerit, 2013: 3). Carter'a göre bilinen ilk denizcilik faaliyetleri MÖ 6000 – 5000 yıllarında Güney Mezopotamya şehirleri ile Basra Körfezi kıyılarında yer alan neolitik topluluklar arasındaki deniz ticaret ağlarıdır (Cerit, 2013: 3). Deniz ve denizcilik faaliyetleri endüstriyel boyutuyla taşıdığı önemin yanı sıra, çok sayıda sanat eserine de ilham vermiştir. İnsanoğlu ister boyu 100 metreden büyük bir yolcu gemisiyle, isterse 2 metrelik bir sandalla denize açılmayı doğayla bütünleşme ve mücadele etme olarak algılayarak denizle ilişkisine özel bir anlam yüklemiştir. Bu sebeple endüstriyel bir hizmet olarak ticari yük taşımacılığı gelişirken, deniz turizmine olan ilgi de artarak gelişmiştir.

Orams, deniz turizmini tanımlamanın zorluklarına değinerek gereğinden dar ya da geniş olmayan bir tanımlama için şu ifadeyi önermektedir (Orams, 1999: 9):*Deniz turizmi, bir kişinin ikamet ettiği yerden hareketle denizsel çevre (denizsel çevre tuzlu ve gelgit etkilerine açık sular olarak tanımlanmaktadır) odaklı, ya da burada ağırlanmak için gerçekleştirdiği eğlence kabilinden seyahatleri içerir.*

Bir tekneye binerek denize açılmak, günümüzde bile, bir yönüyle MÖ 6000'lerde ilkel şartlarla denize açılan insanlarla aynı maceraya yelken açmak olarak algılanmaktadır. Tarihi ve kültürel önemiyle ön plana çıkan *deniz* ve turizm sektörünün başlıca unsurlarından biri olan deniz faktörünün ortaya çıkardığı bir turizm çeşidi olan *deniz turizmi*, gün geçtikçe sektörde daha fazla önem kazanmaktadır (Kozan, Özdemir ve Günlü, 2014: 9).

Deniz turizmine talep yaratan kullanıcılar tercih ve imkanları çerçevesinde farklı seçeneklere sahiptir. Bu kapsamda yolcu gemileri ile gerçekleşen turlara katılım, yat ve filo kiralama, tekne sahipliği gibi daha fazla zaman, enerji ve yatırım gerektiren seçenekler yanında; günübirlik gezi teknelerinin sunduğu hizmetler gibi görece ekonomik ve az zaman gerektiren seçenekler de bulunmaktadır.

Çalışma günübirlik gezi teknelerini ve sunduğu hizmetleri inceleyerek, seçilen örneklem için GZFT analizine dayalı çözümleme ve öneriler içermektedir. Çalışmaya konu bölge İzmir, Seferihisar olarak belirlenmiştir.

2. İZMİR GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNESİ ENVANTERİ

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği'nin 24. Maddesine göre günübirlik gezi teknesi *gezi, spor, eğlence ve turizm amacıyla limandan aldığı yolcuları aynı gün aynı limanda indiren, denize elverişlilik belgesine sahip deniz turizmi aracıdır*(Paker ve Özgezmez, 2014: 105). Günübirlik gezi tekneleri ticari kullanım amaçlarına ve kullanılacakları bölge şartlarına göre farklı tip ve ebatlarda olabilirler. Genel bir bakışla Artvin-İstanbul; İstanbul-Seferihisar; Seferihisar-Fethiye ve Fethiye ile doğusu arasında farklı tekne tiplerinin varlığından söz edilebilir. Bu farklar bölgedeki tekne imalatçılarının alışkanlıkları, deniz ve kıyı şartları, temin edilebilen tekne imalat malzemeleri gibi değişkenlere bağlı olarak şekillenmiştir (Mülakat, Tufan D., 15.12.2015).

Ege Bölgesi Türkiye turizminde önemli bir role sahiptir. Bölge şehirleri arasında İzmir, MÖ 3000'lere tarihlendirilen bir denizcilik merkezidir. İzmir'e bağlı Çeşme, Foça, Seferihisar gibi pek çok sahil beldesi de önemli denizcilik ve turizm merkezleri olarak bilinmektedir.

Tarihi ve doğal dokusu ile, neredeyse yıl boyu denizcilik faaliyetlerine imkan tanıyan iklimi sayesinde İzmir İli önemli bir deniz turizmi merkezi konumundadır. Doğa güzelliği ile cazibe merkezi olan koyları ve adaları ile İzmir, günlük gezi tekneciliği faaliyetleri için uygun bir yapıda olmanın sağladığı fırsatları kısmen değerlendirebilmektedir. Bütünsel planlama, koordinasyon eksikliği ve düzenlemelerle ilgili sıkıntıların aşılmasıyla, bölge mevcut günübirlik deniz turizmi potansiyelinin üstüne çıkabilecek yapıdadır.

İzmir İli günübirlik gezi teknesi verileri Tablo 1.'de yer almaktadır. Tablolara ilişkin değerlendirmelere çalışmanın içinde yer verilmektedir.

Tablo 1. İzmir İli Günlük Gezi Teknesi Verileri

GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNESİ VERİLERİ		
İŞLETME SAYISI	**GÜNÜBİRLİK TEKNE SAYISI**	**KAPASİTE (kişi)**
110	110	4987
FAALİYETTE OLAN TEKNE SAYISI:83	FAALİYETTE OLMAYAN TEKNE SAYISI:27	

Güncelleme tarihi :06.08.2015

Kaynak: IMEAK Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi

Tablo 1.'de görüldüğü üzere, İzmir ilinde kayıtlı gezi teknelerinin %24,5'i çeşitli sebeplerle faaliyette değildir. Faaliyette olmayan tekneler de dâhil edildiğinde, İzmir İli günlük gezi teknesi kapasitesi yaklaşık 5000 kişidir.

2.1. Seferihisar Bölgesi Gezi Teknesi Envanteri

Katip Çelebi'nin *Seyahatname*'sinde dahi ismi geçen (Akan, 2011: 202) Sığacık, 38°12'31" Kuzey 26°49'53" Doğuenlem ve boylamlarında yer almaktadır (http://wikimapia.org/91202/tr/Seferihisar, erişim tarihi 26/12/2015).

Eski adı Tysaferin olan Seferihisar'ın, M.Ö. 2000 yıllarında Akalardan kaçan Giritliler tarafından kurulduğu bilinmektedir (www.seferihisar.bel.tr, erişim tarihi 26/12/2015). Bölge 4000 yıllık tarihi boyunca çeşitli defalar el değiştirmiş, böylece farklı kültür ve dönemlerin izlerini taşıyan zengin bir tarihi birikime sahip olmuştur. Cami, mescit, hamam ve medreselerin yanında bölgede tumülüsler ve antik kent kalıntıları da bulunmaktadır.

2009 yılında Türkiye'nin ilk Cittaslow'u (Sakin Yaşam Şehri) olan belediye, bu yönüyle de bir öncülük vasfı taşımaktadır (www.cittaslowturkiye.org, erişim tarihi 26/12/2015) ve 49 kilometrelik bir sahil şeridine sahiptir. Bölgenin ana geçim kaynakları olarak turizm ve tarım ön plana çıkmaktadır.

Tablo 2. İzmir İli Günübirlik Gezi Teknelerinin İlçelere Göre Dağılımı

GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNELERİ İLÇELERE GÖRE DAĞILIMI	
ÇEŞME	28
FOÇA	30
DİKİLİ	6
MENDERES	6
SEFERİHİSAR	9
İZMİR	3
URLA	3
TOPLAM	**85**

Kaynak: IMEAK Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi

Seferihisar İzmir'de faaliyet gösteren gezi tekneleri dokuz adettir (bkz. Tablo 2.). Tablo 2.'de görüldüğü üzere, Seferihisar İzmir'de faaliyet gösteren gezi teknelerinin yaklaşık olarak %10,5'ine tekabül eden bir sayısal büyüklüğe sahiptir. Buna karşın, çalışmanın ilerleyen kısımlarında da değinileceği üzere, bu teknelerin kapasite ve ticari faaliyetlerini kısıtlayan çeşitli sıkıntıları bulunmaktadır. İMEAK DTO İzmir Şubesi Deniz Turizmi Birimi verilerine göre, İzmir İli günübirlik gezi teknelerinin ilçelere göre dağılımı Tablo 2.'de gösterilmektedir.

Seferihisar'da günübirlik gezi tekneciliğinin gelişmesini engelleyen çeşitli kısıtlar bulunmaktadır. Makro ve mikro dış çevreye ait bu unsurlara GZFT analizinde yer verilmektedir.

Araştırma alanı olan Seferihisar Bölgesi'ne ait gezi teknesi envanterine yönelik bilgiler, Tablo 3.'de yer almaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında, bu tablolarda yer alan veriler beraberce ele alınarak hem GZFT analizine, hem de çözüm önerilerine katkı sağlanmaktadır.

Tablo 3. Seferihisar Günlük Gezi Teknelerine İlişkin Veriler

Deniz Turizm Aracının Adı	Belge Sahibi	Adres	Kapasite
İzmir1400954 Selinda 2	TOLGA TUFAN	Sığacık Mah. Liman Cad. Balıkçı Barınağı Seferihisar	**68**
İzmir 1495751 Selinda	DENİZ TUFAN	Sığacık Mah. Liman Cad. Balıkçı Barınağı Seferihisar	**35**
İzmir 1461362 Selinda 1	DENİZ TUFAN	Sığacık Mah. Liman Cad. Balıkçı Barınağı Seferihisar	**68**
TEOSTUR (1586998)	TEOMAN TUFAN	Sıgacık Mah. 161 Sk:No:24	**12**
TANTUR(1363229)	MERAL TUFAN	Sıgacık Mah.163 Sk:No:24	**12**
SALYANGOZ	FUNDA SARGIN	Seferihisar Balıkçı Barınağı	**27**
MED-CEZİR	EMİN KARAN	Günübirlik Gezi Teknesi	**20**
OZAN KAPTAN	OZAN SEVİMLİ	Günübirlik Gezi Teknesi	**12**
PIRLANTA	PIRLANTA TUR.TAŞ. ORHAN İŞİM	Seferihisar Balıkçı Barınağı	**64**
Toplam Kapasite: 318			

Kaynak: IMEAK Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi

3. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada İzmir Seferihisar bölgesinde faaliyet gösteren Sn.Deniz Tufan ile görüşülmüş ve GZFT analizi için gerekli birincil veriye ulaşılmıştır. Deniz Tufan Bey, Seferihisar'da kayıtlı günübirlik gezi teknelerinin sayı ve kapasite olarak yarısından fazlasını temsil eden bir aile işletmesinin sahibi ve kurucusudur ve bölgede günübirlik gezi tekneciliğini başlatan kişidir. Görüşmeden bir hafta önce, Deniz Bey'in görüşmek için uygun olduğu zamanları öğrenmek üzere işletme çalışanları ile temasa geçilmiştir. Görüşme günü, kimi zaman kesintiler olsa da, verimli bir çalışma ile yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiş; bu bağlamda hipotezlere ilişkin görüş alınarak birincil veriye ulaşılmıştır.

Görüşme için önceden belirlenen sorulara ek olarak, Deniz Tufan Bey'in

konu hakkında açık uçlu ve yönlendirici sorular vasıtası ile görüşleri alınarak, yarı yapılandırılmış bir mülakat gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine mülakattan elde edilen veriler ile bir GZFT analizi yapılmıştır.
Görüşme öncesi hazırlanan sorular ile şu bilgilere ulaşılması amaçlanmıştır:

- İşletmenin tarihçesi
- İşletmelere ait teknelere ilişkin bilgiler
- Günübirlik gezi programı
- Bakım-tutum faaliyetleri
- Ticari bakış ve pazarlama faaliyetleri
- Seferihisar bölgesinde günlük gezi tekneciliği GZFT analizi bileşenleri
- Geleceğe yönelik öngörüler
- İstek ve beklentiler

3.1. Çalışmanın Kapsamı ve İncelenen Vaka

Çalışma Seferihisar'da faaliyet gösteren günübirlik gezi teknelerine yönelik tasarlanmıştır. İzmir İli kapsamda toplam 110 gezi teknesi kayıtlıdır; ancak bu teknelerin sadece 83 adeti faaliyettedir (bkz. Tablo 1.). Kayıtlı 110 tekne, 4987 kişilik kapasiteye tekabül etmektedir.

Seferihisar, kayıtlı ve faaliyette olan 9 tekne ile toplam 318 kişilik bir kapasiteyi temsil etmektedir. Diğer bir söylemle, Seferihisar İzmir'de faaliyet gösteren gezi teknelerinin yaklaşık olarak %10,5'ine tekabül eden bir büyüklüğe sahiptir.

Deniz Tufan Bey ve ailesine ait tekneler toplam 5 adettir ve 195 kişilik kapasiteye sahiptir. Bu durumda incelemeye konu vakıanın temsil ettiği tekne sayısı oransal olarak İzmir İli genelinde kayıtlı teknelerin %8,18'ini, faaliyetteki teknelerin ise %10,84'ünü işaret etmektedir. İncelenen vaka Seferihisar temel alındığında, *tekne sayısı* yönünden %55,5'lik bir orana tekabül etmektedir.

Teknelerin yolcu kapasiteleri göz önüne alınarak bir değerlendirme yapıldığında ise, Seferihisar'ın İzmir genelinin %6,3'üne denk gelen bir kapasiteye sahip olduğu; incelemeye konu grubun ise, Seferihisar'da kayıtlı günlük gezi teknelerinin *yolcu kapasitesinin* %61,3'ünü kapsadığı görülmektedir.

3.2. Mülakat Bulguları ve GZFT Analizi

Derinlemesine mülakattan elde edilen verilere dayanarak, GZFT analizi gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin güçlü ve zayıf yönleri ile, fırsat ve tehditlerin incelendiği bu teknik 1950'lerin başında Harward Business

School'un çabalarıyla ortaya çıkmıştır. İngilizce Strengths, Weaknesses, Opportunities ve Threats (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) kelimelerinin ilk harfleri ile SWOT Analizi olarak anılan teknik, Türk işletme literatüründe GZFT ya da FÜTZ (fırsatlar, üstünlükler, tehditler, zayıflıklar) olarak adlandırılmaktadır (Büyükalaca, O. ve diğerleri, 2009: 26). GZFT analizi, bir bütün olarak mevcut durumun ve tecrübenin incelenmesi, üstün ve zayıf yönlerin tanımlanması ve bunların çevre şartlarıyla uyumlu hale getirilmesi olarak adlandırılmaktadır (a.g.e.: 27). Türkiye'de turizm sektöründe yapılan ve GZFT analizinden yararlanan az sayıda çalışma bulunmaktadır (Karadeniz, E., Kandır S.Y. ve Önal Y.B., 2007: 196). Buna karşın turizm sektörüne yönelik GZFT analiz tekniğini kullanarak makro bazda ülkesel olarak Malta'yı, İskoçya'yı, Türkiye'yi ve Portekiz'i inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (a.g.e.: 196).
Karadeniz ve diğerleri (a.g.e.: 197) Usta ve Öztayşi 2001'den GZFT analizine bağlı olarak geliştirilen GZFT matrisinde dört farklı alternatif strateji, taktik ve eylem ön görüldüğünü aktarır:

1. ZT Stratejisi (mini – mini): Amaç zayıflık ve tehditleri minimize etmektir. Bu amaçla zayıflık ve tehditler göz önünde bulundurularak bunların üstesinden gelebilecek stratejiler oluşturulur.
2. ZF Stratejisi (mini – maxi): Zayıflıkları minimize edip, fırsatları maksimize etmeyi hedefler.
3. GT Stratejisi (maxi – mini): Güçlü yönlerden maksimum oranda yararlanırken, dış tehditleri minimize etmeyi hedefler.
4. GF Stratejisi (maxi – maxi): Hem güçlü yönleri, hem de fırsatları maksimize etmeyi hedefler. Bu amaçla organizasyonun mevcut güçlü yönleri kullanılarak tüm dış fırsatlardan yararlanmayı sağlayacak stratejiler geliştirilmektedir.

3.2.1. Mülakat Sonucu Elde Edilen Bulgular

Deniz Tufan, denizci bir ailenin beşinci kuşak temsilcisidir ve yaşı itibariyle aileye ait işletmelerin en üst seviyede yöneticisi konumundadır. Hatırlayabildiği en eski dönemde aile, 4 metre çivisiz teknelerle balıkçılık yapmaktadır.

1960'ların başında bölgede bir ilk olarak dizel motorlu 5 metrelik bir balıkçı teknesi yaptırılarak balıkçılık faaliyetlerine devam edilmiştir. İlerleyen yıllarda 6 ve 7 metrelik yeni teknelerle aile deniz varlığını büyütmüştür. O dönemde balıkçılık verimli olsa da, tutulan balık ve kabukluların İzmir'e karayolu ile nakliyesinde zorluklar yaşanmıştır.

Denizle ilişkisi balık avcılığı şeklinde süren aile, 2000 yılında 9 metre bir tekne ile (Tufan) deniz turizmine başlamıştır.

Talep yoğunluğu karşısında balık avı ve günlük gezi turlarına

daha çok eğilen aile, 2006 yılında büyüyen çocuklarına iş sahası açmak için 18 metrelik yeni bir tekne yaptırmıştır. Gezi teknesi filosuna 2008 yılında 25 metrelik ve 2009 yılında 22 metrelik birer tekne daha ilave edilmiştir.

Mevcut teknelerle mevsimin müsaade ettiği ölçüde günübirlik gezi, kalan dönemde ise havanın müsaade ettiği ölçüde günlük balık avı turları düzenlenmektedir. Bu tekneler de tamamen öz kaynaklarla finanse edilerek bölge tekne imalathanelerinde inşa ettirilmiştir. Bir aile geleneği olarak kazançlarından belli payı tekne bakım ve inşası için ayıran aile, bu teknelerin inşası için kredi kullanmak zorunda kalmamıştır.

Aileye ait günübirlik gezi tekneleri Selinda (17 metre, 50 kişi), Selinda 1 (22 metre, 80 kişi), Selinda 2 (17 metre, 50 kişi) ve Tufan 4 (10 metre, 10 kişi) yine aile işletmesi olan acenta, turistik tesislerdeki stantlar ve www.deniztufan.com internet sitesi üzerinden tanıtılmakta ve pazarlanmaktadır.

Aileye ait balıkçı ve günlük gezi teknelerine ilave olarak tekne bakım onarım tesisi, turistik işletmeler, tarım arazileri ve gayrimenkul yatırımları da bulunmaktadır.

Deniz Tufan, bir dönem belediye meclis üyeliği de yapmıştır; yerel halk ve yönetimle sıcak ilişkiler içindedir.

Bölge günlük gezi turları için çeşitli kısıtlara sahiptir. Askeri bölge ve derin sular yüzünden uğrak yapılabilecek koy sayısı kısıtlıdır. Yaz sezonu boyunca turlar her gün saat 10:30'da Sığacık limanından hareketle başlamakta ve genellikle Papaz Boğazı, Yalancıkokar, Çamur Koyu, Taşada, Harabeler Koyu, Mağaralar Bölgesi ve Akvaryum'a uğrayıp 17:30 gibi dönüş yapılmaktadır. Ayrıca mehtap turları ve isteğe bağlı olarak özel turlar da düzenlenmektedir. Kış sezonunda ise hafta sonu balık avı turları düzenlenmektedir. Balık avı turları tekneleri kirletip yıpratması ve müşterisinin zor tatmin edilir olması nedeniyle tercih edilmese de günübirlik gezi sezonunun kısalığı nedeniyle uygulanmaktadır. Örneğin 2015 yılında sezon, 40 gün civarı tura çıkılmasına müsaade etmiştir.

Sığacık'ta günlük gezi teknelerinin önündeki en büyük engel olarak, bağlama yeri ve gezi teknelerine ayrılmış bağımsız bir alanın yokluğu ön plana çıkmaktadır. Mevcut durumda Sığacık balıkçı barınağına bağlanan günlük gezi tekneleri hem turistik ve ticari potansiyellerinin altında kalmakta; hem de çeşitli risklerle karşı açık durumda bulunmaktadır. Balıkçı tekneleri ile kullandıkları balık avı malzemelerinin arasından tekneye yolcu almak/indirmek durumunda kalan bölge gezi teknecileri, duruma ilişkin şikâyetlerini dile getirerek bir çözüm arayışı içinde olduklarını ifade etmektedirler.

Ayrıca bölgenin deniz yapısı günlük gezi teknelerine gösterilen bağlama yerlerinde belirli bir draftın üzerinde teknelerin yanaşmasına olanak tanımadığı için tekne boy ve kapasiteleri üzerinde baskılayıcı bir

unsur oluşturmaktadır. Deniz Tufan Bey görüşmede, Antalya yöresindeki gibi 40 metrelik bir günlük gezi teknesi yaptırarak korsan gemisi görüntüsü vermek istediğini; ancak böyle bir tekneye uygun bağlama yeri olmadığı projeden vaz geçmek zorunda kaldığını ifade etmiştir. Bu sebeple yatırımlarda kara tesislerine ağırlık verilerek, 8 ve 20 yataklı iki butik otel inşaatına başlanmıştır.

Draft ve bağlama yeri kısıtlarına bağlı olarak Seferihisar bölgesi günlük gezi teknesi potansiyelindeki kayıp tablolardan da görülebilmektedir. Sayısal olarak İzmir Bölgesi'nin %10,5'ini oluşturan Seferihisar Bölgesi kayıtlı tüm tekneleri faal olmasına ve İzmir genelinde faaliyette olmayan %24'lük gezi teknesine karşın; yolcu kapasitesine bağlı olarak bakıldığında sadece %6,3 civarında bir payda kalmaktadır.

Bölgenin bir diğer sorunu liman sahası içindeki batıklardır. Mevcut durumda Sığacık limanında altı adet batık bulunmaktadır.

Askeri bölge nedeniyle Kuzey'de Urla'ya doğru tur düzenlemek gerekmektedir. Burada uğrak yapılabilecek koy sayısı kısıtlıdır. Özellikle kara ulaşımına açık koylarda uğrak yapılması tercih edilememektedir. Seferihisar ve Urla Belediyeleri, bu koyların bakımı ile ilgili sorumluluk sahaları konusunda net bir anlaşma içinde olmadıklarından sinek, çöp, kötü koku, haşere gibi sorunlar baş göstermiştir. Ayrıca piknikçiler ve kampçılar karayolu ulaşımı olan koyları adeta istila etmektedirler.

Mülteci akınıyla ilgili gelişmeler ve ulusal basında yer alan haberler de, günübirlik gezi tekneciliğini olumsuz etkileyebilmektedir.

2014 yılında bölge sorunlarının tespiti ve çözümü için kaymakamlık, turizm müdürlüğü, liman başkanlığı, Sahil Güvenlik ve Deniz Ticaret Odası ortak bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çeşitli fikir ve öneriler ortaya çıksa da, uygulamada yaşanacak zorluklar nedeniyle bu fikirlerin hayata geçmesi mümkün görünmemektedir.

Öncelikle arz fazlasına ve yoğun rekabete mahal vermemek için ruhsat sınırlaması ön görülmüştür; ancak böyle bir sınırlamanın uygulanması için ilgili kanunda düzenlemeye ihtiyaç bulunmaktadır. Bölge günübirlik gezi teknesi işletmelerinin öncelikli talebi bir ticari belediye limanı açılmasıdır. Böyle bir liman için Kalearkası - Sarıkovalar, Mezarlıkaltı mevkiinde uygun yer bulunmaktadır; ancak bu bölgede istenen draftta liman yapılması için tarama çalışması gerekmektedir.

Bölgede faaliyet gösteren günlük gezi teknelerini olumsuz olarak etkileyen bir unsur da yat turizmidir. Yatçılar ile ortaklaşa kullanılması gereken koylarda önceden gelen yatların uygun demirlememesi sebebiyle çeşitli sorunlar yaşanabilmektedir.

3.2.2. GZFT Analizi

Araştırmanın bulguları ışığında ön plana çıkan güçlü ve zayıf yönler ile fırsat ve tehditler Tablo 4.'de yer almaktadır.

Tablo 4. GZFT Analizi

Güçlü Yönler
• Denizcilik geçmişi ve mevcut filo • Yüksek itibar • Güçlü finansal yapı • Yatırımların çeşitlendirilmiş olması • Yerel yönetim, odalar ve ilgili kurumlarla güçlü diyalog • Yönetsel ve ticari birikim ve başarı
Zayıf Yönler
• Kurumsallaşma • Bilimsel yönetim uygulanmaması • Sosyal medyanın efektif kullanılmaması • Kalifiye çalışan bulma sıkıntısı
Fırsatlar
• Cittaslow uygulaması ve çağdaş belediye • Bölge turizminin gelişiyor olması • Bölgenin turistik ve tarihi değeri • Deniz turizmine ilginin artması • Tüketicinin sosyal medyada deniz temalı paylaşım talep etmesi • Özel tur satış imkanları • Bölgedeki günlük gezi işletmelerinin İzmir karayolu ulaşımı için servis hizmeti vermemesi • Mobil internet ve medya paylaşımının gelişmesi • Seferihisar'da günübirlik gezi tekneciliği ile yelken seyrini bir arada sunan konsept olmaması • Aksiyon kamerası gibi ekipmanlara erişimin kolaylığı • Kuşadası – Çeşme güzergahında seyir yapan teknelerin cazibe yaratılarak 12 mil kadar fazladan yol yaparak bölgeye çekilmesi vasıtasıyla bölgesel hareketliliğin arttırılması imkanı • Ciddi tarama çalışması gerektirse de Sığacık'ta ticari liman yapılabilecek sahil kesiminin bulunması
Tehditler
• Yeterli ve güvenli bağlama yeri olmaması • Sektörün rekabete açık olması • Koyların bakım-tutumundaki yetersizlikler • Mülteci hareketleri • Karayolu ulaşımı olan koyların kalabalıklaşması

- Yatçılarla ortak kullanımda yaşanan zorluklar
- Sezonun kısalığı
- Limandaki batıklar
- Kanun ve düzenlemelerin yetersiz kalması
- Denizde yatırım imkânlarının kısıtlı olması

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günübirlik gezi tekneciliği uygun şekilde ele alınır ve düzenlemelere gidilirse bölge turizmine ve ekonomisine sağlayacağı katkıların yanı sıra çevrenin korunması, emniyet ve güvenlik gibi alanlarda da fayda sağlanabilir. Ancak bu üst seviye faydaların sağlanmasından önce tesis edilmesi gereken, günlük gezi tekneciliği ile ilgili düzenlemelerdir.

Bu düzenlemelerin bir kısmı ruhsat denetimi ile ilgilidir. Bölgesel işletmeler her an dışarıdan gelecek yatırımcılarla rekabete açıktır. Bu durumun önlenmesi ise ancak kanun ve yönetmeliklerin düzenlenmesi ile mümkün olacaktır.

İncelemeye konu bölgede güvenli ve uygun bağlama yeri sorunu önceliklidir. Yerel yönetimlerin bu tarz yatırımları yapabilmesi kısıtlı imkânları nedeniyle çok olanaklı görülmemektedir. Bu nedenle, deniz turizmi altyapı yatırımlarını planlamak, yönetmek ve finanse etmek için bir üst oluşuma ihtiyaç bulunmaktadır. '*Tekrar genç olsanız ve sınırsız paranız olsa yine bu iş koluna yönelir miydiniz?*' sorusuna verilen cevap adeta durumu özetlemektedir: '*Ancak liman, bağlama yeri olursa yine bu işi yaparım*'.

İncelenen örnekte finansal yapının oldukça güçlü olduğu gözlenmiştir. Ancak günlük gezi tekneciliğinde –ve deniz turizminde- rol alan bütün aktörlerin finansal yapıları bu şekilde değildir. Yer yer finansal sıkıntılar yüzünden gerekli bakım tutum faaliyetleri aksatılmakta ve bu durum emniyet ve güvenlik yönünden risk doğurmaktadır. Dolayısı ile, deniz turizmi yatırım projelerini değerlendirebilecek ve uygun finansman sağlayacak kurum ve kuruluşlara ihtiyaç vardır.

Deniz turizmi tekneler ve hizmet personeli kadar, temiz ve bakımlı koylar ile cazibesini arttırabilmektedir. Koyların bakımı ve temizliği ile ilgili daha sarih bir iş bölümü ve planlamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Antalya yöresinde belediyeler günlük gezi teknelerinin uğrak yaptığı koyların bakımı ve temizliği için ekipler kurmuş ve konukların temiz bir doğa ile buluşmasını temin etmektedir. Benzer uygulamaya Seferihisar – Urla bölgesinde de acil ihtiyaç duyulmaktadır.

Mevcut şartlardaki olumsuzluklar nedeniyle incelenen örnekte deniz yatırımlarının korunduğu, yeni yatırımların ise karaya yöneldiği

görülmüştür.

Çalışmada ortaya çıkan önemli bir sonuç, günlük gezi teknesi işletmelerinin teknolojik imkânlardan yeterince yararlanmadığıdır. İnternet sitesi ve erişim için GSM numarası dışında bir bilgi teknolojisi yatırımı yoktur. Oysa tur kapsamında seyir yapılan rota ve uğrak yapılan noktalar GSM ağı kapsamındadır. Mobil yayın, on-line görüntü ve video paylaşımı, sosyal medyayı daha etkili kullanma olanakları yeterince değerlendirilmemektedir. Ayrıca suya dayanıklı aksiyon kameraları ile görüntü ve video kayıtları alınarak ticari mal ya da promosyon unsuru olarak değerlendirilebilecekken, bu olasılıklar tamamen göz ardı edilmektir.

İncelenen örnek, müşteri memnuniyetini ölçmek için bilimsel bir metoda başvurmamaktadır. Yemek, müzik, personelin tavrı gibi konulardaki başarı ve eksikler gözlem yoluyla toplanmakta; görüldüğü kadarıyla müşteri beklentilerine yeterince önem verilmemektedir.

Gerçekleştirilen GZFT analizine bağlı olarak işletmenin GF stratejilerine yönelmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. GF Stratejisi (maxi – maxi), hem güçlü yönleri, hem de fırsatları maksimize etmeyi hedefler. Bu amaçla organizasyonun mevcut güçlü yönleri kullanılarak tüm dış fırsatlardan yararlanmayı sağlayacak stratejiler geliştirilmektedir.

İşletmenin en belirgin güçlü yönleri finansmanı ve deneyimidir. Öne çıkan fırsatlar ise Cittaslow uygulaması, artan teknolojik imkanlar, müşterilerin sosyal medya paylaşımına verdiği önemin artması ve bütün günübirlik gezi teknelerinin benzer hizmetler ve anlayışla hareket ediyor olmasından kaynaklanmaktadır.

Bu bağlamada ilgili öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Uğrak yapılan koyların önceden planlanarak yatçılarla paylaşılması; yatçıların günlük gezi teknelerinin uğrak yapacağı saatlerde o koylarda demirlememesi için haberdar edilmesinin sağlanması
- İnternet sitesinin yabancı dillerde içeriğe kavuşturulması
- İnternet sitesinde kullanılan görsellerin daha cazip hale getirilmesi
- Yurtdışında yaşayan ve Türkiye'de tatil yapmayı düşünen müşterilere ulaşabilmek için çalışmalar yapılması
- Aksiyon kameraları kullanılarak hizmet farklılığı yaratılması
- İşletmenin çevrimiçi varlığının güçlendirilmesi
- Sosyal medyanın daha efektif kullanılması
- Yelken seyri de yapabilecek teknelerle sessiz turların planlanması
- Özel turlara yönelik hizmet çeşitliliğinin arttırılması
- Kapalı grup toplantılarına yönelik planlama ve tanıtım yapılması (grup terapileri, sanat workshopları, ve benzeri)

- Mehtap turları ve özel turlar için bölge sanat okullarından müzisyen temini ile canlı dinlence müziğinin opsiyon olarak sunulması
- Tur teknesini takip eden ufak bir tekne ile dış çekim yapılması
- Korsan, antik dönem gibi temalara sahip turların düzenlenmesi ve tanıtılması
- Tur teknesini ulaşım ve destek için kullanarak koya indirilen yolculara survival (hayatı idame ettirme) deneyimi yaşatılması
- Koylarda önceden hazırlanmış parkurlarda hazine avı yapılması
- Kaçış oyunları gibi artan ilgiyi toplayabilen uygulamaların turlarla entegre edilmesi
- Uğrak yapılan koylarda çeşitli yarışma ve animasyonların planlanması

KAYNAKÇA

Akan, M. (2011) *"Evliya Çelebi'nin İzmir'inden Dikkat Çekici Unsurlar"*. Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi / Journal of Turkish World Studies, Cilt 11, Sayı 2 (Kış 2011). s:195-214.

Akdoğan, R. (1999). *Deniz Ticareti,* 2.Baskı.İstanbul:Kitap Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti

Büyükalaca, O., Gül, A., Efeoğlu, E., Ergün, B., Keleş, C., Sezgin, A. ve Yakut, E. (2009). Osmaniye İli SWOT Analizi. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi.

Cerit, G. (2013). Denizcilik İşletmeleri Yönetimi. *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi* (ss.3-21). İstanbul: Beta.

Deniz Tufan (15.12.2015) Selinda Cafe, Sığacık

Erkut, O. ve Paker, S. (2014). Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi. *2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı (ss.49-62)*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

http://wikimapia.org/91202/tr/Seferihisar, Eerişim tarihi 26/12/2015

IMEAK DTO İzmir Şubesi (Deniz Turizmi Sorumlusu Sn.Nur Kan İzmir ve Seferihisar günlük gezi tekneleri ile ilgili bilgileri ve odanın konuyla ilgili çalışmalarını temin etmiştir).

Karadeniz, E., Kandır, S.Y. ve Önal, Y.B. (2007) *"Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma"*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 18, Sayı 2., Güz. ISSN:1300-4220. s:195-205.

Kozan, G.Y., Özdemir, S.S. ve Günlü, E. (2014). Turizm Yazınında Deniz Turizminin Olgusal Gelişimi. *2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı (ss.1-12).* İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Orams, M. (1999). *Marine TourismDevelopment, Impacts and Management*. Londra ve New York: Routledge.

Paker, S. ve Özgezmez, Ö. (2014) *"Gulet Tatili ve Kadınların Gulet Tatili Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Araştırma"*. Dokuz eylül Denizcilik Fakültesi Dergisi, Cilt 6, Sayı 2. ISSN:1308-9161. s:101-112.

Sapmaz, İ. ve Okuyucu, M.F. (2014) *"Deniz Turizminin Dünü, Bugünü, Sürdürülebilirliği". 2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı (ss.45-48).* İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Stopford, M. (2009). *Maritime Economics, 3rd Edition*. Oxon: Routledge.

www.cittaslowturkiye.org, erişim tarihi 26/12/2015

www.seferihisar.bel.tr, erişim tarihi 26/12/2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0026

DENİZ TURİZMİ YÖNETMELİĞİNİN GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNECİLİĞİ YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

[1]Yiğithan GÖKSU, [2]Oğuz ATİK

ÖZET

Üç tarafı denizlerle çevrili bir turizm cenneti olan Türkiye'nin doğal dokusu korunarak mevcut turizm etkinliğinin artırılmasına duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Bu kapsamda yetkili makamlarca bir takım düzenlemeler gerçekleştirilmektedir. Bu düzenlemelerin en önemlisi olan "Deniz Turizmi Yönetmeliği" yasal boşluğun doldurulmasına olanak sağladığı gibi sektörün üzerine olan etkisinin araştırılması, deniz turizmi açısından çok önemlidir.

Bu çalışmada deniz turizmi yönetmeliğinin küçük ve orta ölçekli günübirlik deniz turizmi hizmeti sunan işletmeler üzerine etkileri araştırılmıştır. Deniz turizmi işletmecileri ve kaptanlarının örneklem grubunu oluşturduğu çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma bulguları, deniz turizmi yönetmeliğinin hazırlanma ve yürürlük sürecindeki eksikliklerini ve yönetmeliğin işletmeci/kaptanlar açısından olumlu ve olumsuz yansımalarını içermektedir.

Sonuçta, kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve kooperatifler arası dayanışmayı artırdığı gözlenen ve sorunların hızlı bir şekilde çözümlenmesine olanak sağlayan yönetmelik ile ilgili olarak, deniz turizmi alanında etkinlik gösteren teknelerin bağlama yeri; indirme bindirme yeri; güzergâh haritalarının belirlenmesi; arıtma tesisi ve atıkların yönetimi; nitelikli personel bulmada karşılaşılan güçlük; işletmenin ekonomik istikrarı olmak üzere, altı temel sorun saptanmış olup, yönetmeliğin bugünkü haliyle, mevcut sorunların giderilmesi açısından etkisiz kaldığı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Günübirlik Gezi Tekneciliği, Yasal Düzenlemeler.

[1] Yiğithan GÖKSU, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir yigithan.goksu@deu.edu.tr
[2] Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir oguz.atik@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Karadeniz, Akdeniz ve Ege Denizi'nin kesişim noktasındaki bir yarımada özelliğinde; doğal dokusu ve eşsiz güzellikteki kıyılarıyla deniz turizmi cenneti olan Türkiye'nin, 81 ilinden 28'inin denize kıyısı bulunmakta ve deniz turizmi etkinliklerinde öne çıktığı görülmektedir. Deniz turizminde etkinlik gösteren illerin yüzdesi alındığında bu oran %35'tir. Ancak, ülkemizin deniz turizmi gelirleri ise turizm gelirlerinin yaklaşık %20'sini oluşturmaktadır (DTO Sektör Raporu-2013:212).

Ülkemizin deniz kıyısındaki illerinin sahil uzunluğu yaklaşık 8333km'dir. Özellikle Ege ve Akdeniz kıyıları dünya çapında popülerliğe sahiptir. Nitekim 2015 yılı verilerine göre Türkiye'nin mavi bayrak taşıyan 436 plajı ve 21 marinası bulunmaktadır (www.mavibayrak.org).

Turizm olanaklarının ve mevzuatının iyi düzenlemiş, iyi araştırılmış ve sektör ihtiyaçlarına göre geliştirilmiş olması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında ülkemizde deniz turizmi sektörü etkinliklerini düzenleyici ilk yönetmelik Deniz Turizmi Yönetmeliğidir.

Geniş kitlelerin, yoğun iş hayatı ve ekonomik zorluklar nedeniyle, turizm etkinliklerine zaman ayıramaması, ülkemize özgü olan günübirlik deniz turizmine önem yüklemektedir. Bu nedenle, şehirlerde geniş kitleler tarafından ulaşılabilirliği en kolay turizm, günübirlik deniz turizmi faaliyetidir.

Önceden, deniz turizmi etkinliklerini düzenleyen bir uygulamanın olmaması nedeniyle, yönetmelik mevcut sıkıntıları gidereceği yönünde bir beklenti oluşturmuş; ancak, yönetmeliğin yürürlüğe girmesiyle birlikte tepki almıştır. Bu nedenle, deniz turizmi alanındaki mevzuatın sosyal, ekonomik ve ticari hayata; çevreye ve ilgili kesimlere etkilerinin neler olacağı, yönetmeliğin uygulanabilirliğinin incelenmesi ve sektör ihtiyaçları açısından geliştirilmesi, gereklidir (Ekici, 2010:1).

Bu çalışmada, ülkemizde yaygın deniz turizmi etkinliklerinden olan günübirlik gezi tekneciliğinin, deniz turizmi yönetmeliğinden nasıl etkilendiğinin araştırılması amaçlanmış olup, yönetmeliğin günübirlik gezi tekneleri ile ilgili pek çok işlevi ve etkileri, değerlendirilmiştir.

Ülkemiz günübirlik gezi tekneciliği işletme çevresine bakıldığında; sektörel çevrenin, yönetmeliğin uygulayıcısı olarak kültür ve turizm müdürlükleri, denetleyicisi olarak sahil güvenlik unsurları ve sektörde çalışan günübirlik gezi teknelerinden oluştuğu görülmektedir.

Çalışanlarının genel olarak eğitim seviyesinin düşük olması nedeniyle, araştırma süresince nitel araştırma yöntemlerine başvurulmuştur. Yapılan derinlemesine görüşmelerle yönetmeliğin sosyal, ekonomik ve ticari hayata ve çevreye olan olumlu ve olumsuz yönleri ilgili kesimler açısından tespit edilmiş ve değerlendirmeler içerik analizine tabi tutulmuştur.

2. DENİZ TURİZMİNDEKİ BİLEŞENLER

Deniz turizmi bileşenleri Tablo-1'de; 2013 yılı envanteri ise, Tablo-2'de verilmiştir (DTO Deniz Turizmi Dergisi, 2015).

Tablo 1: Deniz Turizminin Bileşenleri

DENİZ TURİZMİ	
Tesisleri ve İşletmeler	**Araçlar ve İşletmeler**
1.Kruvaziyer gemi limanları (A-B tipi) ve işletmeleri **2.** Yat limanları (3-4-5 çıpalı) ve işletmeleri **3.** Diğer tesisler (rıhtım-iskele-çekek yeri) ve işletmeleri	**1.** Kruvaziyer gemi ve işletmeleri **2.** Yat yatırım ve işletmeleri **a.** Mavi yolculuk deniz taşıma ve işletmeleri **b.** Bareboat deniz taşıma araç ve işletmeleri **c.** Günübirlik gezi tekne ve işletmeleri **3.** Dalabilir deniz taşıma araç ve İşletmeleri **4.** Diğer deniz taşıma araç ve İşletmeleri **a.**Yüzer deniz turizmi araçları **b.** Özel deniz turizmi araçları **c.** Su altı ve su üstü faaliyet araçları

Kaynak: DTO Deniz Turizmi Dergisi Nisan 2015

Tablo 2: Deniz Turizmi Envanteri

Deniz Turizmi Bileşeni	**Miktarı (adet)**
Deniz Turizmi Tesisleri	
Yat Limanları	62
Kruvaziyer Liman	10
Deniz Turizmi Araçları	
Yatlar (Guletler v.b.)	1529
Bare-Boat (Mürettebatsız Kiralanan)	571
Günübirlik Gezi Tekneleri	1051
Yüzer Restoran	45
İçsular Gezi Teknesi	1000 (Yaklaşık)
Dalış İşletmeleri	263
Su üstü İşletmeleri	697
Özel Deniz Araçları	
Özel Tekneler	38838

Kaynak: DTO Deniz Turizmi Dergisi.

Marinacılık ve tesis işletmeleri, ayrı bir ihtisas alanıdır. Deniz araçları, denizcilik ve turizm kültürlerini birleştirir. Turizm işletme belgeli tekne ve işletme sayısı, binlerce olup, ülkemizin önemli bir turizm filosudur. 2015 verilerine göre, Turizm İşletmesi Belgeli "Türk Bayraklı Yat" miktarı 1529; "Yabancı Bayraklı Yat" miktarı 826; "Günübirlik Gezi Tekne" miktarı 1636; Yüzer Deniz Turizmi Araç statüsünde bulunan tekne miktarı ise 51'dir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

Turizm işletmesi belgeli günübirlik gezi teknelerinin illere göre dağılımı Tablo-3'te belirtilmiştir.

Tablo 3: Günübirlik Gezi Teknelerinin İllere Göre Dağılımı

İlin Adı	İşletme Sayısı	Tekne Sayısı	Yolcu Sayısı
Adana	1	1	44
Antalya	412	489	26279
Aydın	68	68	4844
Balıkesir	50	52	4158
Bartın	11	11	319
Çanakkale	8	8	212
Edirne	2	2	72
Hatay	14	14	744
İstanbul	85	87	16662
İzmir	96	97	4498
Kastamonu	1	1	22
Mersin (İçel)	22	27	2339
Muğla	215	231	13706
Ordu	4	4	123
Samsun	1	1	399
Sinop	16	30	629
Yalova	3	3	403
Genel Toplam (2014)	**1009**	**1126**	**75453**
Genel Toplam (2013)	**938**	**1051**	**68629**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (31.12.2014)

3. DENİZ TURİZMİ YÖNETMELİĞİ

Deniz Turizmi Yönetmeliği, turizm değerleri taşımasından dolayı Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmektedir.

3.1. Yönetmelikle İlgili Hukuksal Süreç

Cumhuriyetle birlikte reform sürecine giren Türkiye'de, turizm politikaları ve dönemsel incelemeler, "**Cumhuriyet Öncesi**"; "**Cumhuriyetle Başlayan Plansız**"; "**1. Planlı** (1962-1980)"; **2. Planlı** (1980-2013)" **dönemler** olarak 4 başlıkta toplanır (Coşkun, 2010:20). Turizmle ilgili kamu örgütlenmesi, cumhuriyetin ilk yıllarına dayansa da, ilk kanun, 1934 tarihli "İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında 2450 Sayılı Kanundur (Yağcı, 2003:17). 1939'da tanıtma ve turizm işleri müdürlük halinde Ticaret Bakanlığına; 1940'da Basın ve Umum Müdürlüğüne; 1943'de Basın Yayın Umum Müdürlüğüne; 1949'da Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğüne bağlı Turizm Dairesine bırakılmıştır (Yıldız, 2011:58). "1950'de çıkarılan "5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu", turizmin geliştirilmesi için çıkarılan ilk kanundur (Kozak ve diğ.,2000:105). Buna göre, hangi işletmelerin turizm

müessesesi olduğu; hangi tedbir ve teşviklerden yararlanacağı; yararlanma koşulları; işletmelerin denetlenme ilkeleri belirlenmiştir.

Sonraki yıllarda birçok yasal düzenleme, çalışma ve kalkınma planı yapılmışsa da, 1980 yılından sonra çıkarılan "2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu" turizm açısından dönüm noktası olmuştur. Bu kanunla birlikte günümüz deniz turizmi yönetmeliğinin temelini oluşturan "Yat Turizmi Yönetmeliği" de yürürlüğe girmiştir (Kozak ve diğ. 2000:111).

Deniz turizminin hızlı gelişimi, meslek dallarının çeşitlenmesi ve Avrupa Birliği Uyum Süreci kapsamında kanunların değişmesi sonucu yetersiz kalması nedeniyle, Kültür ve Turizm Bakanlığının koordinasyonunda, ilgili kamu ve sektör temsilcileri ile Deniz Ticaret Odasınca "Deniz Turizmi Yönetmelik Taslağı" çalışmaları tamamlanmış, Deniz Turizmi Yönetmeliğine dönüşmüştür (DTO, 2013:213).

Deniz Turizmi Yönetmeliği, 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu 37. Madde, 1. Fıkra, A bendi, 4. alt bendine göre hazırlanmış; Deniz turizmi alanında kamu ve sektöre karşı yetkili kuruluş, yasayla belirlenen sorumlulukları çerçevesinde Deniz Ticaret Odası'dır (DTO, 2013:212).

Yönetmelik geniş olup; "deniz araçları" Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme; "bağlama yerleri" Çevre ve Şehircilik; "etkinlikler" Gıda, Tarım ve Hayvancılık, Gençlik ve Spor ve Maliye Bakanlıklarınca ortak yürütülmekte; Yönetmelik(2009), "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet (Kültür ve Turizm Bakanlığı-2011)"; "Gezi Tekneleri (Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı-2006 ve revize hali 2014); Özel Teknelerin Donatımı ve Kullanacak Kişilerin Yeterlilikleri Hakkında (2008 ve revize hali 2012); Gemilerin Teknik (2009); Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Kıyı Kanunu(1994) kapsamındaki yönetmeliklerle ilişkilidir.

3.2. Deniz Turizmi Yönetmeliğinin Yürürlüğü ve Amacı

Yayımı ile oluşan uyumsuzluk ve ihtiyaçların giderilmesi için, ihtiyaç duyulan mevzuat geliştirme çalışmalarına devam edilmekte olup, Yönetmelik ilk olarak 24.07.2009 tarih ve 27298; Uygulama Tebliği, 28.04.2010 tarih ve 27565; Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ, 10.03.2011 tarih ve 27870 sayılı Resmi Gazetelerde yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (www.mevzuat.gov.tr).

Yönetmeliğin amacı Madde 1'de belirtilmiştir.

"MADDE 1 – (1) Bu Yönetmeliğin amacı; denizcilik ve turizm hizmetleri açısından deniz turizmi tesisleri ve araçlarının yatırım ve işletmeciliğinin geliştirilmesi, teşviki, bunların güvenli bir biçimde kullanılması, bu işletmelerin ülke ekonomisine ve ülke turizmine yararlı olacak şekilde nitelik ve standartlarının belirlenmesi, bu alanda faaliyet gösteren yatırımcı ve işletmecilerin uyması gereken asgari kuralların belirlenerek deniz turizmi sektörünün uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve kalitesinin yükseltilmesini sağlamaktır."

3.3. Yönetmelik Sonrası Değişiklikler

Yönetmelikle, turizmin yoğun olduğu bölgelerde gerçekleştirilen deniz turizmi etkinlikleri belirli koşullara bağlanmıştır. Örneğin yönetmelik öncesinde turizme hizmet amacı güden bir tekne günlük gezi ve uzun süreli mavi tur etkinliklerinde bulunabilir, denize elverişlilik belgesi yolcu motoru olan bir tekne turizm etkinliklerine katılabilirdi. Yönetmelik ile teknelerin sınıflandırılması uygulamasına başlanmış, tekne kapasiteleri belirlenmiş ve belgelendirilmiştir. Bu sayede hizmet kalitesi arttırılmış, deniz vasıtalarının standarda bağlanmadan yürütülen işleyişine yöntem belirlenmesi sağlanmıştır. Yat turizmi yönetmeliği ana hatlarıyla sadece yatlar ve yat işleyişini esas alırken, deniz turizmi yönetmeliği tüm deniz araçları ve işleyişlerini esas almaktadır.

Önceden belli olmayan deniz turizmi kategorileri, turizm teknesi ile gemi farkı, yolcu motoru ve özel tekne farkı ve uygulamada anlaşılmazlığa neden olan zorluklar ortadan kaldırılmıştır (DTO, 2015).

Önceliğin müşteri hakları, hizmet kalitesi ve can emniyeti olan bu yönetmelikle, Turizm ve Kültür Bakanlığı görevlendirilmiş; deniz turizm alanında ticari etkinlik gösterecek araç ve işletmeciler turizm belgesi ile yetkilendirilmiş; deniz ve kıyı tesisleri ile çekek yerleri, limanlar, iskeleler "deniz turizmi tesisi" olarak, diğer yüzer turizm araçları da deniz turizmi araçları olarak (Tablo-1) belirlenmiştir.

Yönetmeliği günübirlik gezi tekneleri açısından değerlendirirsek, öncelikle; "Deniz Turizmi İşletme Belgesi alınması" ve "Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından belirlenen ve il/ilçe kültür ve turizm müdürlüklerine göre denetimlerde gerekli esaslara uyulması" hükmü getirilmiştir. Böylece, tekne dizaynları gözden geçirilmiş, yolcu kapasitesi gemi teknik yönetmeliğine göre değiştirilmiş, bağlama yerleri ve kıyı tesisleri standardı yükseltilmek maksadıyla gözden geçirilmiştir.

3.4. Yönetmeliğin Güçlü Yönleri

Yönetmelik deniz turizmi sektörü açısından ilk niteliği taşımaktadır. Bu nedenle başıboşluğu ortadan kaldıran bir özelliktedir. Yönetmelikle birlikte belirlenen deniz turizmi tesis ve araç standartları, hizmet kalitesinin yükseltilmesine büyük katkı sağlamıştır.

Yönetmeliğin üçüncü ve dördüncü bölümlerinde belirtilen esaslar çerçevesinde alanında etkinlik göstermekte olan işletmeler genel olarak takip edilebilir ve sınıflandırılabilir hale getirilmiş, işletme esasları belirtilerek yapılan belgelendirmeler, toplantılar ve görüşmeler kanalıyla kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve kooperatifler arası dayanışma ön planda tutulmuştur.

3.5. Yönetmeliğin Zayıf Yönleri

Yönetmelik, işleyiş bakımından geniş bir alanı kaplamakta; diğer bakanlıkların mevzuatlarıyla çakışan maddeler içermekte; bir takım sorunlar doğurmaktadır. Sorunların başında belgelendirme amacıyla yapılacak sınıflandırma gelmektedir. Yönetmeliğin 4. Maddesi ve 5. Bölümünde Deniz Turizmi Araçlarının Türleri başlığı gelişen teknoloji ve artan rekabet koşullarında piyasanın kendini geliştirmesi hızına karşılık veremeyen niteliktedir. Denize elverişlilik belgesi ve turizm işletme belgesi arasındaki isimlendirmede fark vardır. İstanbul Boğazı Yüzer Restoranların İşletimi, Bodrum Bölgesi Yüzer Katamaran Disko, Amasra Yarımadası Dolmuş Tekne Turları, Ege Guletlerindeki günlük turlar ve Akdeniz'deki korsan figürlü kaydıraklı gemiler bunlara örnektir.

Diğer bir zorluk, hizmet kalitesi için müşterilere sunulması gereken teknedeki yaşam alanıdır. Alanın belirlenmesinde, tekne eni ve boyu esas alınmış; belirli katsayılarla yolcu kapasitesi yarıya düşürülmüş, oluşan tepkiler sonucu, taşıma kapasitesi Gemi Teknik Yönetmeliği esaslarına bağlanmıştır. Yönetmeliğe göre, turizm belgelendirme işlemleri yüzer tesisler açısından bakanlık yetkilileri, ticari yatlar için il kültür ve turizm müdürlükleri, günübirlik gezi tekneleri için ilçe kültür ve turizm müdürlükleri ve deniz turizmi kurulları tarafından incelenerek verilmektedir. Bu uygulama yöreye ait özelliklerinden dolayı uygulama ve belgelendirme kolaylığına ve bölgesel uygulama farklılıklarına neden olmaktadır. Böylelikle yönetmelikte belirtilmemiş olan belgelerin geçerlilik bölgeleri ve hizmet alanları doldurulması gereken bir boşluktur.

Kıyı Kanunu uyarınca, birçok sahilin doğa varlıkları arasında yer alması, özel koruma ve özel uygulama esaslarına sahip olması nedeniyle bağlama yeri, tesis ve altyapı eksiklikleri giderilmemiş olması, sorundur.

4. GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNECİLİĞİ

Eskiden yolcu motoru/tenezzüh sınıfında sayılan günübirlik gezi teknesi kavramı, 24. maddede *"gezi, spor, eğlence ve turizm amacıyla limandan aldığı yolcularını aynı gün aynı limanda indiren, denize elverişlilik belgesine sahip deniz turizmi aracı*" şeklinde tanımlanır. Günübirlik Gezi Tekneciliği, "birbirini tanıyan kişilere ait özel tekne kiralanması" veya "birbirini tanımayan kişilere ait standart tur planlanması" şeklinde yapılır. Serbest çalışanlar varsa da, genelde kooperatifleşmeye gidilmektedir (Atlay Işık ve diğ.,2013:429).

Teknelerde, kültür turları (bölgenin tarihi ve kültürel dokusuna yapılan); amatör balıkçılık turları; mehtap veya boğaz turları; organizasyon turları (nişan-düğün-davet vb. kutlamalar için); turizm sezonunda yapılan yüzme-eğlenme-gezi vb. etkinlikleri içeren turlar

(müzikli/müziksiz) şeklinde hizmet sunulmaktadır. Marmara ve Boğazlarda saç tekne (Şekil-1); Ege ve Akdeniz'de Gulet (Şekil-2); Karadeniz'de, balıkçı teknesinden devşirilen tekneler (Şekil-3) kullanılır.

Şekil 1: Saç tekne (Marmara ve Boğazlarda)
Kaynak:www.denturavrasya.com.tr

Şekil 2: Gulet (Ege ve Akdeniz'de)

Şekil-3 Devşirme tekne (Karadeniz'de)
Kaynak:www.amasra.net

5. DENİZ TURİZMİ YÖNETMELİĞİNİN GÜNÜBİRLİK TEKNE HİZMETLERİNE ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

İlk aşamada yöntem, amaç, sorular, model ve katkılar; ikinci aşamada nitel araştırma süreçleri ve analizler açıklanmıştır. Nitel uygulamada, deniz turizmi yönetmeliğinin etkilediği sektörel çevre ile

yapılan görüşmeler ve yapılan gözlemlerle deniz turizmi yönetmeliğinin etkileri incelenmiş, araştırma sorularının cevapları aranmıştır.

5.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Çalışmada, deniz turizmi yönetmeliğinin ve getirdiklerinin, ülkemizdeki günübirlik tekne hizmetlerine olan etkileri araştırılmıştır.
Bu bağlamda, deniz turizmi alanında günübirlik gezi tekne hizmetlerinde bulunan kaptanlar, idari yetkililer ve denetleyicilerle görüşmeler yapılarak mevcut durum değerlendirilmiş; kesişen noktalar tespit edilmiş, sonuçta deniz turizmi yönetmeliğinin olumlu ve olumsuz yönleri incelenmiştir.

Yasal düzenlemeler ve yönetmeliklerin etkilerinin araştırılması uzun yıllardır sosyal bilimcilerin ilgilendiği bir araştırma konusu olmakla birlikte, literatür incelendiğinde mevcut yönetmeliklerin Avrupa devletleri ile kıyaslanması konusuna ağırlık verildiği, uygulanmakta olan yönetmeliklerin etkilerine ilişkin konuların çok arka planda kaldığı görülmektedir. Bu araştırma, saha araştırmaları konusunda literatürdeki boşluğun giderilmesine ve yönetmeliğin geliştirilmesine katkıda bulunabileceği; yeni mevzuatların incelendiği ve sektöre etkisinin araştırıldığı çalışmalara da kaynak olacağı düşünülmektedir.

Verilerin toplanması sürecinde sektörde, kabul edenlerle görüşme yapılmış; yeterli örneklem sayısına ulaşılmıştır. Ancak, görüşme talebine olumsuz cevap verenler; gözlemle ilgili yasal engeller; yasalar nedeniyle yönetmeliğin hazırlanması, incelenmesi ve geliştirilmesine ilişkin tüm verilere ulaşılamaması, araştırmanın kısıtlarını oluşturmuştur.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırmanın temelleri, insan davranışını içinde bulunduğu ortam ve çok yönlü araştırmayı hedefleyen yapıdadır. Nitel veriler güvenilirdir. Dünyayı araştırmacının değil, insanın bakış açısıyla inceler (Hammersley, 1992:45). Nitel veri toplama aracı "ne", "açıkla", "neden", "süreç", "önemi nedir" gibi sorular ve ifadeler kullanır, olayları derinlemesine inceler (Hesse-Biber ve Leavy, 2005: 28).

Nitel yöntem, informal ortam yaratarak araştırmaya katılanları tecrübe, inanç, değer ve herhangi bir sosyal olguya verdikleri anlamlar açısından tartışır (Brah ve Shaw 1992: 53).

Çalışmada, derinlemesine görüşmeler yapılmış; görüşme metinleri içerik analizine tabi tutulmuş; görüşme formu ile yüz yüze veya telefon aracılığıyla görüşülmüş; sorular, hazır olmasına rağmen, görüşme sırasında katılımcıların cevaplarına göre yeniden yapılandırılmış; gerekli durumlarda notlar alınmış; görüşmede ses kayıt cihazı kullanılmıştır.

Çalışmanın evrenini Türkiye'de günübirlik gezi tekneleri ilgilileri oluşturmuştur. Katılımcılar, yetkili kamu personeli (İl/İlçe Kültür Turizm

Müdürlüğü, Liman Başkanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı ve Deniz Ticaret Odası) ve asgari 10 yıl iş tecrübesi olan çoğunluğu 30-60 yaş arası profesyonel çalışanlar (kaptan, işletmeci, kooperatif başkanı) olup, 25-70 dakika görüşülmüştür. Katılımcı bilgileri Tablo-4'te verilmiştir.

Tablo-4 Katılımcı Bilgileri

Katılımcı	Görev	Tecrübe	Yaş	Eğitim	Köken
Katılımcı-1	Kaptan/İşletmeci	10-20 yıl	0-30	İlkokul	Balıkçı
Katılımcı-2	Kaptan/İşletmeci	10-15 yıl	30-50	Lise	İlgili
Katılımcı-3	Kaptan/İşletmeci/Koop. Bşk	10-15 yıl	50-70	Lise	İlgili
Katılımcı-4	Kaptan	15-20 yıl	50-70	Ortaokul	Denizci
Katılımcı-5	Kaptan	15-20 yıl	50-70	Ortaokul	Balıkçı
Katılımcı-6	Kaptan	10-15 yıl	30-50	Lise	Balıkçı
Katılımcı-7	Kaptan/İşletmeci	30-40 yıl	50-70	Lise	İlgili
Katılımcı-8	Kaptan	10-20 yıl	20-30	Lise	İlgili
Katılımcı-9	Dernek Başkanı	30-40 yıl	50-70	Lise	İlgili
Katılımcı-10	Denetleyici	2-3 yıl	30-50	Lisans	Memur
Katılımcı-11	Denetleyici	5-10 yıl	30-50	Lisans	Memur

5.3. Araştırmanın Bulguları

Karadeniz Bölgesinde (Trabzon, Samsun, Sinop, Bartın) 22 tekne kapsamında 2 katılımcı ile; Marmara Bölgesinde (İstanbul, Yalova, Çanakkale, Balıkesir) 51 tekne kapsamında 3 katılımcı ile; Ege Bölgesinde (İzmir, Aydın, Muğla) 90 tekne kapsamında 4 katılımcı ile; Akdeniz Bölgesinde (Antalya, Mersin, Hatay) 13 tekne kapsamında 2 katılımcı ile, toplam 176 tekne kapsamında, 11 katılımcı ile görüşülmüştür. Sektörde çalışanların eğitim durumları çoğunlukla lise ve altı; kısmen lisans olup; kökenleri, genelde balıkçı ve denizci ailesi; kısmen denizcilik veya emeklidir. Görüşmelerde elde edilen bilgilere göre, Yönetmeliğin günübirlik gezi teknеciliğine etkisine ait içerik analizine tabi tutulan önemli bölümleri Tablo-5'te verilmiştir.

Tablo 5: Katılımcı Bulguları

Katılımcılar	Bulgular
Katılımcı-1	► Kısım ayrımı yok! Bölgesel olmalı. Her yerdeki tekne farklı! Her şeyin fiyatı yükseldi. Piyasaya tekne girmesine engel oldu. Bizim için iyi oldu. Yolcu sayısı azaldı. ► Belgelendirmede sınıflama şart! Eğitim uygulamalı olmalı. Ehliyet gibi! Kurslar, bizi zarara uğratacak. 60 yaşındaki adam ne anlar bilgisayardan? Nasıl kullansın da sınav olsun? ► Tekne rekabetleri kontrol altına alınmalı. Karadeniz'de çift makine kullanılması zorunlu tutulmalı!

Katılımcı-2	► Tekne kapasitesi yarıya düştü. Sefer sayısı aynı kaldı, yolcu sayısı düştü. İyi oldu! Benim tekne 150 kişiymiş, şimdi 72'ye düştü. Karadeniz'de böyle olmalı. 150 kişiye denizde nasıl sahip olabilirsin? Güvenlik açısından faydalı oldu. Balıkçı kayıkları ile tur yapılırken, ruhsatlı tekneler geldi. Güvenlik sistemleri zorunlu oldu. Can yeleği, can simidi, yangın sistemi geldi.
Katılımcı-3	► Teknede yolcu sayısı 62'den 30'a düştü. Sefer artsa bir şey değişmezdi! Birkaç sene sonra alışılacak ve etkisi atlatılacak. Müşteri ve misafirler için avantaj oldu. İtiş kakış vardı. Şimdi nezih oldu! Hizmet kaliteli oldu. Çekek yerleri ile yeni düzenleme geldi. 12m üzeri tekneler için çekek yeri yok! Bakım için tekneleri, İnebolu'ya veya Ereğli'ye götürmek zorundayız. 15m altı teknelerin bakımını vinçle biz yapıyorduk, Şimdi 12m altına düştü. Tekne donanımları kurallara göre çekilmesi gerekecek dendi, çekek yeri sıkıntısı oluştu. Mavi kart alt yapısı var ama uygulama yok. Yönetmelik donanımları ile ilgili yeni düzenleme getirdi, yolcu kapasitesi uygun hale geldi. Üst kat projeleri gezi tekneleri için verimli oldu. Kullanım alanı genişledi, yemekli turlar görsellik anlamında keyifli oldu. ► Sahipleri, teknelerini büyütmek isterken, ahşabı satıp saç yapacaklar. Bölge için uygunsuz. Karadeniz'de sualtı saç, üstü ahşap-saç olmalı. Kültürel, gezi teknesi turu güzel ve iyi olmalı.
Katılımcı-4	► Açıkçası bilmiyorum. İstenen bütün belgelerimiz tam.
Katılımcı-5	► Sahil güvenlikle, başkanla konuşur, şekillendiririz.
Katılımcı-6	► Teknem için değişiklik olmadı! Diğerleri etkilendi. Müşteri azaldı, masraf arttı! Tenezzüh olmam avantaj oldu. Midilli adasına tekne çalışıyor, günübirlik git gel şeklinde! Kapıda vize var, yeşil pasaport gerekmiyor. Günde en az 1000 kişi taşınıyor!
Katılımcı-7	► Durmadan yeni bir şeyler çıktığı için takip etmiyorum.
Katılımcı-8	► Mevzuata ait bir şey yok. Yönetmeliğe göre yönetiliyoruz. Devlet her sene yeni bir şey çıkarıyor. Devletin ne hizmeti var, ne teşviki var! Kendimizce mücadele edip para kazanıyoruz. ► Tekne takibi çıkardılar. Cihaz bağlıyor, kaç saat gittin filan.
Katılımcı-9	► 2009'da yapıldı. 2011'de yürürlüğe girdi. DTO hazırladı. Türkiye maksatlı değil, Ege tatili için hazırlanmış gibi çıktı. Bölgesel özelliği yoktu. Sorunlar, 1984'ten beri aynı. Bağlama ve indirme bindirme yeri, güzergâh haritası, arıtma tesisi, nitelikli personel. Özel koruma alanı, sit bölgesi diye yetkililer paslaşıyor. Başkası inşa yaparken, biz belge alamıyoruz. ► Yasalara bağlı kaynak oluşturulması güzel ama yeterli değil. Önce sevindik, sorunlar kalkacak diye. Ama yönlendirme yetersiz, ihtiyacı karşılamıyor. Parası olanın girebileceği sektör oldu. Haksız rekabet oluştu. Çok başlılık oldu. Önceden denizcilikle, şimdi turizm açısından da denetlenme çıktı. ► Evrak yükü. Ne sorun çözdü, ne turizmci korundu. Teknelere acilen turizm yıldızı verilmeli ve kalite sınıfı oluşturulmalı.
Katılımcı-10	► Tekne hizmeti, standartlar ve turizm anlayışı geliştiği için faydalıdır. Günübirlik gezi tekneleri kaptan ve işletmecilerinin

	çoğu yaptığının farkında değil. Kimi kaptanlar meslek havasından faydalanmak, çevre edinmek ve yabancı arkadaş kazanmak şeklinde bakıyor, balıkçı mı turizm hizmeti mi belirsiz. Şimdi turizm kurulları işi sıkı tutuyor. Kalite arttı. Sıkıntı, para, açlık ve saldırganlık, fiyatı ve kaliteyi düşürüyor.
Katılımcı-11	► 3 tarafımız denizle çevrili, her taraf milli servet ama deniz turizmini yönlendiren yoktu. Doğru oldu. Turizm anlayışının oturması, turizm işletme belgesi alınması, sınıflara ayrılması önemli ve başarılı uygulamalar. Ancak, sınıf sayısı sabit ve teknoloji hızlı gelişiyor. Hizmette yaratıcılık başlıyor. Kaydırak, animasyon, cam tekne gibi özel ve belgelendirme süresi, denetim süresi değişen, sportif faaliyetle turizm arasında değişik türler çıkıyor. Yetişmek mümkün değil. Sınıf güncellenmesi ve geliştirilmesi için, tanımlar başlığının açılması lazım. ► Yönetmelik çıkacağı zaman, beklenti sorunları çözeceği yönündedir. Deniz turizmi sıkıntısı çok olunca, piyasada ilave iş yükü olarak algılandı. Belge vermede standart denetim olmadığı için, haksız rekabet oluştu.

Yukarıdaki görüşmeler ışığında, deniz turizmi yönetmeliğinin uygulanmasına yönelik saptanan olumlu ve olumsuz bulgular aşağıdadır.

5.3.1. Yönetmeliğin Olumlu Algılanan Bulguları

(1) Deniz Turizmi alanında ihtiyaç duyulan boşluk giderilmiştir.
(2) Deniz turizmi araçlarının belirli bir sınıflandırması yapılmış, istatistik verileri oluşturulmuş ve sektörün takibine olanak sağlanmıştır.
(3) Sınıflandırma neticesi, teknelerin sahip olması gereken standartlar ve tekne tasarımları yeniden düzenlenmiş olup, gelişme sağlanmıştır.
(4) Belirlenmiş standartlar vasıtasıyla hizmet kalitesi artırılmış, müşteri can ve mal emniyeti geliştirilmiş, müşteri hakları artırılmıştır.
(5) Hizmet kalitesi ve konfor müşteri memnuniyetini artırmıştır.
(6) Bağlama yeri standardı gelmiş, turizm gelişim alanları oluşmuştur.
(7) Deniz Turizmi üzerinden geçimini sağlayan tekneciler için uyulması gereken yöntemler belirlenmiş, sektörün yönlendiricisi oluşturulmuştur.
(8) Sektöre yönelik denetimler artmış, başıboşluk ortadan kaldırılmıştır.
(9) İşletim maliyeti yükselmiş, tam rekabet piyasası olan sektöre küçük işletmeci olarak girişler kontrol altına alınmış, bir nevi önleyici olmuştur.
(10) Deniz turizmi kurulları, kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve kooperatifler arası dayanışmayı artırmış; sorunların hızlı bir şekilde çözümlenmesine olanak sağlamıştır.

5.3.2. Yönetmeliğin Olumsuz Algılanan Bulguları

(1) Sektör yönetmelikle yetki altına alınınca, diğer bakanlıkların ilgili yönetmelikleri ile uyuşmazlık oluşmuş, zaman ve enerji kaybı olmuştur.
(2) Uyuşmazlıklar aynı zamanda gerçekleştirilen yetki dağıtımı nedeniyle çok başlılık oluşturmuş, bürokrasi ve gerekli belge sayısını artırmıştır.
(3) Sektörde hizmet vermekte olan teknelerin işletim maliyeti ve ilgili diğer bakanlıklara bağlı kuruluşlarının iş yükü artmıştır.
(4) Yönetmelikte turizm ve denizcilik algısı nedeniyle uyuşmazlıklar vardır. Bu uyuşmazlıklar uygulamada aksaklıklara neden olmuştur.
(5) Türkiye deniz turizmine göre bölgesel uygulamalara ve özel nitelikli durumların ihtiyaçlarına cevap verememiştir. Bu nedenle tekne, araç veya diğer yüzer etkinlik araçlarının sınıflandırmasında sorun oluşmuştur.
(6) Yönetmeliğin yürürlüğü ile altyapı sorununa cevap alınamamış, benzer durumun mavi-kart uygulamasında da yaşandığı görülmüştür.
(7) Belgelendirme, maddiyata dayandırılmış; sektör dışı kişiler, adil rekabeti ihlal etmiş; çoğu bölgede liman bağlama kapasitesi aşılmış; tekne taşıma kapasitesi dengesizliği oluşmuştur.
(8) Dengesizlik, küçük deniz turizmi aracı işletmecileri tarafından ücreti düşürmeyle, kaliteyi azaltmayla ve birleşme/kapanma/yasadışı eğilimle dengelenmeye çalışılmasına neden olmuş, müşteri talebindeki azalmayla oluşan ekonomik sıkıntı bazı bölgelerde hanutçuluğu artırmıştır.
(9) Kooperatif, sivil toplum örgütleri ve piyasadaki işletmelerin ticari istikrara yönelik koruyucu önlem veya teşvik koşulları bulunmamaktadır.

SONUÇ

Ülkemizdeki yasal boşluğun doldurulmasına katkı sağlayan ve "Günübirlik Gezi Tekneciliği" kavramını oluşturan Deniz Turizmi Yönetmeliği, Deniz Ticaret Odasının destek ve çabasıyla 2009'da yayımlanmışsa da, 2011'de yürürlüğe girmesi nedeniyle, yeni bir yönetmelik özelliği taşıdığı için, uygulamaları, halen oturmamıştır.

Deniz turizmi alanında etkinlik gösteren teknelerin bağlama yeri; indirme bindirme yeri; güzergâh haritalarının belirlenmesi; arıtma tesisi ve atıkların yönetimi; nitelikli personel bulmada karşılaşılan güçlük; işletmenin ekonomik istikrarı olmak üzere, 6 temel sorunu bulunmaktadır. Yönetmelik, mevcut sorunların giderilmesi açısından etkisiz kalmış ve birçok işletme tarafından gereksiz bürokrasi olarak algılanmıştır. Ayrıca, Türk Günübirlik Gezi Tekneciliği ekonomik etkenlerden kolay etkilenen yapıda olup, sektör çalışanlarının korunarak yönlendirilmesine ihtiyaç duyulmakta; kendi kendine gelişememektedir.

Bu nedenlerle, Yönetmeliğin 4. Maddesine, bölgesel düzenleyici kurullara ilişkin tanım eklenmesi; kurula bölgesel turizm gelirleri

açısından arz ve talepte dengeleyici rol verilmesi; hızlı gelişen teknolojik yenilikler sonucu, yönetmelik esaslarının, işletme sınıflarının ve çalışma alanlarının güncellenmesi; uygun olacaktır. Böylece, ülkemizin itibarı ve kıyıların korunması açısından olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Sonuç olarak, yönetmeliğin hazırlanış amacı ülkemizdeki deniz turizmi sektörünün kontrol altına alınması, müşteri memnuniyetinin artırılması ve sektördeki başıboşluğun önlenmesidir.

Bu çerçevede çalışmada saptanan hususların, hazırlanış amacına hizmet eden başarılı bir yönetmelik olması nedeniyle, yönetmeliğin uygulanması ve geliştirilmesi amacıyla yapılacak olan revize çalışmalarında ilgililere yardımcı olacağı; saha araştırmaları konusunda literatürdeki boşluğun giderilmesine katkı yapacağı; yeni mevzuatların incelendiği ve sektöre etkisinin araştırıldığı çalışmalara kaynak olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Amasra Yatçılar Kooperatifi. (2015). *Karadeniz Koçerler-1 Gezi Tenezzüh Teknesi* www.amasra.net/yatcilar- kooperatifi-amasra.html Erişim tarihi: 07.12.2015

Brah, A. ve Shaw, S. (1992). *Working Choices: South Asian Young Muslim Women in the Labor Market.* London Department of Labor. London.

Coşkun, N. (2010). *Türkiye'de Turizm Politikaları ve Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri*, Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bak. Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.

Deniz Ticaret Odası. (2013) *Sektör Raporu* http://www.denizticaretodasi .org.tr /Sayfalar/sektor-raporu.aspx Erişim tarihi: 17.10.2015

Deniz Ticaret Odası Deniz Turizmi Dergisi. (2015) *Deniz Turizminin Bileşenleri* http://www.denizticaretodasi.org.tr/ Shared%20 Documents/Deniz%20Ticareti%20Dergisi/nisan_ek_15.pdf Erişim tarihi: 10.12.2015

Deniz Turizmi Yönetmeliği. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı. Resmi Gazete Tarih 24.07.2009 Sayı 27298.

Dentur Avrasya Grup. (2015) *Marmara Gezi Tenezzüh Teknesi*, www.denturavrasya.com/trTR/filo_detay.aspx?kid=84&id=212 Erişim tarihi: 07.12.2015

Ekici, B. (2006). *Düzenleyici Etki Analizi Kanun, Kanun Hükmünde Kararname, Tüzük, Yönetmelik ve Diğer Düzenlemelerde Uygulanması,* Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı Yayınları, Ankara.

Hammersley, M., (1992). *What's Wrong With Ethnography?: Methodological Explorations*. Routledge, London and New York.

Hesse-Biber, S.N. ve Leavy, P. (2006) *The Practice of Qualitative Research.* Sage Publications, London.

Işık, D.A., Paker, S. ve Şengönül, G. (2013). *Deniz Turizmi,* Denizcilik İşletmeleri Yönetimi s.419-446. Beta Yayıncılık, İstanbul.

Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M.A.. (2000). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar 16.Baskı*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı. (2015) *Mavi Bayraklı Plaj ve Tesis Sayısı* http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx Erişim tarihi: 17.10.2015

Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yıldız, Z. (2011) *Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi.* Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi Cilt 3, Sayı:5, s:54-71.

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu. Resmi Gazete Tarih : 16/3/1982 Sayı : 17635.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0027

AKDENİZ'DE DÜZENSİZ GÖÇMENLİK SORUNUNUN GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNECİLİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

[1]Yiğithan GÖKSU, [2]Oğuz ATİK

ÖZET

Farklı medeniyetler arasındaki savaşlar, baskılar gibi nedenlerle birlikte depremler, seller, açlık, kuraklık, gibi doğal afetler; mevcut kültürel, ekonomik ve sosyal mirasın bölgeler arası transferine neden olmaktadır. Günümüzde yaşanan yasadışı göç sorunu; refah seviyesi yüksek olan Avrupa'ya, can güvenliği bulunmayan veya ekonomik olanaksızlıktaki komşu bölgelerden, insani gerekçelerle kurtulmak isteyen kişilerin çaresizliğinin, bir takım yasadışı örgütlerce istismar edilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede Türkiye, Avrupa'ya yönelik gerçekleşen yasadışı göç ve insan kaçakçılığında köprü bir ülke; Ege ve Akdeniz ise kilit bir deniz haline dönüşmüştür.

Bu çalışma kapsamında Ege ve Akdeniz'de yaşanmakta olan yasadışı göç sorununun küçük ve orta ölçekli günübirlik deniz turizmi hizmeti sunan işletmeler üzerine etkileri nitel araştırma yöntemleriyle araştırılmıştır.

Araştırmanın bulguları ışığında Türkiye geneli güvenlik sorununun ve Akdeniz'deki yasa dışı faaliyetlerin, ülkemiz deniz turizmini olumsuz etkilediği, deniz alaka ve menfaatlerimiz açısından telafisi mümkün olmayan kayıplara neden olabileceği değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Günübirlik Gezi Tekneciliği, Yasadışı Göçmenlik.

[1] Yiğithan GÖKSU, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir yigithan.goksu@deu.edu.tr
[2] Yrd. Doç. Dr. Oğuz ATİK, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir Oguz.atik@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Etrafını saran Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarını birleştiren **Akdeniz**; doğu ile batı deniz ve kara ulaşım yollarının ve medeniyetlerinin buluştuğu, birbirini etkilediği, aktarmaların yapıldığı, kısaca medeniyetlerin beşiği olmuş, uğruna büyük mücadelelerin verildiği dünya coğrafyasının çok önemli bir parçasıdır (Apatay, 2012:15)

Türkiye ise Asya ve Avrupa'nın kesişim noktasında; stratejik ve politik açıdan oldukça önemli bir köprü etkisinde olan; uzun yıllar boyu, dünya ticaretinde ipek yolunun üzerinden geçtiği; Akdeniz'e kıyısı bulunan kilit ülke konumundadır.

Bununla birlikte, günümüzde devam etmekte olan Akdeniz'deki enerji kaynaklarının güvenliği sorununun yanı sıra; Akdeniz'e kıyıdaş ülkelerin iç yönetimlerindeki düzensizlikler, terörist faaliyetler, kaçakçılık faaliyetleri ve enerji güvenliği sorunu büyük devletlerin ilgilerini bu coğrafyaya çekmektedir (Özgen, 2013)

Son yıllarda medyada öne çıkan Akdeniz'deki insan kaçakçılığı, Avrupa'ya yönelik göç sorununa olan ilgiyi artırmıştır. Günümüz göç sorunu sadece Avrupa'ya yönelik değildir. Asya'da (Çin, Kore, Hindistan-Pakistan ve Vietnam-Laos-Kamboçya), Ortadoğu'da (Arap-İsrail) ve Afrika'da (Kongo-Ruanda-Angola-Sudan) yaşanan çatışmalar, ekonomik yetersizlikler ve doğal afetler kontrolsüz insan göçünün temelini oluşturmaktadır(Encyclopedia, 2015).

Birçok uluslararası platformda Ege ve Akdeniz kıyılarının, eşsiz doğal güzellikleri, tarihi dokusu ve turizm olanaklarıyla öne çıkması gerekirken yaşanan kontrolsüz yasadışı göç başlığıyla gündeme geldiği görülmektedir. Bunun nedeni Avrupa'ya yönelik yasadışı göç faaliyetlerinde Türkiye'nin terminal ülke konumuna düşmesi ve turizm teknelerinin insan kaçakçılığı maksadıyla kullanılmasıdır (Dış İşleri Bakanlığı, 2015).

Yasadışı göçün önemli özelliği, örgütlü şebekelerce organizesi olunup; göçmenlik süreçlerinin fırsatçı veya istismarcı kişi/kişilerce, acı ve kayba neden olan, uluslararası hukuka aykırı haydutluk, köle ticareti, soykırım ve kaçakçılık faaliyetlerine uygun olması; nedeniyle tüm dünya devletlerinin ortak olarak mücadele etmesi gereken hassas bir sorundur(Dış İşleri Bakanlığı, 2015).

Sorunun ivedilikle çözülebilmesi açısından ülkemize büyük sorumluluk düşmekte; ekonomimize daha fazla olumsuz yansımalar oluşturulmadan, evrensel değerler çerçevesinde kalınarak yaşanan sıkıntıların neden sonuç ilişkileri tüm aktörleriyle incelenmelidir.

Bu bağlamda, literatürde göçmenlik sorununun hukuki, ekonomik, sosyolojik ve psikolojik boyutlarıyla birlikte ele alındığı birçok çalışma bulunmakta; ancak Ege ve Akdeniz kıyılarında

kaçakçılığın gerçekleştiği platform olan deniz turizmi boyutuyla ele alınmasına yönelik bir boşluk olduğu da gözlenmektedir.

İşte, bu çalışmada, deniz turizmine yönelik araştırmalara katkı sağlayacağı düşüncesiyle; göçmenlik sorununun deniz turizmi etkinlikleri açısından ülkemize nasıl bir etkisinin olduğu nitel araştırma yöntemleriyle araştırılmış, günübirlik ticari faaliyet gösteren işletmelerin, yasadışı göçmenlik sorunundan nasıl etkilendiği ve duruma bakış açıları yapılan derinlemesine görüşmelerle tespit edilmiştir.

2. GÜNÜBİRLİK DENİZ TURİZMİ ETKİNLİKLERİ

Günübirlik deniz turizmi etkinlikleri, (1) plaj ve kıyıda (örneğin güneş banyosu, piknik, yüzme, sörf-yelken-kürek gibi motorsuz su sporları, motor-bot-skiing-jetski-parasailing gibi motorlu su sporları, tüpsüz dalış, amatör balıkçılık, SCUBA dalışı, doğal gözlem, yürüyüş, bisiklet, spor; yemek-içmek) ve (2) Gulet-ahşap-saç günübirlik gezi teknesi turuna katılarak gerçekleştirilen (örneğin, yüzme-eğlenme-gezinin dâhil olduğu müzikli veya müziksiz; bölgenin tarihi ve kültürel dokusuna yapılan; amatör balıkçılık; nişan-düğün-davet vb. organizasyonların olduğu özel gün kutlama turları) olmak üzere iki temel etkinlikle öne çıkmaktadır (Honey ve Krantz; 2007:18).

Türkiye'nin jeomorfolojik esasları çerçevesinde 8300 km'yi bir kıyı uzunluğu, çoğunluğu Ege kıyıları (2805 km) ve Akdeniz kıyıları (1577 km) ile çok sayıda doğal plaj şeritleri bulunmaktadır (Doğanay ve Zaman, 2013:405).

Tarihi ve kültürel dokunun ön planda olduğu Ege ve Akdeniz kıyıları deniz turizmi açısından Türkiye'nin en önemli bölgeleri arasında yer almaktadır. Ege kıyılarında 150-180 gün, Akdeniz kıyılarında ise 210-250 gün arasında yıllık ortalama denize girme süresi bulunmaktadır (Doğanay ve Zaman, 2013:419).

Ülkemizin açısından turizm gelirleri büyük öneme sahiptir. Deniz turizmi gelirleri turizm gelirlerinin %25'ini oluşturmaktadır(DTO Sektör Raporu 2014:190). Ülkemizi turizm açısından tercih eden turistlerin başında Almanya, Rusya ve İngiltere'den gelen kişilerin bulunduğu (Turizm İstatistikleri Raporu,2013:5), son on yılda gelen turist sayısında artış olurken, 2015 yılı II. döneminde (yaz ayları) aynı döneme göre %2 azalma yaşandığı bildirilmektedir (www.tuik.gov.tr). Bu azalmanın nedeninin ülkemize komşu ülkelerdeki yaşanan sorunlar, dış politikada komşu devletlerle yaşanan anlaşmazlıklar ve ülke genelindeki terörist faaliyetlerden kaynaklanan güvenlik zafiyetinin olduğu değerlendirilmektedir.

3. AKDENİZ'DEKİ DÜZENSİZ GÖÇMENLİK SORUNU

Küreselleşen dünyanın getirdiği iletişim ve seyahat kolaylığının uluslararası göç hareketlerini karmaşık bir niteliğe bürünmesine yol açmıştır. Ekonomik ve siyasi çalkantılar, ulusal ve uluslararası çıkar çatışmaları, iç savaşlar, doğal afetler, iklim değişiklikleri, kıtlıklar, açlıklar ve salgın hastalıklar milyonlarca insanı yaşadığı toprakları yasal ve yasadışı yollardan terk etmeye mecbur etmiştir(Bodur, 2010:104).

Günümüzde yaşanan Akdeniz'deki düzensiz göçmenlik sorunu; çatışma bölgelerinden kaçan sığınmacılar, istikrarsızlıktan kaynaklanan düzensizlikler ve yoksulluk karşısında Avrupa'da refah içerisinde yaşama umudu taşıyan göçmenlerin sığınma arayışının yasadışı yollarla ve kontrolsüzce gerçekleşmesinden kazanç sağlayan uluslararası suç örgütlerince yönlendirilmesinden kaynaklanmaktadır(Akçadağ, 2012:5). Yaşanan sorun **Şekil-1** ve **Şekil-2**'de gösterilmiştir.

Şekil 1: Düzensiz Göçmen Taşımacılığı Yapan Bot
(www.denizhaber.com)

Şekil-2 Düzensiz Göçmen Taşımacılığı Yapıp Batırılan Turizm Teknesi
(www.trtturk.com)
Kaynak: http://www.trtturk.com/haber/en-cok-tekneler-olume-goturdu-170934.html Erişim Tarihi: 31.12.2015

3.1. Göçmenlik Kavramı

İnsan toplulukları, tarihin ilk zamanlarından beri, doğa şartları, savaşlar veya siyasi baskılar gibi bir takım gerekçelerden dolayı, göç olarak nitelendirilen farklı yerleşke arayışlarına girmiştir. **Göç,** sözlükte, *"ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma, hicret, muhaceret"* olarak tanımlanmıştır (TDK:2015).

Başka bir tanımlamaya göre göç, bir süreç olarak değerlendirilen (Okolski, 1999:141); ülke, eyalet veya kent sınırları içindeki hareketlerin "iç göç", bir devletten başka bir devlete yönelik hareketlerin "dış göç" olarak adlandırıldığı insan hareketleridir (Özgen, 2010:7).

Göçün kontrolü ve tanımı için **göçmenlik**, (1) geçici göçmen işçiler, (2) vasıflı veya ticaretle uğraşan göçmenler, (3) düzensiz göçmenler, (4) mülteciler, (5) sığınma arayanlar, (6) zorunlu göçmenler, (7) ailelerin birleştirilmesi yoluyla göçmen olanlar, (8) geri dönen göçmenler, şeklinde sınıflandırılmıştır (Castles,2000).

Göçmenlikte ekonomik, sosyal, kültürel gibi nedenlere dayalı bir yer değiştirme talebi bulunurken, mültecilikte zorunluluktan kaynaklanan bir talep esas alınmaktadır (Richmond, 1988 aktaran Özgen, 2010:13).

Buna göre, göçmenlik ve mültecilik aynı platformda gerçekleşen, aynı kişiler tarafından suiistimal edilen, fakat hukuki olarak farklı konumdaki kavramlar olup, aşağıda açıklanmıştır.

► **Geçiçi göçmen işçiler:** Misafir işçiler (guest workers) ya da deniz aşırı sözleşmeli işçiler (overseas contract workers).

► **Vasıflı veya ticaretle uğraşan göçmenler:** Uluslararası emek piyasasında çalışan veya iş arayan profesyoneller (yönetici, tekniker vs).

► **Düzensiz göçmenler:** Yasadışı yollarla kaçak veya göçmen kaçakçıları (smuggled) vasıtasıyla çalışma izin ve belgelerini almadan, iş bulmak için bir ülkeye giren ve fiziksel veya maddi istismara uğrayarak kendi istekleri dışındaki bir bölgeye veya sektöre (insan, kadın ve uyuşturucu tacirlerine) mecburi bağlanan kişiler (Kupiszewski, 1996:16).

► **Mülteciler(refugees)**; 1954'de yürürlüğe giren, "Mültecilerin Hukuki Durumuna İlişkin Cenevre Sözleşmesi"ne göre, mülteci, *"1 Ocak 1951'den önce meydana gelen olaylar sonucunda ve ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir sosyal gruba mensubiyeti ve siyasi düşünceleri yüzünden zulme uğrayacağından haklı nedenlerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan, ya da söz konusu korku nedeniyle, yararlanmak istemeyen yahut tabiiyeti yoksa ve bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesi dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen herkes"* olarak tanımlanmıştır (Özcan, 2005:14).

► **Sığınma arayanlar:** 1951 Sözleşmesi'nin koyduğu kriterleri taşımayan, fakat sınırlar ötesinde korunma arayan kişilerdir. Eski adıyla

iltica (asylum) bir kişinin uyruğunda bulunduğu ya da ikamet ettiği devletin ülkesini çeşitli baskılar ya da ayrımcı yasal kovuşturmalar nedeniyle terk ederek, yabancı bir devletin diplomasi temsilciliği ya da konsolosluk binalarına, savaş gemilerine ya da devlet uçaklarına girmesi ve bu devletin korumasını aramasını belirtmektedir. Eğer anılan devlet, 1951 Sözleşmesine tarafsa, sığınma arayan yabancıları, ülkesine kabul etmek ve onlara sığınmacı (eski adıyla mülteci (refugee) statüsünü tanımak zorundadır. Ancak, Sözleşmeye taraf değilse, insancıl veya siyasi nedenlerle, sığınma arayan yabancılara (asylum seeker) hak tanıma konusunda serbesttir. Uluslararası uygulamada, uzun bir süre sığınma hakkı kazanmış veya kazanamamış kişiler, ayrım yapılmadan sığınmacı (mülteci) olarak adlandırılmış, fakat hukuksal farkın belirginleşmesi nedeniyle 1977 yılından bu yana "sığınmacılar ve yer değiştirmiş kişiler (refugee and displaced persons)"'den söz edilmeye başlanmıştır (Pazarcı, 2012:214/216).

► **Zorunlu göçmenler (forced migrants):** Çevre sorunları, doğal afetler veya savaşlar gibi nedenlerle yaşadıkları bölgeleri terk etmek zorunda kalan kişiler.

► **Ailelerin birleşmesi yoluyla göçmen kapsamına girenler:** Göç eden kişiler ile aile fertlerini bir araya getirmek için yapılan göç.

► **Geri dönen göçmenler:** Göç edilen ülkede bir süre kaldıktan sonra, köken ülkelerine geri dönen göçmenlerdir.

3.2. Avrupa Göçmenlik Sorununun Gelişimi

Batı Avrupa'da 1973 petrol krizine kadar sınır kontrol politikaları uygulanmazken, bu tarihten sonra, oluşan ekonomik sıkıntılar nedeniyle dışarıdan gelebilecek göçmenleri bünyesine almak istemediğinden, etkin bir sınır kontrolü politikası başlatılmıştır(Özgen, 2010:1).

Avrupa Birliği kurulup, Schengen Sözleşmesi yürürlüğe girince iç sınırlar kalkmış, dış sınırlar belirlenmiş, 2004 Frontex uygulaması ile önlemler daha ileriye götürülmüş(Frontex, 2015) ancak Avrupa'da artan yaşlı nüfus nedeniyle, göçmen kazanma politikaları, nitelikli ve genç işgücü ihtiyacını destekleyerek, niteliksiz iş gücünü dengelemiştir. Uygulanan politikalar ve göçmen hakları, göçmenlik arz-talep dengesini bozmuş, kontrolsüz göç süreçlerini başlatarak sosyal uyumu, ulusal dayanışmayı ve barışı tehdit eder duruma dönüşmüştür (Fielding, 1993:42).

Göçün, Avrupa Birliğini hedef almasının bir nedeni de, 1975 Helsinki Zirvesiyle, insan haklarının, siyasetin parçası haline gelmesidir (Özgen, 2010:3). Nitekim günümüz Avrupa'sında aşırı sağ partilerin tekrar güçlenmesinin temel gerekçelerinden bir tanesi de, uygulanan göçmen politikaları ve İslam karşıtlığıdır (Öner,2004:2).

Önlemlere rağmen, artan teknoloji ve iletişim ağı ile küreselleşme göçü tetiklemiş, ekonomik zorluklar, bölgesel çatışmalar ve savaşlar ise, bireyin kaliteli yaşama yönelik talebinin artmasıyla göçü kontrol edilemez bir hale getirmiş olup; bir bildirişe göre, 2013 verileri uyarınca, Avrupa'daki göçmen sayısı, yaklaşık 50 milyondur(AB Komisyonu, 2015).

3.3. Türk Hukukuna Göre Göçmenlik

Dünyada gelişen bu hareketler karşısında, ülkemizde de yasal düzenlemeler yapılmıştır.

Bu çerçevede, 28 Temmuz 1951 tarihinde, "Mültecilerin Hukuki Durumuna İlişkin Sözleşme" Cenevre'de imzalanmış, 05.09.1961 tarih ve 10898 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmış;

Daha sonra, 30.11.1994 tarihli "Türkiye'ye İltica Eden veya Başka Bir Ülkeye İltica Etmek Üzere Türkiye'den İkamet İzni Talep Eden Münferit Yabancılar ile Toplu Sığınma Amacıyla Sınırlarımıza Gelen Yabancılara ve Olabilecek Nüfus Hareketlerine Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" hükümleri getirilmiştir.

Hâlen ülkemizde göçmenlik işlemleri, İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğünce yürütülmekte; 11.04.2013 tarih ve 28615 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren "6458 Sayılı Yabancıların ve Uluslararası Koruma Kanunu" uyarınca işlem yapılmaktadır.

Anılan kanunun 61. Maddesinde, Avrupa'daki herhangi bir durum neticesinde sığınma talep eden kişilere verilen hak uyarınca, "**güncel mülteci**";

62. Maddesinde, Avrupa dışındaki ülkelerdeki durumlar neticesinde sığınma talep eden kişilere verilen hak uyarınca "**şartlı mülteci**";

63. Maddesinde, her iki haktan da yararlanamayan vatansız konumdaki veya ülkesine geri gönderilemeyen kişilere tanınan "**ikincil koruma**";

91. Maddesinde ise, kitlesel olarak acilen ülkesinden ayrılmaya zorlanmış kişiler için "**geçici koruma hakkı**"

hükümleri yer almakta olup, ülkemizdeki Irak ve Suriye vatandaşlarına tanınan haklar madde 91; diğer meşeli kişilere tanınan haklar madde 62 veya 63 kapsamında uygulanmaktadır. (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2015)

Düzensiz göç/göçmenlik tabiri yasadışı göç/göçmenlik veya kaçak göçmen tabirleri yerine Nisan 1999'da Bangkok'ta Uluslararası Göç Sempozyumunda kötü çağrışımlar yaptığı ve suç fikrini de barındırdığı gerekçesiyle önerilmiş ve 6458 sayılı Yabancılar ve

Uluslararası Koruma Kanunu'nda yer alarak kullanılmaya başlanmıştır(2013 Yılı Türkiye Göç Raporu, 2015:55).

3.4. Günümüzde Yaşanan Düzensiz Göçmen Krizi

İnsan Hakları Evrensel Bildirisinin 14. maddesinde, herkesin zulüm karşısında başka ülkelere sığınma hakkı bulunduğunun bildirilmesi, günümüz göçmen haklarının başlangıcını oluşturmuştur.

Özellikle, Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin (Irak-Suriye-Lübnan-Filistin) siyasi istikrarsızlığı; Afrika'daki (Somali-Eritre-Nijer-Sudan) ve Orta Asya'daki (Afganistan-Pakistan) çatışma ortamları göç talebini, Akdeniz'de birleştirmiş ve göçmen krizinin tamamlayıcısı olmuştur.

Şekil-3'te Avrupa'ya gerçekleştirilen yasa dışı geçiş noktaları belirtilmektedir.

*Mavi noktalar kamplar, turuncu noktalar geçiş noktalarıdır.

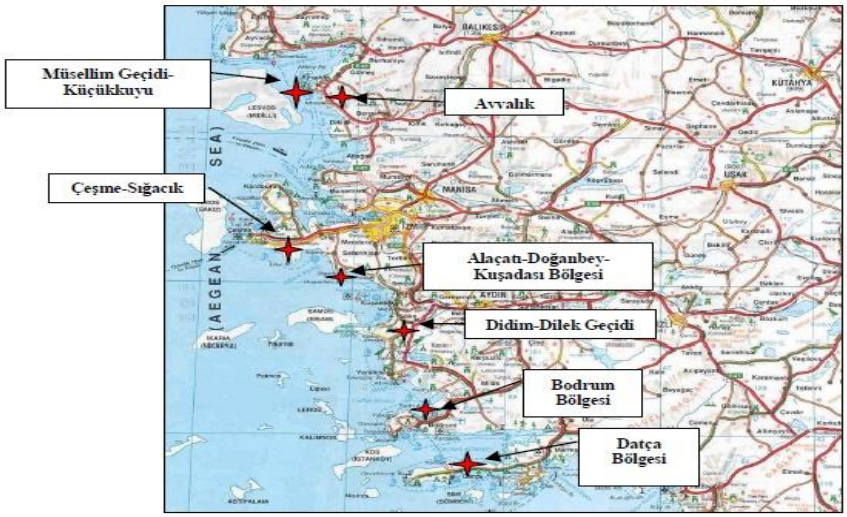
Şekil-3 Avrupa'ya Yönelik Yasadışı Göç Noktaları (CFR, 2015)

2015 yılı içerisinde Akdeniz üzerinden Avrupa'ya gitmeyi başaran düzensiz göçmen sayısı 1 milyonu geçerken, hayatını kaybeden düzensiz göçmen sayısı ise 4000 civarındadır (IOM, 2015).

3.5. Ege Denizinden Gerçekleşen Düzensiz Göçmenlik

Şekil-3'te görüldüğü üzere göçmenlerin geçiş noktaları açısından, kritik konumda bulunan ve yoğun geçişlerin gerçekleştirildiği Ege Denizi'ndeki, Saros Körfezi; Müsellim Geçidi; Küçükkuyu; Ayvalık;

Çeşme; Sığacık; Alaçatı; Doğanbey; Kuşadası; Dilek Geçidi; Didim; Bodrum; ve Datça'nın yasadışı geçişlerde çıkış yeri olarak kullanılmaktadır. Ege geçiş noktalarını gösteren harita ise, **Şekil-4**'te verilmiştir.



Şekil-4 Ege Denizi Geçiş Noktaları
Kaynak: İçduygu, 2003:12'den aktaran Bodur, 2010:109.

Düzensiz göçmenler bir şekilde Türkiye'ye giriş yaptıktan sonra yoğun olarak yazlık bölgelere yönelmekte, kıyı ve koylarda ikamet etmekte, yer yer boş yazlıklara yerleşmekte, şehir merkezlerinde veya sokaklarda gecelemekte, daha sonra lastik bot, köhne veya hurda turizm teknesi, süratli bot, yat veya yelkenli gibi deniz araçlarıyla Yunanistan'a intikal etmeyi beklemektedir.

Deniz yoluyla yasa dışı göç, maliyeti az, kazancı çok olan bir sektör olduğundan, bu işi yapan organize suç örgütlerince tercih edilen bir yöntemdir (Terzioğlu,2002:2'den aktaran Bodur,2010:106).

Deniz geçişleri esnasında birçok düzensiz göçmen taşıyan lastik bot veya tekne batmakta ya da Sahil Güvenlik birimlerince yakalanmaktadır.

Düzensiz göçmenlik esnasında, genel olarak lastik tipi şişme botlar, süratli hız tekneleri, özel yatlar ve ticari tekneler kullanılmakta olup, bu yöntemlerin kullanımı ve geliştirilmesi her geçen gün artmaktadır.

2010 yılında yakalanan yasadışı göçmen sayısı 32.667, 2011 yılında 44.415, 2012 yılında 42.690 iken (Dış İşleri Bakanlığı,2015), 2015 yılının ilk sekiz ayı içerisinde yakalanan düzensiz göçmen sayısı 54.145'tür(Sahil Güvenlik Komutanlığı, 2015).

2014 yılında ülkemizde 58.647 düzensiz göçmen yakalanmış, bunların 24.984'ü Suriye, 12.248'i Afganistan, 6.425'i Burma(Myanmar), 2.380'i Eritre, 2.350'si Pakistan, 1.728'i Irak, 1.519'u Gürcistan, 817'si Türkmenistan, 766'sı Azerbaycan, 626'sı İran ve 4.804'ü diğer ülkelere mensup kişilerden oluşmaktadır (Göç İdaresi, 2015).

Düzensiz göçmenlerin ulaşımındaki sürece dâhil olan kişiler insan kaçakçılığı yapmakta olup, 2010 yılında 990 kişi, 2011 yılında 703 kişi, 2012 yılında 1017 kişi insan kaçakçılığından yakalanmıştır(Dış İşleri Bakanlığı,2015).

İnsan kaçakçılığı:

" İnsan kaçakçılığı maddi yarar elde etmek amacıyla Türkiye'de sürekli oturma izni bulunmayan şahısların, örgütlü şebekelerce Türkiye'ye yasal olmayan yollardan girmelerinin, Türkiye'den yasal olmayan yollardan başka ülkelere götürülmelerinin, Türk vatandaşlarının ise yasal olmayan yollardan ülke dışına çıkmalarının sağlanmasıdır. İnsan ticareti insan kaçakçılığından farklı bir kavramdır. İnsan ticareti, kişilerin zorla çalıştırmak veya hizmet ettirmek, esarete veya benzeri uygulamalara tabi kılmak, beden organlarının verilmesini temin etmek maksatları ile tehdit ve cebir/şiddet veya nüfuzu kötüye kullanmak veya kandırmak suretiyle, tedarik edilmeleri, kaçırılmaları, bir yerden bir yere götürülmeleri veya sevk edilmeleridir" şeklinde tanımlanmıştır (Dış İşleri Bakanlığı,2015).

Ege Denizinde üzerinden gerçekleşen insan kaçakçılığı ve düzensiz göçmenlik faaliyetleri ürkütücü boyutlara ulaşmıştır. Mevcut durumun önlenmesi adı altında başka devletlerce atılabilecek askeri adımların, uzun vadede Türkiye'nin deniz alaka ve menfaatlerine zarar vereceği değerlendirilmektedir. Burada ihmal edilmemesi gereken önemli bir husus, Yunanistan ile Türkiye arasındaki halen çözülmemiş olan Karasuyu, Kıta sahanlığı, FIR hattı, EGAYDAAK (Egemenliği Anlaşmalarla Yunanistan'a Devredilmemiş Ada, Adacık ve Kayalıklar) sorunlarının devam etmekte olduğudur. Ayrıca, her iki ülke arasında uygulanmakta olan karasuyu 6 deniz mili olup, genişletilmesi Türkiye için *"casus belli"* yani savaş nedenidir (Karagöz, 2003:44-45).

4. AKDENİZ'DE DÜZENSİZ GÖÇMENLİK SORUNUNUN GÜNÜBİRLİK DENİZ TURİZMİ HİZMETLERİYLE İLİŞKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

İlk aşamada yöntem, amaç, sorular ve katkılar; ikinci aşamada nitel araştırma süreçleri ve analizler açıklanmıştır. Nitel uygulamada, yaşanan yasadışı göçmenlik sürecinin ülkemiz deniz turizmine olan

etkisi, sektörel çevre ile yapılan görüşmeler ve gözlemler neticesinde incelenmiş olup, araştırma sorusunun cevabı aranmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırmanın amacı, deniz turizmi etkinlikleri açısından, ülkemizin zengin bölgelerinde günübirlik ticari faaliyet gösteren işletmelerin, yasadışı göçmenlik sorunundan nasıl ve ne ölçüde etkilendiğinin belirlenmesidir. Bu bağlamda, deniz turizmi alanında günübirlik gezi tekne hizmetlerinde bulunan kaptanlar, idari yetkililer ve denetleyicilerle görüşmeler yapılmış; mevcut durum değerlendirilmiş; kesişen noktalar belirlenmiş; sonuçta mevcut durum değerlendirilerek yasadışı göçün etkileri tespit edilmiştir.

Turizm konusu ve alt başlıkları, sosyal bilimcilerin uzun yıllardan beri ilgilendiği araştırma konusu olmakla birlikte, deniz turizmi bu kapsamda geri planda kalmıştır. Araştırmanın, saha çalışmaları ile ilgili literatürdeki boşluğun giderilmesine ve deniz turizminin geliştirilmesine katkı yapacağı ve yapılacak çalışmalara kaynak olacağı düşünülmektedir.

Çalışmada, verilerin toplanması sürecinde sektörde, kabul edenlerle görüşme yapılmış; yeterli örneklem sayısına ulaşılmıştır. Ancak, görüşme talebine olumsuz cevap verenler ile sahada yapılan gözlemlere dair yasal engeller nedeniyle, istenen tüm verilere ulaşılamaması, araştırmanın kısıtlarını oluşturmuştur.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Derinlemesine görüşme açık uçlu, keşif odaklı bir metottur. Görüşmenin amacı, görüşmecinin duygularını, bakış açısını ve perspektifini derinlemesine keşfetmektir. Bunun için özellikle belirli kişisel görüşlerin önem kazandığı konumlarda, derinlemesine görüşme tekniği tercih edilmektedir (Baş ve Akturan,2013:111).

Çalışmada, derinlemesine görüşmeler yapılmış; görüşme metinleri içerik analizine tabi tutulmuş; görüşme formu ile yüz yüze veya telefon aracılığıyla görüşülmüştür. "Ege'de gerçekleşen göçmen sorununun sizce deniz turizmine etkisi nasıldır?" sorusuna katılımcıların verdiği cevaplara göre; gerekli notlar alınmış ve ses kayıt cihazı kullanılmış, konu derinlemesine araştırılmıştır.

Çalışmanın evrenini Türkiye'de günübirlik gezi tekneleri yetkilileri oluşturmuştur. Katılımcılar, yetkili kamu temsilcileri (İl/İlçe Kültür Turizm Müdürlüğü, Liman Başkanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığı) ve asgari 10 yıl iş tecrübesi olan çoğunluğu 30-60 yaş arası profesyonel çalışanlar (kaptan, işletmeci, kooperatif başkanı) olup, 25-70 dakika görüşülmüştür. Katılımcı bilgileri **Tablo-1**'de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcı Bilgileri

Katılımcı	Görev	Tecrübe	Yaş	Eğitim	Köken
Katılımcı-1	Kaptan/İşletmeci/Koop. Bşk	10-15 yıl	50-70	Lise	İlgili
Katılımcı-2	Kaptan/İşletmeci	10-20 yıl	0-30	İlkokul	Balıkçı
Katılımcı-3	Kaptan/İşletmeci	10-15 yıl	30-50	Lisans	İlgili
Katılımcı-4	Denetleyici	2-3 yıl	30-50	Lisans	Memur
Katılımcı-5	Kaptan/İşletmeci	30-40 yıl	50-70	Lise	İlgili
Katılımcı-6	Kaptan	15-20 yıl	50-70	Ortaokul	Denizci
Katılımcı-7	Kaptan	10-20 yıl	30-40	Lisans	İlgili
Katılımcı-8	Kaptan/İşletmeci/Koop. Bşk	10-15 yıl	40-50	Lise	İlgili
Katılımcı-9	Kaptan/İşletmeci	10-15 yıl	40-50	Lise	İlgili
Katılımcı-10	Turizm Yetkilisi	10-20 yıl	40-50	Lisans	Memur
Katılımcı-11	Liman Başkanı	10-20 yıl	40-50	Lisans	Memur
Katılımcı-12	Turizm Yetkilisi	10-20 yıl	40-50	Lisans	Memur
Katılımcı-13	Liman Başkanı	10-20 yıl	40-50	Lisans	Memur

4.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında görüşmeler Ege ve Akdeniz'de görevli 2 liman başkanı, 2 il kültür turizm müdürlüğü yetkilisi, 8 tekne kaptanı ve 1 sahil güvenlik botu komutanı ile yapılmıştır.

Görüşmelerde elde edilen bilgilere göre, yaşanan yasadışı göçmenlik krizinin deniz turizmine etkisine ait içerik analizine tabi tutulan önemli bölümleri **Tablo-2**'de verilmiştir. Buna göre, Tablo-2'teki katılımcı görüşleri ışığında, yasadışı göçmen sorununun deniz turizmine yönelik belirlenen etkileri aşağıda özetlenmiştir.

► **Ekonomik açıdan**; mevcut terör ortamı ve güvenlik konularındaki zafiyet nedeniyle, azalan bir turist eğilimi oluşmuştur. Bu nedenle, tekne çalışanlarından sektörde uzun süredir bulunanlar rahatsız olurken, ekonomik kazanç beklentisi içindeki kişiler bunu bir fırsat haline dönüştürerek teknelerini yasadışı faaliyetler maksadıyla kullanılması için rayiç bedelinin çok üstünde elden çıkarma yoluna gitmişlerdir.

► **İşletmeler açısından**; denizde herhangi bir yasadışı faaliyete karışmak veya cesede denk gelmek, adli yükümlülük getirmesi nedeniyle işletmeleri rahatsız etmektedir.

► **Coğrafi açıdan**; bölge etkin olarak kullanılamamakta, koylar ve sahiller göçmenlerin yaşam alanına dönüşmesi nedeniyle kirlenmektedir.

► **Sosyolojik açıdan**; vahim bir tablo oluşmuştur. Bir tarafta varlık içerisinde ekonomik olarak rahatlama amacı güden turistlerle, diğer tarafta yaşam mücadelesi içindeki göçmenler ortak bir çevrede bir araya gelmiştir.

► **Psikolojik açıdan**; turistlerin eğlenme ve rahatlama amacıyla geldikleri yerde karşılaştıkları görüntüler, turizm etkinliğini amacından saptırmaktadır. Denizde görülebilecek olan bir can yeleği bile, o can

yeleğini taşıyan kişinin karşı kıyıya ulaşıp ulaşamadığı yönündeki hüzünlü merak nedeniyle, turistlerde psikolojik açıdan derin bir yara bırakmaktadır.

► **Sektör açısından**; mülki denetleme makamları konuda ciddi bir uğraşı sarf ettiği için işletmelerin, bunu suiistimal etme olanağı oluşmuştur.

Tablo 2: Katılımcı Bulguları

Katılımcılar	**Bulgular**
Katılımcı-1	► Turistten çok mülteci var! Sahil güvenlik, artık onların peşinde!
Katılımcı-2	► Mayıstan beri sadece 3 kez çıktım. Tekneyi satacağım, alacak yok.
Katılımcı-3	► Müşteri sayısı veya tur sıklığında değişim yok. İnsani olarak, bir tarafta yaşam mücadelesi, öldü mü, ulaştı da, bu lastik denizde duruyor.
Katılımcı-4	► Ege için en büyük sorun göçmen kaçakçılığıdır. ►Görev yoğunluğu arttı. Bir sıkıntı belirtmem doğru olmaz, Yetkili makamlar gereğini yapıyor. Çok fazla kirli para kazanan var.
Katılımcı-5	► Etkiledi. Ülkemizin adı ve imajı kötüleşiyor. Her turda bot veya can yeleği görüyoruz. Müşteri rahatsız oluyor, huzur ve mutluluğu kaçıyor.
Katılımcı-6	► Sahil güvenlik uğramaz oldu bize!
Katılımcı-7	► Gece yapıyorlar. Sıkıntılıyız. Bir sürü, sürat tekneleri var, kaçakçılık yapıyor. Akşamları yüklüyor, götürüyorlar. Şikâyetçiyiz. ► Akşam karşılaşıyoruz. Yazın, her yer Suriyeli doldu. Sokakta yatıyorlar, Müşteri yok. Batan tekne çok, karaya çıkanlar da oluyor. ► Karaya vuran mülteci oldu diye adam korkup tura çıkmıyor. Aynı koylara gittiğimiz için, ölü göreceğim diye korkup tura gelmiyorlar.
Katılımcı-8	► Denk geldik. Koylar pislik. Yunanistan ile anlaşın, ölüm olmasın. ► Müşteri kaybı oldu. Korkuyor insanlar, cesede denk gelmekle. Adli boyut var, uğraşıyorsun. İnsani kısmı, insanlar cenazesine ulaşsın diye.
Katılımcı-9	► Ülkemizin etkilenmesinden dolayı müşteri kaybı var. Ciddi rakamlar. Akşam sessiz yapıldığından bizim turları etkilemiyor. ► Karada bir şey yapılmıyor. Botta tespit edilirse yakalanıyorlar. Kuşadası ve Didim çok etkilendi. Sahil güvenlik, inanılmaz uğraştı..
Katılımcı-10	► Hiçbir etkisi olmadı!
Katılımcı-11	► Yasadışı göç turizm belediyelerinde düzensizlik yapmış, Marinaların prestiji sarsılmış, deniz turizmi araçlarının yasadışı göçte kullanılma riski arttığı için, denetimler turizmde olumsuzluk yapmıştır.
Katılımcı-12	►Turizmi olumsuz etkiledi. Denizde cansız bedene denk gelen turist ve tekne için sezon bitmiştir. Güvenlikte sıkıntılar var. Boş yazlıkların göçmenlerce işgal edildiği ve yazlıklarını satan yabancıları duyuyoruz.
Katılımcı-13	►Turizme olumsuz etkisi olduğunu herkes bilir ve fark eder. ► Burada bir sektör oluştu. Artık botları ve eski tekneleri satıyorlar. ► Teknem çalındı diyor, teknesi Rodos veya Sakız sahiline karaya oturuyor, avukatlarla anlaşmalı bir şekilde sigortadan para talep ediyor!

5. SONUÇ

Ülkemiz ekonomisi için en önemli başlıklardan biri olan deniz turizmi, milli bir strateji ile korunması gereken bir konu olmasına rağmen kırılgan yapısı nedeniyle, çevre koşullarından kolaylıkla olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu nedenle, turistlerin ve onların beklentilerinin korunması çok önemli bir ihtiyaçtır.

Diğer taraftan, Ege'de ve Akdeniz'de yaşanan yasadışı göçmen krizi, sadece turizmi değil, insanlık değerlerini de ahlaki açıdan sınamaya tabi tutmaktadır. Özellikle, yapılan gözlemlerde, göçmen kaçakçılığı; hatalı turizm politikaları, ramazanın yaz sezonuna gelmesi, ekonomik kriz nedeniyle halkın alım gücünün düşmesi, terör olayları ve artan işletim maliyetleri gibi nedenlerle, işletmelerce girilen ekonomik dar boğazdan çıkış için bir anahtar olarak görülmektedir. Nitekim ikinci el tekne fiyatlarında ciddi bir artış belirlenmiş olup, yapılan görüşmelerde hemen her işletmeci, teknenin elden çıkarılmasını bir koz olarak elde tutmaktadır.

Yakın zamanda, Rusya ile yaşanan gerilim ve Türk Vatandaşlarına vizesiz Avrupa seyahatinin açılması nedeniyle, gelecek sene gelmesi muhtemel turist sayısının oldukça düşeceği düşünüldüğünden, mevcut ekonomik dar boğazın daha da daralacağı ve işletmelerin teknelerini elden çıkarmaya yöneleceği değerlendirilmektedir. Bu nedenle, deniz turizm araçları veya özel araçların kontrolünü artıracak uygulamalara ve sektöre girişi kısıtlayıcı önlemler alınmasına ihtiyaç duyulduğu,

İnsan Hakları Bildirgesine göre, ülkemizde geçici sığınma hakkı kazanmış kişilerin istihdamına yönelik, ciddi tedbirlerin alınması veya başka ülkelere sığınma talebi durumunda intikal ettirilmesinde, daha güvenli yollara başvurulması hususlarının uluslararası platformda dile getirilmesinin faydalı olacağı,

Sonuç olarak, hâlen gerek karasularının, gerekse diğer konuların, Ege'de sağlam temelli kalıcı çözümünün oluşmamış olması nedeniyle; ülke itibarımızı kötüler bir vaziyet alan Ege Denizindeki düzensiz göçmenlik sorununun, uluslararası arenada geri dönüşü olmayan uygulamalarla ve ülkemiz açısından kayıplara neden olabilecek bir sürece girebileceği endişesiyle; mevcut güvensiz ortamın uluslararası olarak daha güvenli hale getirilmesi adı altında; sorunun çözümü, ulusal deniz alaka ve menfaatlerimize ters düşecek bazı yaptırımlara veya uygulamalara dönüşmeden önlem alınmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akçadağ, E. (2012). *Yasa Dışı Göç ve Türkiye,* Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi Rapor Nu:42, İstanbul.

Apatay, Ç. (2012). *Akdeniz'de Olup Bitenler,* Tüyap Yayınları, İstanbul.

Avrupa Birliği Komisyonu.(2015). *Avrupa Göçmen İstatistikleri.* http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Baş, T. ve Akturan, U., (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri NVIVO ile Nitel Veri Analizi, Örneleme, Analiz, Yorum 2.Baskı, Seçkin Yayıncılık, İstanbul.

Bodur, M.Zeki (2010) Ege'de Denizden Yapılan Yasa Dışı Göç ve Göçmen Profilleri, Göçmenlerin Geleceğe Yönelik Beklentileri ve Öngörüleri, Güvenlik Stratejileri Dergisi, Issue 12/2010, s. 103-136

Castles, S., (2000), *" International Migration At the Begining of the Twenty First Century: Global Trends and Issues",* UNESCO 2000 Blackwell Publishers, s.269-281

CFR (Council on Foreign Relations), (2015) *Europe's Migration Crisis,,* http://www.cfr.org/migration/europes-migration-crisis/p32874 Erişim Tarihi: 20.12.2015

Deniz Ticaret Odası.(2015). *Deniz Sektör Raporu 2014* http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/sektorraporu/2014_sektor_tr.pdf, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Dış İşleri Bakanlığı.(2015). *Yasadışı Göçle Mücadelesi,* http://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin-yasadisi-gocle-mucadelesi-.tr.mfa, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Doğanay, H. ve Zaman, S. (2013) *"Türkiye Turizm Coğrafyası"* Pegem Yayınları, Erzurum.

Encyclopedia, (2015) *Migration, Refugee* http://www.encyclopedia.com/topic/migration.aspx, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Fielding, A., (1993). "Migrations, Institutions and Politics: The Evolution of European Migration Policies", Mass Migrations in Europe, R. KING (der.)., Belhaven Press, London.

Frontex, (2015). *Frontex* http://frontex.europa.eu/about-frontex/origin/ Erişim Tarihi: 20.12.2015

Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, (2015) http:www.goc.gov.tr, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Honey,M. ve Krantz, D. (2007). *Global Trends in Coastal Tourism*, Stanford University Center on Ecotourism and Sustainable Development (CESD) Araştırma Örgütü Yayını, Washington.

International Organization for Migration, (2015) *Akdeniz Üzerinden Avrupa'ya Yönelik Düzensiz Göçmen İstatistikleri 2015,* http://www.iom.int/, Erişim Tarihi: 20.12.2015

İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Müdürlüğü. (2015). *Düzensiz Göç.* http://www.goc.gov.tr/icerik6/duzensizgoc_363_378_4710_icerik
Erişim Tarihi: 20.12.2015

İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Müdürlüğü Göç Politikası Dairesi. (2015). *2013 Yılı Türkiye Göç Raporu.* Göç Politikası Dairesi Başkanlığı Yayın Nu:32, Ankara

Karagöz, M.,(2003). Ege Denizinde Deniz Yetki Alanlarının Sınırlandırılması Deniz Kuvvetleri Kitabevi, İstanbul.

Kupiszewski M, (1996). Extra-Union migration: the East-West perspective, in: *Population migration in the European Union*, P.Rees, J Stillwell, A. Convey, M.Kupiszewski (eds.), Chapter 2, 13-37, Wiley and Sons, London.

Öner, Selcen (2014) Avrupa'da Yükselen Aşırı Sağ, Yeni Ötekiler ve Türkiye'nin AB Üyeliği, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, Cilt 13, No:1 Yıl 2014 s.163-184

Özcan, M., (2005). *Avrupa Birliği Sığınma Hukuku, Ortak Bir Sığınma Hukukunun Ortaya Çıkışı,* Ulusal Stratejik Araştırmalar Kurulu Yayınları, Ankara.

Özgen, A.Ö., (2010) *"Avrupa Birliği Göçmenlik Politikaları: Tarihsel Geçmiş ve Mevcut Durum"*, Yüksek Lisans Bitirme Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta

Özgen, C. (2013) " *Doğu Akdeniz'de Enerji Güvenliğine Yönelik Bir Girişim: Akdeniz Kalkanı Harekâtı*". Akademik ORTA DOĞU Dergisi, Cilt 8, Sayı 1. s.101-114

Pazarcı, H., (2012), *Uluslararası Hukuk, Gözden Geçirilmiş 12.Baskı* Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Sahil Güvenlik Komutanlığı, (2015) *Sahil Güvenlik İstatistikleri 2015,* http://www.sahilguvenlik.gov.tr/baskanliklar/harekat/faaliyet_istatistikleri/faaliyet_istatistikleri.asp, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Şekil-1. (2015). *Düzensiz Göçmen Taşımacılığı Yapan Tekne.* http://www.denizhaber.com.tr/bindikleri-tekne-arizalanan-164-kacak-gocmenin-imdadina-sahil-guvenlik-yetisti-haber-63661.html, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Şekil-2. (2015). *Düzensiz Göçmen Taşımacılığı Yapıp Batırılan Turizm Teknesi.*

http://www.trtturk.com/haber/en-cok-tekneler-olume-goturdu 170934.html, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü (2015), TDK Yayınları, Ankara.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2015). *Turizm İstatistikleri II.Çeyrek Raporu.* http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18668 Erişim Tarihi: 20.12.2015

Türkiye İstatistik Kurumu. (2014). *Turizm İstatistikleri Raporu 2013.* http://www.tuik.gov.tr/Kitap.do?metod=KitapDetay&KT_ID=14&KITAP_ID=69, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Van de Kaa, D.J., Leridon, H., Gesano, G. Ve Okolski, M.,(1999), *"European Populations: Unity in Diversity"*, Kluwer Academic Publishers, Dordrechct/Boston/London.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0028

YATLARDA KULLANILAN GÜNEŞ ENERJİSİ SİSTEMLERİNİN TASARIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

[1] Onur GÜNAY, [2] Yiğit GÜLMEZ, [3]Oğuz ATİK

ÖZET

Güneş enerjisinden elektrik üretim teknolojilerindeki hızlı gelişim, güneş pillerinin birçok endüstride yaygın olarak kullanılabilmesine olanak sağlamıştır. Denizcilik endüstrisinde güneş enerjisiyle sevk edilebilen teknelere ek olarak özellikle yatlarda yaşam mahallerinin elektrik ihtiyacının güneş enerjisiyle karşılanmasına yönelik sistemler üzerine çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışma kapsamında yatlarda yaşam mahallerinde ortalama elektrik ihtiyacı araştırılmış, bu ihtiyacı karşılamak üzere İzmir'in Çeşme ilçesindeki ortalama ışınım değerleri baz alınarak gerekli sistem özellikleri hesaplanmıştır. Yatlarda gerekli olan elektrik ihtiyacının araştırmasında nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Güneş enerjisi, Sistem Tasarım, Yatlarda elektrik ihtiyacı

[1]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, onur.gunay@deu.edu.tr
[2]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, yigitgulmez@gmail.com
[3]Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, oguz.atik@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Güneş enerjisinden yararlanma konusundaki çalışmalar özellikle 1970'lerden sonra hız kazanmış, güneş enerjisi sistemleri teknolojik olarak ilerleme ve maliyet bakımından düşme göstermiş, çevresel olarak temiz bir enerji kaynağı olarak kendini kabul ettirmiştir (Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, 2015).

Yeryüzüne her yıl düşen güneş ısınım enerjisi, yeryüzünde şimdiye kadar belirlenmiş olan fosil yakıt haznelerinin yaklaşık 160 katı kadardır. Ayrıca yeryüzünde fosil, nükleer ve hidroelektrik tesislerinin bir yılda üreteceği enerjiden 15.000 kat kadar daha fazladır (Varınca vd.).

Fosil yakıtlar tarafından yönetilen bugünkü küresel enerji piyasası beraberinde çevresel ve iklimsel bozulmalar, fosil yakıtların tükenebilirliği gibi bazı ciddi endişeler getirmektedir. Nükleer enerji santrallerinin ise radyoaktif salım gibi büyük tehlikeleri içinde barındırmaktadır. Tüm bu etkenler düşünüldüğünde yenilenebilir enerji kaynaklarının sürdürülebilir enerji üretiminin parçası haline gelmesi kaçınılmazdır. Dünya genelinde araştırmacılar tarafından geniş araştırma girişimlerine dayanan Son teknolojik yenilikler göz önüne alındığında, güneşin geleceğin dünya enerji taleplerini karşılamak için çok büyük bir potansiyele sahip olduğunu göstermiştir (Chu).

Uluslar Arası Enerji Ajansı'na göre, fosil yakıtların enerji dünya üretiminin % 82'sini karşılamaktadır. Bu değer 25 yıl öncesinin değerleri ile aynıdır.2035 yılı için ise bu değerin %75 e düşmesi öngörülmektedir.(International Energy Agency, 2013)

Günümüzde güneş enerjisinden elektrik üretimi birçok endüstride olduğu gibi denizcilik endüstrisinde de kullanılmaktadır. Denizcilik endüstrisinde, gemilerde, güneş enerjisinden üretilen elektrik, sevk sisteminde ana güç kaynağı olarak veya geminin diğer elektrik ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullanılabilir.

2. GEMİLERDE KULLANILAN ALTERNATİF ENERJİ KAYNAKLARI

Dünya enerji ihtiyacı olduğu gibi günümüz gemilerinin de büyük bir bölümü enerji ihtiyaçlarını fosil yakıtlardan karşılamaktadır. Enerjinin sürdürülebilirliği düşünüldüğünde deniz taşımacılığı sektörünün de alternatif enerji arama ihtiyacı hayat bulmuştur. Günümüzde gemi sevk ve enerji ihtiyacı için yapılan başlıca enerji elde etme yöntemleri şunlardır; yakıt pilleri, rüzgâr enerjisi, güneş enerjisidir.

2.1. Yakıt Pilleri

Yakıt hücreleri, bataryalar gibi, elektro-kimyasal süreçte elde ettiği enerjiyi elektrik enerjisine dönüştüren birimlerdir. Yakıt pilleri hareketli parça içermeyip, pompa ve fan gibi yardımcı teçhizat gerektirmemektedir. Hidrojen ve oksijen gibi iki reaktif maddenin kullanıldığı tepkime sonucu az miktarda ısıl enerji, elektriksel enerji ve su oluşur (Future Ship Powering Options Report, 2013).

Yakıt Pilinin Başlıca Avantaj ve Dezavantajları

- Yakıt hücreleri hiçbir hareketli parçaya sahip, dolayısıyla geleneksel makinelere göre daha sessiz
- Yakıt olarak hidrojen kullanıldığında herhangi bir karbon salımı söz konusu değil
- Sera gazı üretmeyen yakıtlar kullanıldığı için herhangi bir SO_x ya da NO_x salımı söz konusu değil
- Hidrojen gibi reaktifleri kullandığı için günümüzde liman bölgelerinde yakıt ihtiyacını karşılamada altyapı eksikliği
- Kullanılan yakıtlar karmaşık üretim yapıları tedarik zinciri ve depolama süreçleri oluşturduğu için fosil yakıta göre maliyeti daha fazla olabilmekte
- İçten yanmalı makinelere göre birim hacimde güç yoğunluğu daha düşük

2.2. Rüzgar Enerjisi

Hava akışından kaynaklı basınç değişim prensibine dayanan rüzgar enerjisi sistemleri yüzyıllar boyunca gemi hareket ve idaresi için kullanılmıştır. Günümüzde rüzgar enerjisi gemilerde sevk ve enerji üretimi için kullanılabilmektedir. Flettner rotorları, gemi yelkenleri ve rüzgar türbinleri günümüzdeki başlıca rüzgar enerjisini kullanma yöntemleridir. Rüzgar kaynaklı enerji üretimi olduğu için egzoz salımı oluşturmamaktadır. Bu yöntemin olumsuz yönü ise enerji üretimi tamamen rüzgarın şiddeti ve akışın düzgünlüğüne bağlı olmasıdır (Future Ship Powering Options Report, 2013).

2.3 Güneş Enerjisi

Günümüz gemilerinde fotovoltaik sistemler gemi sevkine ardımcı veya yardımcı donanımın elektrik ihtiyacını karşılamak için kullanılmaktadır. Ürettiği enerji yoğunluğu miktarı düşük olduğu için genelde doğrudan sevk için kullanılmazlar. Enerji üretimi güneş ışığı ile sınırlıdır. Fotovoltaik sistemde yarı iletkenlerin kullanımı ile elektrik

akımı oluştuğu için herhangi bir egzoz salımı olmaz (Future Ship Powering Options Report, 2013).

2.4. Hidrojen Enerjisi

Yakıt pillerinde olduğu gibi sıvı H_2 yakıtı hiçbir CO_2 veya SO_X salımı oluşturmaz. Ancak hidrojen yakıtınız özelliğinden kaynaklı gemide muhafazası gemi güvenliği açısından sorun teşkil edebilmektedir. Bu yakıtın yanması sonucu büyük miktarda saf su elde etmek mümkündür. Oluşacak bu suyunda depolanması veya atık yönetimi söz konusu olacaktır. Fosil yakıtlara göre hidrojen enerjili sistemler daha az enerji yoğunluğuna sahiptirler (Future Ship Powering Options Report, 2013).

3. GÜNEŞ ENERJİSİNDEN ELEKTRİK ÜRETİMİ

Yenilenebilir enerji sistemlerinde olduğu gibi güneş enerjisi sistemleri enerji üretim piyasasında giderek artan ilgi kazanmaktadır. Güneş enerjisinden elektrik üretimini termal sistemler ve fotovoltaik sistemler olmak üzere iki kategoride incelenebilir (Gugulothu vd., 2015).

3.1.Termal Sistemler

Yoğunlaştırıcılı kollektörde ısıya dönüştürülen güneş enerjisinden, nükleer ya da termik elektrik santrallerinde olduğu gibi, suyun kaynatılarak buhara dönüştürülmesi ve elde edilen buharla bir buhar türbininin tahrik edilmesi yardımıyla elektrik enerjisi elde edilir (Gugulothu vd., 2015).

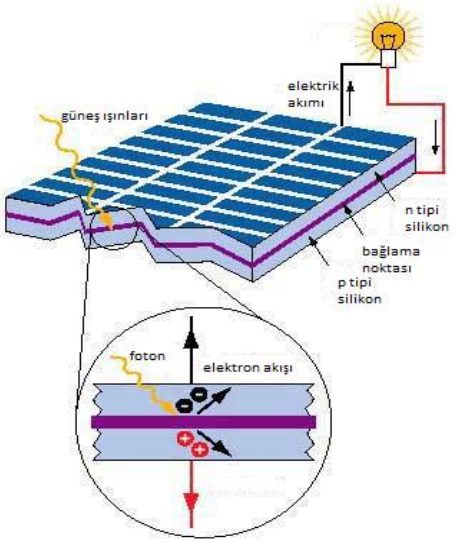
3.2. Fotovoltaik Sistemler

Fotovoltaik sistemler, güneş enerjisini doğrudan elektrik enerjisine çevirebilen sistemlerdir (Luther ve Rendl, 2013: 14). Bu sistemlerin son yıllarda kriz dönemlerinde bile artmaya devam eden kullanımı, fotovoltaik sistemlerinin başlıca enerji kaynaklarından biri haline gelmesinin sağlamıştır (EPIA, 2012: 11). Fotovoltaik sistemler uygulamaya bağlı olarak, güneş pilleri, akümülatör, evirici (invertörler), akü şarj denetim aygıtları ve çeşitli elektronik destek devreleri ile birlikte kullanılarak oluşturulabilmektedir.

Güneş pillerinin 1950'lerde %4 olan verimleri 2010 yılında %15 civarına gelmiştir. Verimleri güneşin 1000 W/m2 enerji yaydığı bölgeye göre hesaplanmaktadır fakat Türkiye'de bu değer ortalama 1300 W/m2 olduğundan verimleri daha iyi değerler almaktadır. 1 m^2 alanda kayıplar

ihmal edilirse 195 Watt elektrik üretilebilir (Köroğlu vd., 2010: 1). Günümüzde ise %30 civarında verimliliğe sahip hücreler üretilmiştir (Spectrolab, 2015) ancak genel olarak %20'ye kadar verimli hücreler kullanılmaktadır (Sunpower, 2015). En yüksek verimlilikli hücreler silisyum temelli fotovoltaik hücrelerdir (Luther ve Rendl, 2013: 20).
Fotovoltaik panellerin toplam verimliliğinde teorik maksimum verimliliğe ek olarak çeşitli çevresel koşullar da etkilidir. Fotovoltaik panellerin verimliliğini etkileyen temel koşullar aşağıda belirtilmiştir (Sunpower,2015):

- Çalışma sıcaklığı
- Ortamdaki ışınım değeri,
- Ortamdaki gölge durumu,
- Panel üzerinde leke, buz, sis tabakaları



Şekil 1: Fotovoltaik Sistem Çelışma Prensibi
Kaynak: Sunlab, 2016

Şekil 1 de fotovoltaik güneş hücresinden elektrik üretimi gösterilmiştir. Fotovoltaik hücreler genel anlamda p tipi ve n tipi iki yarı iletken ve bir ara bölgeden meydana gelir. Bu ara bölgeye deplasman bölgesi de denir. Gün ışığı altında fotonun yardımıyla yarı iletkenler arası elektron akışı sağlanır. Güneş ışığının panele geldiği sürece sistemde elektrik akımı sürmektedir.

Fotovoltaik sistemlerin teorik verimliliğinin arttırılması konusunda yapılan çalışmalar hızla devam etmektedir. Silisyum temelli fotovoltaik hücreler gelecekte de en yüksek verimlilikli hücreler olacağı düşünülmektedir. Son yıllarda verimlilik oranlarındaki artışta yaşanan ivmenin sabit kalması durumunda, hücre veriminin 2020 yılında yaklaşık %24, 2030 yılında yaklaşık %30, 2050 yılında ise yaklaşık %35 olabileceği öngörülmektedir (Luther, Rendl, 2013: 20).

Fotovoltaik sistemlerde güneş enerjisinden üretilen enerji, dönüştürücüler vasıtasıyla akülere şarj edilmeye uygun voltaj ve amper değerlerine çevrilerek akülere iletilir. Akülerde depolanan enerji ise kullanım yerine göre invertör yardımıyla alternatif akıma çevrilerek veya konvertörler yardımıyla doğru akım olarak uygun voltaja çevrilerek kullanılabilir. Tüm bu dönüştürme işlemlerinde yaşanan kayıplar toplam sistem verimini etkiler.

Tablo 1 de fotovoltaik panel çeşitleri detaylı bir şekilde sunulmuştur.1. ve 2. Nesil güneş panelleri ticari piyasaya hakimken 3. Nesil güneş panelleri geliştirilme aşamasındadır.3. nesil panellerin kullanımı günümüz piyasasında daha azdır (Khan ve Arsalan, 2016).

Tablo 1: Güneş Panelleri Çeşitleri

	1. Nesil		2.Nesil			3. Nesil
Teknoloji	Monokristal Silikon (c-Si)	Polikristal Siliko (p-Si)	Amorphous silikon(a-Si)	Bakır İndiyum Diselenid (CIS /CIGS)	Kadmiyum Tellür (CdTe)	Konsantre Fotovoltaik (CPV)
Fotovoltaik Panel Genel Verimi(%)	15-19 (maks. 25)	13-15 (maks. 20.4)	5-8 (maks. 12.2)	7-11 (maks. 9.8)	8-11 (maks 19.6)	25-30 (maks. 40)
Pazar Payı (% 2014)	90	55	32	25	43	-
1 kw için gerekli yüzey alanı(kw/m’2)	7	8	15	10	11	-

Kaynak: (Khan ve Arsalan, 2016) tarafından yapılan çalışmadan adapte edilmiştir

Tablo 2: Güneş Enerjisinin Teknelerde Kullanımı Üzerine Yapılan Akademik Çalışmalar

Yazarlar	Dergi ve Yıl	Yayın Başlığı
Gorter T, A.H.M.E. Reinders	Applied Energy 92 (2012) 286−297	A comparison of 15 polymers for application in photovoltaic modules in PV-powered boats
Mahmud K. vd.	International Journal of Advanced Science and Technology Vol.64 (2014), pp.31-42	Design and Fabrication of an Automated Solar Boat
Reabroya R vd.	Energy Procedia 79 (2015) 1008 – 1014	The Possibility of using Electrical Motor for Boat Propulsion System
Spagnolo G.S. v.d	*Journal of Transportation Technologies*, 2012, 2, 144-149	Solar-Electric Boat
Berechman J. ve diğ	*Transportation Research Part D 17 (2012) 35–38*	Solar Photovoltaic Powered Sailing Boat Using Buck Converter
Lan H. vd.	Applied Energy 158 (2015) 26−34	Optimal sizing of hybrid PV/diesel/battery in ship power system
Jun Lee H. vd.	Energy 49 (2013) 475e483	Hybrid photovoltaic/diesel green ship operating in standalone and grid-connected mode e Experimental investigation
Gorter T.	Energy Procedia 75 (2015) 1901 – 1906	Design Consideration of a solar racing boat: propeler design parameters as a result of PV system power

Kaynak: Yazarlar tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 2'de çeşitli gemilerde sevk sistemi ya da yardımcı sistemlerin elektrik ihtiyacını karşılamak için fotovoltaik sistemlerin kullanıldığı başlıca akademik çalışmalar listelenmiştir. Ayrıca yayın yılı, yayınlandığı dergi ve yazarlar belirtilmiştir.

Gorter ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada 15 farklı malzeme tipi, gövdesi fotovoltaik güneş panelleri ile kaplanmış tekne için maliyet, dayanım, esneklik, ağırlık gibi yönlerden karşılaştırılmıştır. Epoksi

malzemelerin panel kaplamasında kullanımının malzeme dayanımı ve ağırlık yönünden olumşu sonuçlar verdiği ortaya konulmuştur.

Mahmud ve arkadaşları güneş enerjisiyle sevk edilen 4.5 metre uzunluğunda, 1.92 metre genişliğinde, gövde ağırlığı 200kg olan tekne imal etmişlerdir. Yapılan hesaplamalar sonucu maksimum güçte (2.7 kw) maksimum hız olarak 4 deniz mili değerini bulmuşlardır.7.03 m^2 olan güneş paneli alanından ise güç ihtiyacının sadece belirli bir kısmını sağlayabileceği hesaplanmıştır.

Reabroy ve arkadaşları 4 metre uzunluğundaki tekne ile elektrik motoru yardımıyla 5 knot hıza çıkabilmeyi elektrikli sevk sistemlerinin teknelerde kullanılabilirliğini araştırmışlardır. Yapılan deney sonucu 1.7 kw güçte 5 knot hıza ulaşmışlardır.

Spagnolo ve arkadaşları turistik seyir amaçla kullanılabilecek, güneş panelleri bataryalar, şarj üniteleri ve gerekli teçhizatın olduğu katamaran bir tekne üzerine çalışmışlardır. Konsept tasarım 14 metre uzunluğunda, 5.5 metre genişliğinde, 8 deniz mili maksimum hıza ve 5 saatlik bir menzile sahip olması planlanmıştır. Araştırma sonucunda teknenin donanım ilk yatırım maliyetinin 50000$ olduğu keşfedilmiştir. Yıllık elde edilen kazancın ise 5000$ olarak öngörülmüştür.

Lan ve arkadaşları dizel ve fotovoltaik sistemlerin bir kimyasal tankere uyggulanabilirliğini araştırmışlardır. Rota olarak Çin-Yemen arası seçilmiş ve farklı mevsim ve hava koşullarının olduğu 4 senaryo incelenmiştir. Araştırma sonucu fotovoltaik sistemlerin güneş ışınları ve mevsimsel koşullarla çok yakından ilişkili olduğu saptanmıştır. Gelişmekte olan yenilenebilir enerji kaynağı olarak fotovoltaik sistemlerin maliyetinin düştükçe gemi gibi ulaşım araçlarında daha yaygın olabileceği öngörülmüştür.

4. YATLARDA GÜNEŞ ENERJİSİ UYGULANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Bu çalışma yapılırken gemilerde kullanılabilecek alternatif enerji yöntemleri incelenmiş ve bu yöntemlerden güneş enerjisi seçilmiştir. Bu seçimde güneş enerjisinin bakım masraflarının daha düşük olması ve çalışmanın yapılacağı bölgenin güneş enerjisi potansiyelinin çok yüksek olması etken olmuştur.

Bu çalışma; örneklem olarak seçilen bir bölgede, bir sistemin %19 verimlilikli fotovoltaik hücrelerden oluşturulan panellerle ürettiği enerjinin ışınım değerlerine ve diğer faktörlere göre değişimini hesaplamayı amaçlamaktadır.

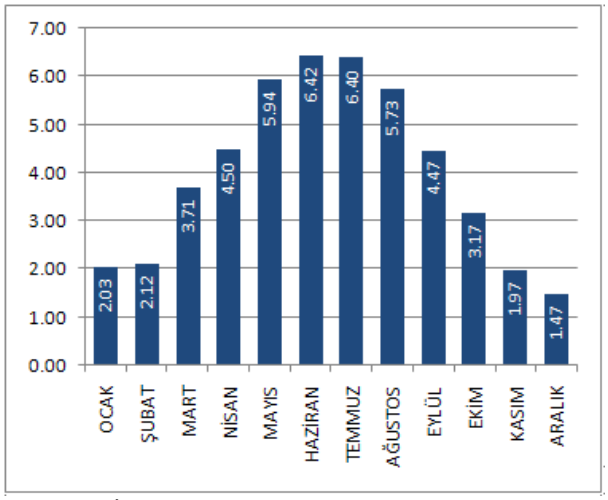
4.1. Metodoloji

Bu çalışmada örnek olarak seçilen bir sistemin farklı ışınım koşullarında ne kadar elektrik üreteceği hesaplanmıştır. Bu hesaplama için yatlarda kullanımı uygun örnek bir sistem seçilmiştir. Çalışmanın yapıldığı bölgedeki aylara göre ölçülmüş ortalama ışınım değerleri kullanılarak bu sistemin gün içinde ne kadar üretim yapacağı hesaplanmıştır.

Hesaplamalar yapılırken "Solarius PV Simulator v.7.0" yazılımı kullanılmıştır. Bu yazılım farklı ışınım koşullarında aylara ve günün farklı saatlerine göre ne kadar üretim yapılacağını ve sistemin sürekli çalıştığı durumda aylık ve yıllık olarak ne kadar üretim yapacağını hesaplanmak için kullanılır.

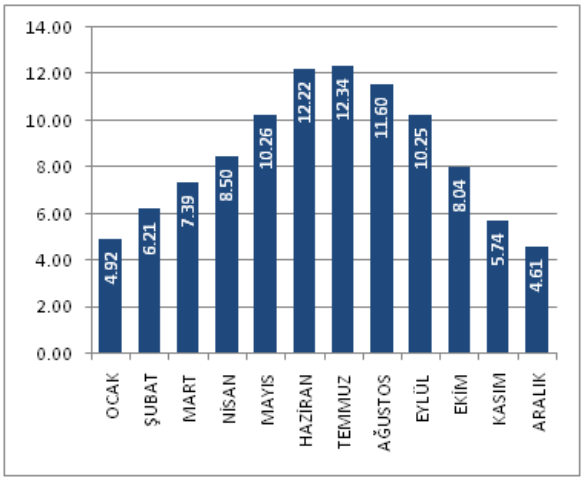
4.2. Örneklem

Bu çalışmada İzmir ili Çeşme ilçesi örneklem olarak seçilmiştir. Çeşme, ortalama güneşlenme süresi ve ortalama yıllık ışınım değerleri olarak ülkemizdeki en avantajlı bölgelerden biridir. Ayrıca yat turizminde yoğun bir ilgi görüyor olması da bu çalışmada Çeşme ilçesinin seçilmesinin nedenleri arasındadır. Çeşme ilçesinin yıl içindeki ortalama ışınım değerlerinin aylara göre değişimi Şekil 2 de gösterilmiştir.



Şekil 2: Çeşme İlçesi Ortalama Işınım Değerlerinin Aylara Göre Değişimi
Kaynak: Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü

Işınım miktarı güneşin açısına ve bölgenin gün içindeki güneşlenme süresine bağlıdır. Çeşme ilçesinin aylara göre ortalama güneşlenme süreleri Şekil 3 de verilmiştir.



Şekil 3: Çeşme ilçesi aylara göre güneşlenme süresi
Kaynak: Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü

Yatlarda ve teknelerde kullanılabilecek, deniz yüzeyi albedo koşulları ve elektronik ekipmanlarda meydana gelecek kayıplar dikkate alınarak "Solarius PV Simulator v.7.0" yazılımıyla simulasyonu yapılmış, 6 m^2 %19 verimlilikli monokristal güneş panellerine sahip bir sistemin tekne üzerindeki performansı araştırılmıştır. Bu sistem seçilirken verimlilik ön planda tutulmuştur. Monokristal hücreler günümüzde en yüksek verimlilikli hücrelerdir (Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü,2015). Hesaplamalar sırasında Solarius PV Simulator v.7.0 yazılımı veritabanına göre belirlenen ve sistem bileşenlerinde meydana gelebileceği kabul edilen yaklaşık kayıplar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

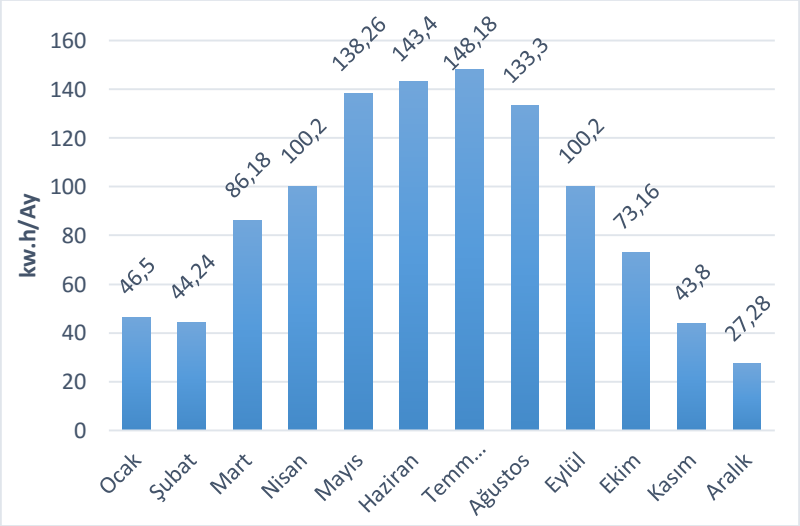
Tablo3: Hesaplamalarda dikkate alınan kayıplar ve kabul edilen oranları

Kayıplar	%
Yansımalardan kaynaklı kayıplar	3.1
Gölge kaynaklı kayıplar	3.3
Aktarma kayıpları	5.7
Sıcaklık kaynaklı kayıplar	7.6
Doğru akım devresinde oluşacak kayıplar	1.2
Çevirici kayıpları	4.0
Alternatif akım devresinde oluşacak kayıplar	2.0

Kaynak: Solarius PV Simulator v.7.0 yazılımı veritabanı

5. BULGULAR

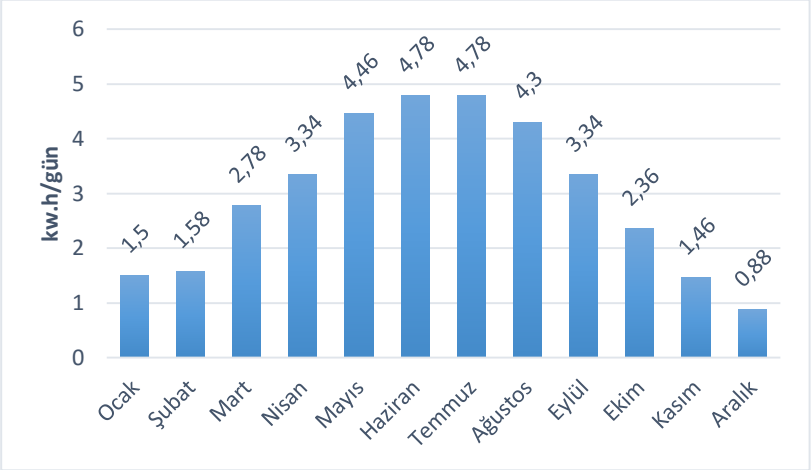
Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanlığı, Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü verilerine göre Çeşme ilçesi aylara göre ışınım değerleri baz alınarak "Solarius PV Simulator v.7.0" yazılımıyla hesaplanan , 6 m^2 %19 verimlilikli monokristal güneş panellerine sahip bir sistemin aylara göre üreteceği kw.h cinsinden elektrik miktarlarını gösteren çizgi grafik şekil 4 de gösterilmiştir.



Şekil 4: Hesaplanan Aylara Göre Aylık Elektrik Üretimi Miktarı
Kaynak: Solarius verilerinden yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Güneşlenme süreleri ve ışınım miktarlarının daha fazla olduğu haziran ve temmuz aylarında daha yüksek elektrik enerjisi üretilebileceği

görülmüştür. Bu grafikteki veriler sistemin ay boyunca ne kadar üretim yapacağını göstermektedir. Aylar içinde bir günde ne kadar enerji üretileceğine ait grafik şekil qda gösterilmiştir.



Şekil 5: Hesaplanan Aylara Göre Günlük Elektrik Üretimi Miktarı

Bir gün içinde ışınım değerleri sabit kalmamaktadır. Bu sebeple günün farklı saatlerinde üretilen ortalama elektrik miktarı da farklılık göstermektedir. Tablo 4 de aylara ve günün farklı saatlerine göre örneklem olarak seçilen sistemin üreteceği toplam enerji miktarı gösterilmiştir.

Tablo 4: Günün farklı saatlerine göre üretilecek elektrik miktarı(kw.h)

	5:00-8:00	8:00-11:00	11:00-14:00	14:00-17:00	17:00-20:00
Ocak	0.02	0.47	0.74	0.27	0
Şubat	0.04	0.5	0.72	0.32	0
Mart	0.14	0.85	1.16	0.6	0.03
Nisan	0.23	1	1.29	0.75	0.07
Mayıs	0.4	1.28	1.61	1	0.17
Haziran	0.47	1.35	1.67	1.08	0.21
Temmuz	0.45	1.36	1.7	1.07	0.2
Ağustos	0.34	1.26	1.61	0.96	0.13
Eylül	0.19	1.02	1.34	0.74	0.05
Ekim	0.08	0.74	1.04	0.5	0
Kasım	0.03	0.46	0.69	0.28	0
Aralık	0.01	0.28	0.43	0.16	0

Kaynak: Solarius verilerinden yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Güneş enerjisinden elektrik elde edilmesiyle yatların çevreye vermiş oldukları zarar da azalmaktadır. Sistemin sürekli çalışmasıyla 1 yılda önleneceği tahmin edilen (Solarius programı ve IMO GHG Study 2009 verileri) egzoz gazı salımı miktarlarını gösteren tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 5: Engellenen egzoz gazı salımları tablosu

Gazlar	Salım Katsayısı	Önleneceği tahmin edilen gaz miktarı
		kg/yıl
CO_2	0.25167	272.99
CH_4	0.00009	0.1
N_2O	0.00181	1.96
Toplam	-	275.05

Kaynak: IMO GHG Study, (2009) ve Solarius yazılımı

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bulgular incelendiğinde özellikle yaz aylarında Çeşme ilçesi ışınım koşullarının güneşten elektrik enerjisi üretmek için uygun olduğu görülmektedir. Örneğin, örneklem olarak seçilen sistemle, temmuz ayında günlük ortalama 4.78 kw.h enerji üretilebildiği görülmektedir. Bu

da 8-10 metrelik bir yattaki seyir ekipmanlarının ihtiyacı, makine dairesinin ihtiyaçları ve mutfak ihtiyaçları için gerekli olan elektrik ihtiyacının önemli bir kısmını karşılayabilir. Örneğin Alacazam adlı 10m'lik yelkenli bir teknenin elektrik harcayan ekipmanlarının gün içinde harcamış olduğu watt.saat cinsinden yaklaşık enerji miktarı (Sailboat,2015), seyirde gündüz 1795 watt.saat, seyirde gece 2097 watt.saat, demirde gündüz 1556.4 watt.saat, demirde gece ise 955.2 watt.saat olarak belirtilmiştir. Bu veriler yatın dizaynına, hava durumuna, ekipmanların çalışma saatlerine, günlük güneş ışığından faydalanma sürelerine göre değişkenlik gösterebilir. Ancak örnek olarak bu verileri kabul edecek olursak örneklem olarak seçilen sistemin yat 24 saat seyir yapsa da gerekli elektrik ihtiyacını karşılayabileceği söylenebilir.

Elektrik üretiminde güneş enerjisi kullanılmasıyla aynı enerjiyi üretmek için harcanacak olan fosil yakıtların çevreye vereceği zararlar da ortadan kaldırılmış olacaktır. Bu sayede yatların turizm bölgelerinde vermiş oldukları zararlar daha düşük değerlere çekilebilecektir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre örneklem olarak seçilen sistem 275.05 kg egzoz gazı salımının önüne geçmektedir. Bu durum yatların özellikle demir bölgelerinde ortaya çıkardığı hava kirliliğinin önlenmesini sağlayacaktır.

Gelecek çalışmalarda örneklem olarak bir yat seçilip bu yata uygun bir sistem tasarlanarak bu sistemin yat üzerindeki performansı gerçek verilerle ölçülebilir. Ayrıca ışınım değerleri sürekli ölçülerek gün bazında daha detaylı bir çalışma yapılabilir. Aynı çalışmaya ilgili aylardaki bulutluluk oranları, hava sıcaklıkları da eklenebilir.

KAYNAKÇA

Chu Y. "*Review and comparison of different solar energy technologies."* Research Associate Global Energy Network Institute (GENI), vol. 619; 2011, p. 595-0139.

Das, S., Sadhu, P. K., Pal, N., Majumdar, G., & Mukherjee, S. (2015). "Solar Photovoltaic Powered Sailing Boat Using Buck Converter."International Journal of Power Electronics and Drive Systems, 6(1), 129–136.

EPIA. (2012) "Global Market Outlook for Photovoltaics Until 2016" European Photovoltaic Industry Association http://zdfcheck.zdf.de/wp-content/uploads/2013/08/EPIA-PV-Market-Report-2012.pdf Erişim Tarihi: 01.12.2015

Gorter, T. (2015). "Design Considerations of a Solar Racing Boat: Propeller Design Parameters as a Result of PV System Power". Energy Procedia, 75, 1901–1906.

Gorter, T., & Reinders, A. H. M. E. (2012). "A comparison of 15 polymers for application in photovoltaic modules in PV-powered boats." Applied Energy, 92, 286–297. doi:10.1016/j.apenergy.2011.10.042

Gugulothu, R., Somanchi, N. S., Banoth, H. B., & Banothu, K. (2015). "A Review on Solar Powered Air Conditioning System". Procedia Earth and Planetary Science, 11(DECEMBER), 361–367. doi:10.1016/j.proeps.2015.06.073

IMO GHG Study, (2009) "Prevention of Air Pollution From Ships Second IMO GHG Study 2009 Update Of The 2000 IMO GHG Study"

http://www.bayplanningcoalition.org/downloads/dmc10/compendium/22_IMO%20GHG%20Exec%20Summary.pdf Erişim Tarihi: 02.12.2015

International Energy Agency. World energy outlook .Erişim Tarihi:10.11.2015⟨http://ww.iea.org/newsroomandevents/speeches/131112_WEO2013_Presenta tion.pdf⟩

Khan, J., & Arsalan, M. H. (2016)." Solar power technologies for sustainable electricity generation" – A review. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 55, 414–425. doi:10.1016/j.rser.2015.10.135

Köroğlu, T., Teke, A., Bayındır, Ç., (2010) "Güneş Paneli Sistemlerinin Tasarımı" Elektrik Mühendisliği Dergisi, Sayı: 439, s:98-104

Lan, H., Wen, S., Hong, Y.-Y., Yu, D. C., & Zhang, L. (2015). "Optimal sizing of hybrid PV/diesel/battery in ship power system." Applied Energy, 158, 26–34.

Luther ve Rendl. (2013) “PV Roadmap for Singapore.” Singapore Economic Develeopment Board https://www.nccs.gov.sg/sites/nccs/files/Roadmap_Solar_20140729.pdf Erişim Tarihi: 01.12.2015

Mahmud, K., Morsalin, S., & Khan, M. I. (2014). "Design and Fabrication of an Automated Solar Boat." International Journal of Advanced Science and Technology, 64, 31–42. doi:10.14257/ijast.2014.64.04

Parker, J. (2013). "Future Ship Powering Options: Exploring Alternative Methods of Ship Propulsion."

Reabroy, R., Tiaple, Y., Pongduang, S., Nantawong, T., & Iamraksa, P. (2015). "The Possibility of Using Electrical Motor for Boat Propulsion System." Energy Procedia (Vol. 79). Elsevier B.V. doi:10.1016/j.egypro.2015.11.601

Spagnolo, G. S., Papalillo, D., Martocchia, A., & Makary, G. (2012). "Solar-Electric Boat." Journal of Transportation Technologies, 144–149. doi:10.4236/jtts.2012.22015

Spectrolab, (2015) “Spectrolab Space Products, Photovoltaics” http://www.spectrolab.com/space.htm Erişim Tarihi: 01.12.2015

Sunlab 2015 http://www.sunlab.com.br/panel_1.htm Erişim Tarihi:20.12.2015

Sunpower, (2015) “Key Factors For Solar Performance” http://us.sunpower.com/sites/sunpower/files/media-library/white-papers/wp-key-factors-solar-performance.pdf Erişim Tarihi: 02.12.2015

Varınca, Kamil B.; Gönüllü, M. Talha “Türkiye’de Güneş Enerjisi Potansiyeli ve Bu Potansiyelin Kullanım Derecesi, Yöntemi ve Yaygınlığı Üzerine Bir Araştırma”, I. Ulusal Güneş ve Hidrojen Enerjisi Kongresi 21-23 Haziran 2006

Waters, C. U. S., & Hay, M. E. (2005). "Design and Implementation of Solar Electric Boats."

Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, (2015) “Güneş Enerjisi PotansiyeliAtlası”http://www.eie.gov.tr/MyCalculator/pages/35.aspx Erişim Tarihi: 30.11.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0029

KRUVAZİYER GEMİLERİNDEN KAYNAKLANAN SERA GAZI SALIMI İNCELENMESİ: KUŞADASI LİMANI ÖRNEĞİ

[1]Murat YAPICI, [2]Barış KULEYİN

ÖZET

Kruvaziyer gemileri seyir esnasında ve limanda kaldıkları sürelerde atmosfere küresel ısınmaya sebep olan sera gazı salmaktadırlar. Bu gazlar hem atmosfere hem de insan sağlığına zarar vermektedir. Türkiye'de kruvaziyer gemilerinin en önemli kabul noktalarından biri olan Kuşadası Limanı için seyir, manevra ve liman durumlarında farklı senaryolar üretilerek gerçek verilerle NO_X, SO_2, CO_2 gibi başlıca Zaralı gazlar hesaplanmıştır. Kuşadası Limanı'na gelen gemilerin teknik bilgileri ve üretilen farklı senaryolar sonucunda yıllık envanter çıkarılmıştır. Çalışmanın sonucunda optimum manevra seçeneğiyle salımın indirgenmesi, yeni teknolojiye sahip EGR, SCR gibi indirgeme donanımlarına sahip gemilere verilecek hizmetler, gemilerin limanda kalış süresinde sahil elektriğini kullanımı için "cold ironing" yöntemi ve alternatif yeşil enerjilerin kullanılması konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: *Kruvaziyer Turizmi, Hava Kirliliği, Marpol Ek Altı*

1. GİRİŞ

Gemi kaynaklı hava kirliliği son yıllarda Uluslararası Denizcilik Örgütü'nün (International Maritime Organization-IMO) üzerinde durduğu en önemli konulardan biridir. MARPOL 73/78 Sözleşmesi'nin (Denizlerin Gemilerden Kirlenmesini Önleme Uluslararası Sözleşmesi) VI. Eki gereği gemilerin kullandığı yakıttan, sahip oldukları makine teknolojilerine kadar sınırlamalar getirilmiştir (IMO, 2002; IMO, 2013).

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Piri Reis Üniversitesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği, İstanbul, murat.yapici@pru.edu.tr.
[2] Yrd. Doç. Dr. Kpt., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, baris.kuleyin@deu.edu.tr.

Kruvaziyer gemileri yüksek hızla seyir yapabilen, seyahat boyunca yolcularının beklentilerini karşılayacak şekilde dizayn edilmektedirler. Yüksek hız güçlü bir gemi makine, yolcuların beklentilerinin karşılanması ise gemi içinde güçlü bir elektrik şebekesini dolayısıyla güçlü bir enerji ihtiyacını gerektirmektedir. Söz konusu gemilerde yakıt olarak halen fosil yakıtlar kullanıldığından çevreye egzoz gazıyla yayılan sera gazı salınmaktadır. Dolayısıyla kruvaziyer gemilerinin seyir, manevra ve limanda kaldıkları süre içerisinde farklı miktarlarda saldıkları açıktır.

Yapay olarak insanların etkileri ile atmosferde meydana gelen kirlilik antropojenik hava kirliliğidir. Gemilerin egzoz bacalarından çevreye yayılan başlıca gazlar; CO_2, CO, NO_X, SO_X ve PM'lerdir. Kütlece en ağır olan gaz ise CO_2'dir (Yapıcı, 2015). Atmosfere yayılan bu zararlı gazlar insanlarda akciğer rahatsızlıklarına neden olduğu gibi asit yağmurlarına dönüşerek tarım alanlarının tahribatına neden olmaktadır. Ayrıca köprü gibi metal konstrüksiyonlara korozyon yoluyla zarar vermektedir (Çepel, 1983).

Zararlı egzoz gazı salımı etkilerini azaltmak amacıyla IMO 1997 protokolüyle MARPOL'ün VI. Eki olan "*Gemi Baca Gazlarından Kirlenmenin Önlenmesi İçin Kurallar*" oluşturmuş, ilk olarak 19.05.2005 yılında yürürlüğe sokmuştur (IMO, 2008). Bu sayede gemilerin kullandıkları yakıtların içerdiği kükürt oranlarına ve makinelerinin yapılış esnasından NO_X gazı miktarları ile ilgili sınırlandırmalar getirilmiştir (Yapıcı ve Koldemir, 2014: 45-54).

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, kruvaziyer gemilerinin bacalarından kaynaklanan atmosfere zararlı sera gazlarının miktarını tahmin ederek envanter çıkarmak ve alternatif enerji kullanımda ne kadar yarar sağlayacağını belirlemektir. Elde edilen bulgular ile liman süresince ne kadar zararlı gazın atmosfere atılmasının önlenebileceği ve manevra seçeneklerinin zararlı emisyon gazlarının salımına etkilerini tespit etmektir. Günümüzde yurt içi ve yurt dışında birçok liman ve gemi tipi için envanter çalışması bulunmaktadır. Aberden Limanı (Marr ve diğerleri, 2007), Copenhagen Limanı (Saxe ve Laresen, 2004), Oakland Limanı (ENVIRON, 2005), Bombay Limanı (Gupta ve diğerleri, 2002), California Limanı (CEPA, 2006), Hong Kong Limanı (Yau ve diğerleri, 2012), İstanbul ve Çanakkale Boğazları (Kesgin ve Vardar, 2001), Ambarlı Limanı (Deniz, ve Kılıç, 2009) ve İzmit Körfezi (Kılıç ve Deniz, 2009) için emisyon envanteri çalışmaları yapılmıştır. Farklı limanlarda yıllık egzoz salım miktarını tahmin etmeye yönelik çalışmalar tüm gemi tiplerini içeren şekilde yapılmıştır. Yöntem olarak gemilerin manevra, seyir, liman pozisyonlarındaki egzoz salımı için farklı katsayılar kabul

edilerek hesaplamalar yapılmıştır. Ancak deniz turizminde kruvaziyer gemilerine ilişkin çalışma sayısı sınırlıdır. Çalışma bu anlamda literatüre katkı sağlamayı da amaçlamaktadır. Ayrıca farklı senaryolarla mukayese edilerek karşılaştırma yapılması amaçlanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma kapsamında konu ile ilgili mevcut literatür ve zararlı gaz envanteri çıkarılması ile ilgili kullanılan yöntemler incelenmiştir. Çalışma güncel uygulamalar ile özgün yapıda oluşturulmuştur. Çalışmada kullanılacak veri analizleri Kuşadası Limanı'na gelen 2014 ve 2015 yılındaki tüm kruvaziyer gemilerini kapsayacak şekilde oluşturulmuştur. Gelen gemi sayısı, yolcu sayısı, gemilerin limanda kaldıkları süre, gemilerin sera gazı salımı tahmininde direk etkili olan ana makine ve jeneratörlerin güçleri ile ilgili teknik bilgiler edinilmiştir. Ayrıca manevra esnasında gemilerin izledikleri rotalarla ilgili kılavuz kaptanlardan farklı hava koşullarını kapsayan görüşler alınarak 5 kalkış ve 5 yanaşma manevrası olmak üzere toplam 10 liman manevrası senaryosu tasarlanmıştır (KLKT, 2015).

Her bir senaryo için noktalar belirlenmiş, bu noktalar üzerinden mesafeler çıkarılarak, hız ve zaman gibi unsurlarla her bir senaryo için gerçeğe en yakın emisyon miktarı tahmin edilmiştir. Günümüzde bir geminin bacasından salınan gazların, "*fabrika imalatı sırasında*" ve "*kısmi zaman olarak gemide*" ölçümü dışında sürekli ölçülmesi mümkün değildir. Bu nedenle araştırmanın kısıtları kapsamında manevra, seyir ve limanda değişen makine yükleri açısından gerçeğe en yakın katsayılar kabul edilmiştir.

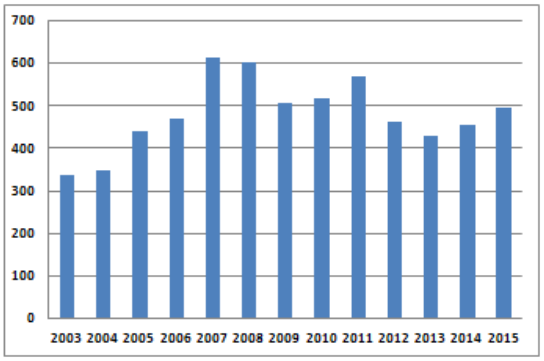
4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın uygulandığı yer olan Kuşadası Limanı turistik açıdan bölge için önemli bir gelir kaynağıdır.

2014 yılı verilerine göre; 101.619 kişinin yaşadığı Kuşadası ilçesi (ANM, 2015), kruvaziyer gemisiyle gelen 544.665 turist tarafından ziyaret edilmiştir. 2015 yılında 495 geminin destinasyonu olan Kuşadası sefer başına ortalama 1.141 turiste ev sahipliği yapmıştır. 2015 yılında gelen yolcu sayısı 2014 yılına göre % 4 artmıştır (bkz. Tablo 1). 2015 yılı itibariyle Dünya toplam kruvaziyer yolcu sayısının % 2,54'ünü Kuşadası'na gelen turistler oluşturmuştur (KL, 2015; CMW, 2015).

Tablo 1: 2003-2015 Yılları Arası Kuşadası Limanı'na Gelen Gemi ve Yolcu Sayıları

YIL	SEFER	YOLCU	ORTALAMA Sefer/Yolcu
2003	337	225330	669
2004	348	221417	636
2005	441	301105	683
2006	471	368696	783
2007	613	466677	761
2008	601	518872	863
2009	506	462746	915
2010	517	493911	955
2011	568	662456	1166
2012	464	564317	1216
2013	428	577685	1350
2014	456	544665	1194
2015	495	564605	1141



Kaynak: Kuşadası Limanı, 2015.

Hava kalitesiyle ilgili ulusal standartlar, Türkiye Ulusal Hava Kalitesi İndeksi tarafından EPA Hava Kalitesi İndeksi normlarına uygun olarak oluşturmuştur. Bu normlara göre partikül maddeler (PM10), karbon monoksit (CO), kükürt dioksit (SO_2), azot dioksit (NO_2) ve ozon (O_3) gibi gazlar kalite aralıkları belirlenmiştir. Bu indeksin sınırları emisyon gazları için 0-50 µg/m³ iyi, 51-100µg/m³ orta, 101-150µg/m³ hassas, 151-200 µg/m³ sağlıksız, 201-300 µg/m³ kötü, 301-500 µg/m³ tehlikeli olarak belirlenmiştir (bkz. Tablo 2).

Tablo 2: Ulusal Hava Kalitesi İndeksi Hesaplanan Parametrelerin Sınır Değerleri

Parametre	SO_2 [µg/m³]	NO_2 [µg/m³]	CO [µg/m³]	O_3 [µg/m³]	PM10 [µg/m³]
	1 Sa. Ort.	1 Sa. Ort.	8 Sa. Ort.	8 Sa. Ort.	24 Sa. Ort.
Ulusal Sınır Değer	470	290	14.000	120	90
AB Üye Ülkeleri Sınır Değeri	350	200	10.000	120	50

Kaynak: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015.

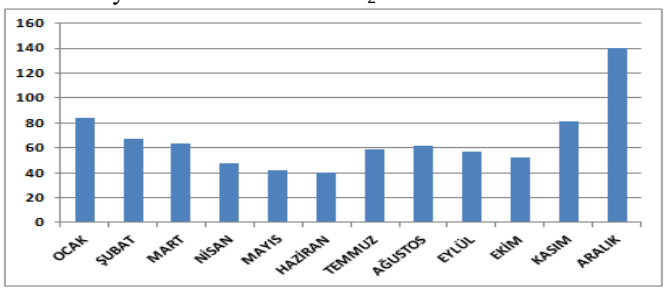
2015 yılında Kuşadası ilçesinin bağlı bulunduğu Aydın iline ait SO_2 ve PM ölçümleri Tablo 3'te görülmektedir. Özellikle kış aylarında kirletici gazların yoğunluğunun arttığı görülmektedir. Partikül miktarı genelde iyi ve orta olarak değerlendirilebilir seviyededir. 2015 Aralık ayında PM ve SO_2 değerleri hassas limitlerinde gerçekleşmiştir.

Kuşadası Limanı'na gelen gemilerden kaynaklanan salımlar NO_X, SO_X, CO_2, CO ve PM kapsamında manevra ve liman kalkış-varış kapsamında incelenmiştir. Kuşadası Limanı'na 2014 yılında 456 gemi, 2015 yılında ise 495 gemi gelmiştir. Şekil 1'de gemilerin egzoz emisyonlarının hesaplanabilmesi için kullanılan manevra senaryoları

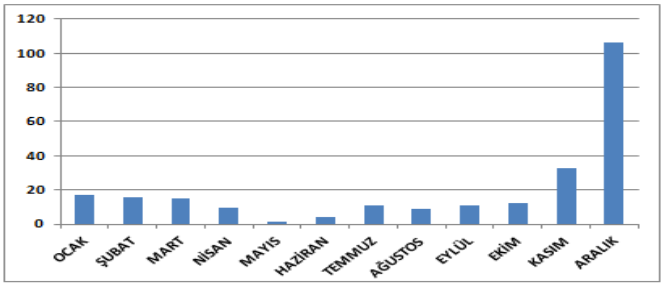
görülmektedir. Kuşadası Limanına gelen gemilere kılavuzluk hizmeti veren iki kılavuz kaptanın yapılan mülakat neticesinde görüşleri alınarak, hava koşulları, demirde bekleme gibi farklı koşullara göre senaryolar oluşturulmuştur. Varış-kalkış senaryoları için 1,2,4, ve 5. senaryo sakin hava koşulları, 3 senaryo rüzgarın 10-20 knot ile estiği hava koşullarını içermektedir.

Tablo 3: Aydın İli 2015 PM ve SO_2 Verileri

2015	PM10 µg/m³
OCAK	84
ŞUBAT	67
MART	63
NİSAN	47
MAYIS	42
HAZİRAN	41
TEMMUZ	59
AĞUSTOS	61
EYLÜL	56
EKİM	52
KASIM	81
ARALIK	140



2015	SO2 µg/m³
OCAK	17
ŞUBAT	15
MART	15
NİSAN	10
MAYIS	1
HAZİRAN	4
TEMMUZ	11
AĞUSTOS	9
EYLÜL	11
EKİM	12
KASIM	32
ARALIK	106



Kaynak: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015.

Her bir senaryo için farklı noktalar arasındaki mesafeler ve hıza bağlı olarak değişen manevra zamanları hesaplanmıştır. Limana gelen tüm gemilerin makine gücü ile gemi tonajı oranı incelendiğinde ana makine gücü tonajın genelde 1/2'si, jeneratör gücü ise ana makine gücünün 1/3'ü kadar olduğu görülmektedir.

Tablo 4'te 2014 ve 2015 yıllarına ait gelen tüm gemilerin toplam tonaj ve makine güçleri bulunmaktadır. Çalışmada salınan gazları hesaplayabilmek için genel kabul görmüş literatür değerleri kruvaziyer gemilerine ve güncel yakıt kükürt içeriği oranlarına göre uyarlanarak çalışmada kullanılmak üzere Tablo 4 ile Tablo 5 oluşturulmuştur.

Tablo 4: Farklı Çalışma Koşullarına Göre Kabul Edilen Ana Makine ve Jeneratör Yükleri

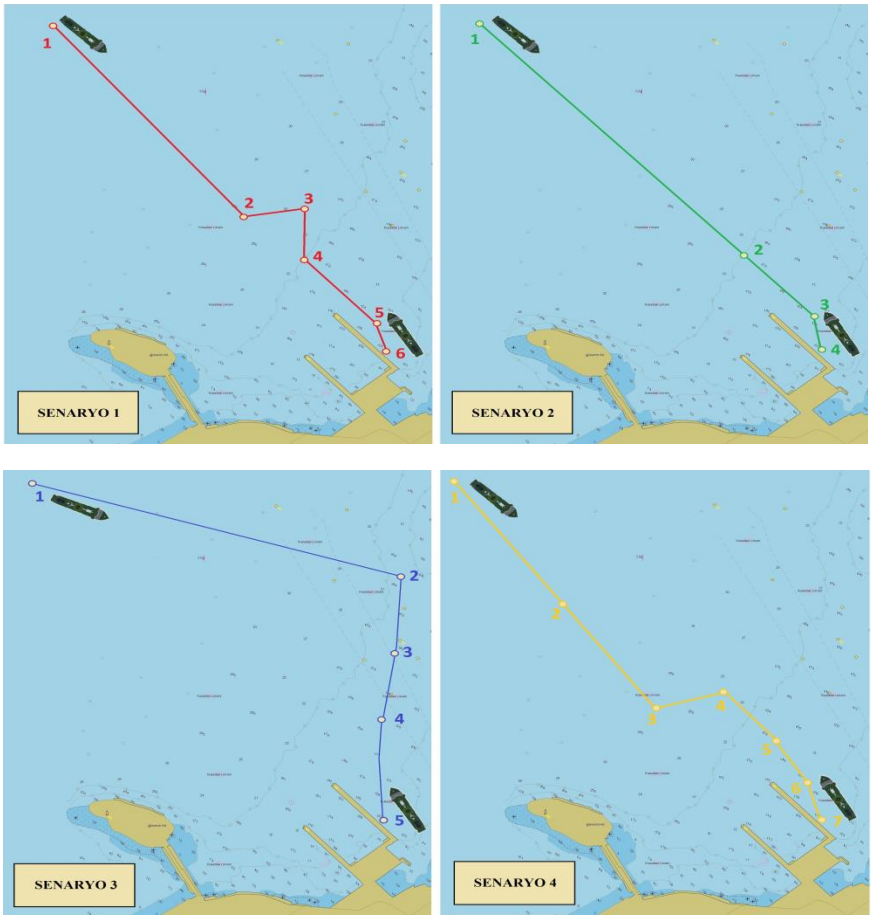
İşletme Modu	Ana Makine Yükü	Jeneratör Yükü
Seyirde	%80	%50
Manevrada	%10-40	%50
Rıhtımda	%0	%50

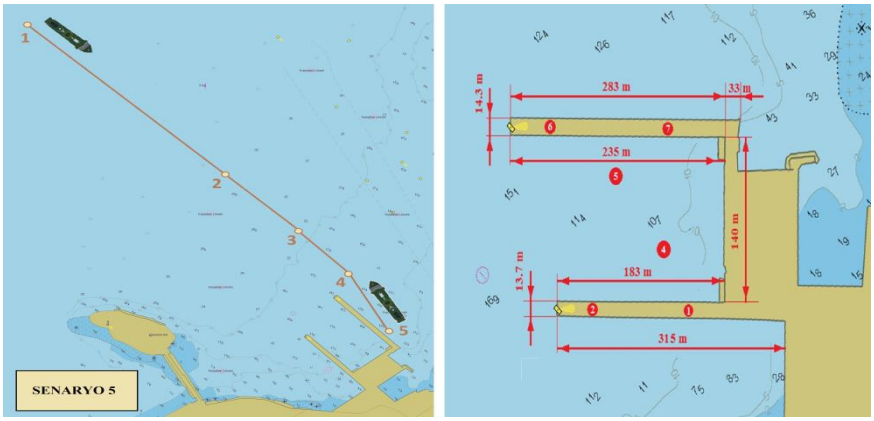
Gemi makineleri üretici firmaları tarafından fabrikada test değerleri ölçülür. Bu değerler her gemi için özgün olduğu gibi yakın değerlere sahiptir. Ancak farklı olan her geminin sahip olduğu ana makine ve jeneratör güçleridir. Tablo 5'te geminin seyir manevra ve liman süresince ürettikleri güç (kW) için özgül emisyon değeri (g/kwh) bulunmaktadır.

Tablo 5: Farklı Çalışma Koşullarına Göre Kabul Edilen Emisyon Faktörleri

İşletme Modu	NOx	SO2	CO2	CO	PM
Seyirde	13.2 g/kwh	0.5 g/kwh	697 g/kwh	0.5 g/kwh	0.81 g/kwh
Manevrada	10.02-11.8 g/kwh	0.46-0.50 g/kwh	640-747 g/kwh	0.5-0.6 g/kwh	1-1.71 g/kwh
Rıhtımda	13.2 g/kwh	0.5 g/kwh	725 g/kwh	0.5 g/kwh	0.90 g/kwh

Kaynak: ENTEC UK, 2005.





Şekil 1. Kuşadası Limanı Yanaşma ve Kalkma Senaryoları

Literatürde Avrupa Komisyonu gemi kaynaklı hava kirliliği raporunda (ENTEC, 2005) kullanılan emisyon faktörleri güncellenerek çalışmada kullanılmıştır. Özgül salım miktarı geminin ana makine veya jeneratöründe saatte 1 kW'lık güç üretirken meydana gelen zararlı gaz miktarını (g) ifade etmektedir.

Tablo 6 ve Tablo 7'de 2014 ve 2015 yıllarında Kuşadası Limanı'na gelen kruvaziyer gemilerinden elde edilen verilerle oluşturulan bilgiler bulunmaktadır. Üretilen beş farklı liman kalkış ve varış senaryosunun ortalama süresi kalkış için 26, yanaşma için 36 dakika olarak hesaplanmıştır.

Tablo 6. 2014 ve 2015 Yıllarında Kuşadası Limanı'na Gelen Gemilere Ait Veriler

	Toplam Gemi Sayısı	Toplam Yolcu Sayısı	Toplam Gemi Tonajı	Toplam Ana Makine Gücü (kW)	Toplam Jeneratör Gücü (kW)	Toplam Limanda Kalış Süresi (Saat)	Ortalama Limanda Kalış Süresi (Saat)
2014	456	544665	20642804	10327849	3564365	4462	10
2015	495	564605	21052817	10172002	3457288	4844	10

Tablo 7: 2014 ve 2015 Yıllarında Kuşadası Limanı'na Gelen Gemilere ait Ortalama Veriler

	Toplam Gemi Sayısı	Ortalama Yolcu Sayısı	Ortalama Gemi Tonajı	Ortalama Makine Gücü (kW)	Ortalama Jeneratör Gücü (kW)
2014	456	1194	45269	22649	7817
2015	495	1141	42531	20549	6984

Tablo 8'de ise oluşturulan senaryolara göre manevra zamanları görülmektedir. Tabloya göre 2. senaryo liman varış ve kalkış manevraları açsından en çabuk olanıdır.

Tablo 8: 2014 ve 2015 Yıllarında Kuşadası Limanı'na Gelen Gemilerin Farklı Senaryolardaki Toplam Manevra Süreleri

	Toplam Liman Kalkış Manevra Süreleri (dak)					Toplam Liman Varış Manevra Süreleri (dak)				
	Toplam Senaryo 1	Toplam Senaryo 2	Toplam Senaryo 3	Toplam Senaryo 4	Toplam Senaryo 5	Toplam Senaryo 1	Toplam Senaryo 2	Toplam Senaryo 3	Toplam Senaryo 4	Toplam Senaryo 5
2014	11218	9302	15960	14888	8839	18468	14090	18058	20588	10739
2015	12177	10098	17325	16162	9595	20048	15296	19602	22349	11657

Tablo 9'da 2014 yılında Kuşadası limanına gelen kruvaziyer gemilerinin varış-kalkış manevraları sonucunda oluşan toplam salım görülmektedir. Kütlesel olarak 2014 yılında sadece kalkış manevrasında oluşan CO_2 gazı 741.671 ile 1.217.926 ton arasında değişmektedir. Liman yanaşma manevralarında ise 853.951 ile 1.393.741 ton CO_2 gazı salınmıştır. Her bir gemi için kalkış manevrasında ortalama 36 kg NO_X, 1,4 kg SO_X, 2.121 kg CO_2, 1,5 kg CO ve 3 kg PM salınmıştır. Varış manevrasında ise ortalama 46 kg NO_X, 1,9 kg SO_X, 2.723 kg CO_2, 1,9 kg CO ve 3,7 kg PM salınmıştır.

Tablo 9: 2014 yılında Kuşadası Limanına Gelen Gemilerin Farklı Senaryolardaki Toplam Salım Değerleri

	Toplam Liman Kalkış Manevra Emisyon Değerleri (ton)				
	Toplam Senaryo 1	Toplam Senaryo 2	Toplam Senaryo 3	Toplam Senaryo 4	Toplam Senaryo 5
NOx	16.069	13.386	20.964	19.745	12.654
SOx	0.656	0.547	0.849	0.801	0.516
CO2	943.391	785.578	1217.926	1148.623	741.671
CO	0.687	0.573	0.882	0.832	0.541
PM	1.349	1.130	1.695	1.596	1.071

	Toplam Liman Varış Manevra Emisyon Değerleri (ton)				
	Toplam Senaryo 1	Toplam Senaryo 2	Toplam Senaryo 3	Toplam Senaryo 4	Toplam Senaryo 5
NOx	24.008	18.648	23.640	25.981	14.636
SOx	0.973	0.757	0.959	1.050	0.595
CO2	1393.741	1085.220	1373.708	1502.100	853.951
CO	1.008	0.786	0.994	1.084	0.620
PM	1.917	1.502	1.894	2.043	1.202

Kuşadası Limanı'na gelen kruvaziyer gemilerinin kalış süresi ortalama 10 saattir. Toplam 222 ton NOx, 8,5 ton SO_2, 12.207 ton CO_2, 8,5 ton CO ve 15 ton PM salınmıştır. 2015 yılında ise bir önceki yıla benzer şekilde 224 ton NOx, 8,5 ton SO_2, 12.333 ton CO_2, 8,5 ton CO ve 15 ton PM salınmıştır. Tablo 10'da 2014 yılında Kuşadası Limanı'na gelen kruvaziyer gemilerinin limandaki ortalama salım değeri verilmiştir.

Tablo 10: 2014 Yılında Kuşadası Limanı'na Gelen Gemilerin Limandaki Salım Değerleri

	Ortalama (Limanda) Jeneratör Emisyon Değerleri				
	Toplam NOx	Toplam SO2	Toplam CO2	Toplam CO	Toplam PM
Gemi Başına Düşen Emisyon Değeri (ton)	0.487	0.018	26.771	0.018	0.033
Yolcu Başına Düşen Emisyon Değeri (kg)	0.4080772	0.015457	22.41333	0.0154575	0.0278234
Limanda Kalınan Her Saat Başına Düşen Emisyon Değeri (ton)	0.0498102	0.001887	2.735785	0.0018867	0.0033961

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gemi tipleri içerisinde en fazla makine gücüne sahip olan gemi tipi kruvaziyer gemileridir. Özgül salım miktarı makine gücüyle doğru orantılı arttığı düşünülürse atmosfere salınan toplam emisyonda artacaktır. Kuşadası limanı her yıl yaklaşık 150'den fazla farklı gemiye 400-500 arasında değişen sefer sayısına bağlı olarak hizmet vermektedir. Atmosfere salınan egzoz emisyonları ilçenin hava kalitesine her yıl sadece manevralarda 2.500 tondan fazla farklı sera gazı salmaktadır. Bunun yanında liman kalış süreleri dahilinde ortalama 10 saat kalan 450 gemi yılda 1.500 ton toplam egzoz gazı salımına neden olmaktadır.

Yeni geliştirilen makine teknolojileriyle bu miktarlar azaltılmaya çalışılsa da tamamen kaldırılması şuan için mümkün görünmemektedir. Kruvaziyer gemilerinde öncelik müşteri memnuniyeti ve konaklama esnasında sessiz ve sakin bir ortam teminini ön planda tutmaktır. Bu nedenle gemilerin limanda kalış süreleri dâhilinde ihtiyaç duydukları elektriği liman hizmeti olarak almaları hem hava kirliliğine olumlu etki yapacak hem de bakım tutum maliyetlerini indirecektir.

Son yıllarda Cold-Ironing olarak anılan gemi elektriğinin rıhtımdayken liman tarafından sağlanmasına ilişkin uygulamalar yapılmaktadır. Ülkemizde henüz bu uygulamaya geçilmemesine karşın bu hizmeti talep eden kruvaziyer gemisi firmaları artacaktır. Ayrıca egzoz gazlarının NOx miktarını indirgeyen EGR, SCR gibi alternatif çözüm uygulamaları sonucunda ortaya çıkacak atıklar için hizmet planlaması gerekmektedir. Sonuç olarak gemi kaynaklı kirliliği minimuma indirmek amacıyla manevraların mümkün olduğu sürece kısa sürede optimum şekilde gerçekleştirilmesi, limanda elektriğinin gemilere tesis tarafından sağlanması ilçenin doğal çevresine olumlu katkı sağlayacaktır.

Gemilerin liman süresince ihtiyaç duyduğu elektriği sağlamak amacıyla kurulan cold-ironing sistemleri, rüzgar enerjisi ile entegre edilerek alternatif yeşil enerji kullanımı sağlanmış olacaktır. Bu sayede gelen yolcuların hava kiriiliğini en az derecede hissetmesi ve ilçenin kava kalitesine olumlu katkısı sağlanmış olur.

İleride yapılacak çalışmalarda örneklenen Kuşadası limanının yanı sıra diğer kruvaziyer limanlarının da aynı yöntemle hesaplanarak Türkiye'nin toplam kruvaziyer gemi kaynaklı sera gazı salımı envanteri çıkarılabilecektir.

KAYNAKLAR

ANM (Aydın Nüfus Müdürlüğü). (2015). Aydın, Kuşadası Nüfusu, http://www.nufusu.com/ilce/kusadasi_aydin-nufusu, Erişim Tarihi: 06.12.2015.

CEPA (California Environmental Protection Agency). (2006). *''Emission Reduction Plan for Ports and Goods Movement in California''* www.arb.ca.gov/planning/gmerp/gmerp.htm Erişim Tarihi: 04.12.2015.

CMW (Cruise Market Watch). (2015). Cruise Market Growth, http://www.cruisemarketwatch.com/growth/, Erişim Tarihi: 06.12.2015.

Çepel, N. (1983). *Genel Ekoloji*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

ÇŞB (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı), (2015). Hava Kalitesi İzleme İstasyonları Web Sitesi, Hava Kalitesi İndeksi. http://www.havaizleme.gov.tr/hava.html Erişim Tarihi: 05.12.2015.

Deniz, C. ve Kılıç A. (2009) *''Estimation and assessment of shipping emissions in the region of Ambarlı Port''*, Turkey, Wiley Interscience DOI 10,1002/ep.10373.

ENTEC UK (2005). European *Comission Directorate General Environment Service Contract on Ship Emissions.* http://ec.europa.eu/environment/air/ Erişim Tarihi: 05.12.2015.

ENVIRON (2005). *''Port of Oakland. Seaport air emission inventory''* www.portofoakland.com/environment/seaport.aspx+&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr, Erişim Tarihi: 05.12.2015.

Gupta, A.K., Patil, R.S, Gupta, S.K. (2002). ''*Emissions of Gaseous and particulate Pollutants in a Port and Harbour Region in India''.* Environmental Monitoring and Assessment, Cilt 80, Sayı 2, s:187-205.

IMO (International Maritime Organisation). (2002). *MARPOL 73/78,Consilidated Edition*, IMO Publications, London.

IMO (International Maritime Organisation). (2008*). Revised MARPOL ANNEX VI (2009) Regulations for the prevention of air pollution from ships and Nox Technical Code 2008,* IMO Publications, London.

IMO (International Maritime Organisation). (2013). ‘‘*Marpol Annex VI and NTC 2008 with guidelines for implementation’’* IMO Publications, London.

Kesgin, U. ve Vardar, N. (2001). *‘‘A study on exhaust gas emissions from ships in Turkish Straits’’* Atmospheric Environment, Cilt: 35, Sayı:10, s:1863-1870.

Kılıç A. ve Deniz, C. (2009). *‘‘Inventory of shipping emissions in İzmit Gulf, Turkey’’* Wiley Interscience DOI 10,1002/ep.10365.

KL (Kuşadası Limanı). (2015). http://www.globalports.com.tr Erişim Tarihi: 05.12.2015.

KLKT (Kuşadası Limanı Kılavuzluk Teşkilatı). (2015). Kuşadası Limanı’nda görevli kılavuz kaptanlardan gelen 07.12.2015 tarihli e-posta.

Marr, L. Rosser, D. P. & Meneses, C. A. (2007). “*An air quality survey and emissions inventory at Aberdeen harbour’’.* Atmospheric Environment, Sayı 41, s:970-979.

Saxe, H. ve Larsen, T. (2004). *‘‘Air Pollution in three Danis Ports Atmospheric Environment’’*, Atmospheric Environment, Sayı 38, s. 4057–4067.

Yapıcı, M. (2015). *"Investigation of Air Pollution from Ships in the Cruise Tourism",* 2nd International Congress of Tourism & Management Researches, AYDIN-KUŞADASI, TURKEY, 1-3 May 2015.

Yapıcı, M. ve Koldemir, B. (2014) *"Gemilerden Kaynaklanan Hava Kirliliğini Azaltma Amacıyla Türkiye ve Dünya'da Koruma Uygulamaları"*, 1. Ulusal Gemi Trafik Hizmetleri Kongresi, İSTANBUL, TÜRKIYE, 8-9 Aralık 2014, cilt.1, ss.45-54.

Yau, P.S. ve diğerleri (2012). *‘‘Estimation of Exhaust Emission from ocean-going vessels in Hong Kong’’*, Science of the Total Environment, Sayı 431, s: 299-306.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0030

KRUVAZİYER GEMİLERİN KARBON SALIMI TAHMİNİ: KUŞADASI LİMAN BÖLGESİ İÇİN SİSTEM DİNAMİKLERİ YAKLAŞIMI

[1] Yiğit GÜLMEZ, [2]Onur GÜNAY, [3]A.Güldem CERİT

ÖZET

Dünyada toplam karbon salımının %13,2'si taşımacılık sektöründen (IPCC,2007) ve %2,8'i deniz taşımacılığından (UNFCC,2014) kaynaklanmaktadır. Gemilerden kaynaklı karbon salımı, gemilerin limanda kalma süreleri boyunca, limanın bulunduğu bölgedeki toplam karbon salımına etki etmektedir. Bu çalışmada Kuşadası kruvaziyer limanını kullanan gemilerin yanaşma ve ayrılma manevraları ile limanda kalma sürelerinde oluşan karbon salımı araştırılmış ve toplam salım miktarı tahminlenmiştir. Karbon salımını etkileyen tüm değişkenler literatür taraması ve yüz yüze görüşmeler yöntemi ile belirlenmiş ve Vensim® programı kullanılarak bir modelleme yapılmıştır. Oluşturulan model ile gemilerden kaynaklı karbon salımını etkileyen değişkenlerin toplam karbon salımı miktarlarına etkisi sistem dinamikleri yaklaşımıyla analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kruvaziyer Gemi, Karbon Salımı, Kuşadası Limanı, Sistem Dinamikleri*

[1]Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, İzmir
yigit.gulmez@deu.edu.tr
[2]Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, İzmir
onur.gunay@deu.edu.tr
[3] Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, İzmir,
gcerit@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Günümüzde pek çok gemi ana güç kaynağı olarak dizel makineler kullanmaktadır. Bu makineler ise günlük yaşantımızda kullanılan dizel makinelere oranla daha fazla karbondioksit (CO_2) ,Nitrojen oksit (NO_x) Sülfür oksit (SO_x), hidrokarbon (HC) ve diğer partiküller açığa çıkarmaktadır (Eyring vd.,2005).

Gemilerin liman sahası ve manevra alanlarında yapmış olduğu salım bölgenin hava kalitesini etkilediği gibi insan sağlığı üzerine de etkileri bulunmaktadır (Bailey ve Solomon, 2004).

Deniz taşımacılığından kaynaklanan baca gazı salımına neden olan bir gemi türü de kruvaziyer gemilerdir ve yerel hava kalitesi üzerine yapılan akademik çalışmalarda çok az ilgi görmüştür. Bunun nedenleri arasında kruvaziyer gemi sektörünün dünya gemi filosunun düşük bir yüzdesini oluşturması ve yolcu gemilerinin diğer yük gemileri ve tankerlere oranla daha düşük kükürtlü yakıt kullanması gösterilebilir (Poplawski vd.,2011) .

Liman sahaları gemilerden kaynaklı gazlara maruz kalan başlıca bölgelerdendir. Transit geçiş ve manevra boyunca gemi kaynaklı salımları liman ve kıyı sahasının hava kalitesini olumsuz etkilemektedir. Liman sahalarında gemi salımları hava kalitesi düşürmesi nedeniyle halk sağlığı üzerinde potansiyel bir etkendir. Liman sahalarındaki hava kirliliği astım, solunum yolu hastalıkları, kardiyovasküler hastalık, akciğer kanseri ve erken ölüm gibi sonuçlar doğurabilmektedir (USA Natural Resources Defense Council, 2004).

Gemi kaynaklı egzoz gazı salımları insan sağlığı ve çevre üzerinde ciddi etkileri bulunmaktadır. Bu salımların etkileri özellikle liman bölgeleri, kanallar ve iç denizlerde daha net görülmektedir (Saraçoğlu vd., 2013).

Bu çalışmalar göz önüne alındığında liman sahası yerleşim yeriyle iç içe olan bölgelerde egzoz gazı salımlarını ve etkilerini inceleyen akademik çalışmalar yapılması önem arz etmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Enerji üretimine yatırım yapan ülkelerin karbon salım miktarları yatırımlarıyla doğru orantılı olarak artmaktadır. Karbon salımı dünya için önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Bu konu hakkında çeşitli ülkeler birçok istatiksel veri hazırlamakta ve bunları kamuoyuna sunmaktadır. Bu çalışmaların en önemlilerinden birisi de Hollanda'da çevresel istatistikleri değerlendirme grubunun 2013 yılında yayınladığı rapordur. Bu rapor başlıca ülkelerin 1990 - 2012 yıllarında çevreye ne kadar salım yaptığına

yer vermektedir. (PBL Netherlands Environmental Assessment Agency, 2013).

Bu çalışma kapsamında liman bölgesi egzoz salımını ele alan akademik çalışmalar incelenmiş olup Tablo 1 de bu çalışmaların bazılarına yer verilmiştir. Tabloda çalışmanın yapıldığı tarih, yayınlandığı dergi, kullanılan yöntemler, çalışmanın konusu ve ulaştığı bulgular listelenmiştir. İncelenen çalışmalar göz önüne alındığında üç farklı yöntem uygulandığı gözlemlenmektedir. Bunlar;

- Gemi hareketleri (seyir, manevra ve limanda bekleme) temel alan hareket odaklı çalışma yöntemi
- Hava kalitesinin cihazlar yardımıyla ölçümlenmesi sonucu elde edilen bulgulara dayanan çalışmalar
- Gemi türlerine göre yakıt kullanımını temel alan yakıt tüketimini modelleme yapan çalışmalar

Çalışmalar incelendiğinde karbon salımının sadece çevreye ve insan sağlığına değil dolaylı olarak bütün sistemlere olumsuz etkilediği görülmektedir.

Önceki çalışmalar incelendiğinde gemilerden kaynaklı karbon salımını araştıran yayınlarda sistem dinamikleri yaklaşımının fazlaca yer almadığı görülmektedir.

Tablo 1: Liman Bölgelerindeki Egzoz Gazı Salımlarını İnceleyen Çalışmalar Üzerine Literatür Taraması

Yazarlar	Dergi ve Yıl	Yayın Başlığı	Konusu ve Yöntemi	Bulgu
Lucialli P. ve diğ.	Atmospheric Environment (2007)	Harbour of Ravenna: The contribution of harbour traffic to air quality	Ravenna limanında MEET yöntemiyle 12 farklı gemi tipine yakıt tüketimi hesaplanmış, sefer sayıları birleştirilip model oluşturulmuştur.	Çalışmada ADMS-URBAN modeli kullanılmış bu yöntem ölçüm cihazları sonuçlarıyla benzerliği ortaya konulmuştur.
Deniz C. ve Kılıç A.	Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com). (2009)	Estimation and Assessment of Shipping Emissions in the Region of Ambarlı Port, Turkey	Gemi hareketleri göz önüne alınarak 2005 yılında Ambarlı Limanı'nda gemi kaynaklı egzoz emisyon değerleri araştırılmıştır.	Ambarlı Limanı'nda 2005 yılı için gemi kaynaklı 78590 ton CO_2, 845 ton NO_x, 242 ton SO_2 egzoz salımı hesaplanmıştır.
Poplawski K. ve diğ.	Atmospheric Environment 45 (2011)	Impact of cruise ship emissions in Victoria, BC, Canada	2005-2008 yılları arası Victoria Körfezi'ndeki kruvaziyer gemi kaynaklı egzoz gazı salımları CALPUFF modellemesi yardımıyla yaklaşım yapılmıştır. Hava kalitesi ölçüm cihazları kullanılmıştır.	Modelleme sonucu günlük SO_2 miktarı Dünya Sağlık Örgütü kabullerinin üstünde olduğu görülmüştür.
Berechman J. ve diğ	Transportation Research Part D 17 (2012) 35–38	Estimating the environmental costs of port related emissions: The case of Kaohsiung	Kaohsiung limanında yıllık gemi ve liman içi nakliye kaynaklı esnasında oluşan salımlar araştırılmıştır. Her bir hareket listelenmiştir.	Bu limandaki egzoz gazları salımının oluşmasında en fazla etkinin tanker tipi gemilerden kaynaklandığı görülmüş, yıllık çevresel maliyet $123 milyon olarak hesaplanmıştır.
Song S.	Atmospheric Environment 82 (2013) 288-297	Ship emissions inventory, social cost and eco-efficiency in Shanghai Yangshan port	Gerçek zamanlı AIS verileri kullanılarak, Shangai Yangsan limanında gemi hareketleri kaynaklı salım modellenmesi yapılmış ve oluşan salımın sosyal maliyeti hesaplanmıştır.	2009 yılı verilerine göre gemi kaynaklı 578,444 ton CO_2, açığa çıkmış ve egzoz gazı salımlarından kaynaklı toplam sosyal maliyet $287 milyon olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1: (devamı)

Saraçoğlu Halil ve diğ.	The Scientific World Journal Volume 2013, s:8	An Investigation on the Effects of Ship Sourced Emissions in Izmir Port, Turkey	Gemi hareketleri göz önüne alınarak 2007 yılında İzmir Limanı'nda gemi kaynaklı egzoz emisyon değerleri araştırılmıştır.	İzmir Limanı'nda 2007 yılı için gemi kaynaklı 82753 ton CO_2 ,1923 ton NO_x , 1405 ton SO_2 egzoz salımı hesaplanmıştır.
Sang-Keun Song ,Zang-Ho Shon	Environmental Science of Pollution Research 21 (2014) 6612–6622	Current and future emission estimates of exhaust gases and particles from shipping at the largest port in Korea	Busan limanında 2006,2008 ve 2009 yılllarına ait gemi hareketleri incelenerek gemi kaynaklı egzoz salımı incelenmiş, 2020 ve 2050 yılı muhtemel senaryoları ile karşılaştırılmıştır.	Busan limanında egzoz salımının %45-67 arası konteyner gemilerinden kaynaklandığı saptanmıştır.2020 yılında mevcut salımın 1.4 -1.8 katına çıkacağı, 2050 yılında ise 4.7-6.1 katına çıkacağı öngörülmektedir.
Cerit G., Bayraktar M.	11. Ulaştırma Kongresi (2015) , İstanbul	İzmir Aliağa Limanı'nda Gemilerin Limanda Bekleme Süresi Boyunca Karbon Salımlarının Hesaplanması ve Bu Salımın Sistem Dinamikleri Yaklaşımıyla İncelenmesi	Aliağa Limanı'nın 14 farklı terminalinde bekleyen gemilerin, IMO numaralarını, durumlarını ve diğer veriler toplanılmış, limanda gemilerden kaynaklı karbon salımını bulmak için sistem dinamikleri yardımıyla model oluşturulmuştur.	90 adet gemi incelenmiştir. Yapılan modelden faydalanılarak Aliağa limanı için yıllık ortalama karbondioksit salım miktarı yaklaşık 25 ton'dur. Denizcilik sektörünün karbondioksit salımına etkisi yaklaşık olarak 1,2 milyon ton olarak hesaplanmıştır.

Kaynak: Yazarlar tarafından düzenlenmiştir.

3. AMAÇ

Dünyada toplam karbon salımının %13,2'sinin taşımacılık sektöründen (IPCC,2007) ve %2,8'inin deniz taşımacılığından (UNFCC,2014) kaynaklandığı düşünüldüğünde kruvaziyer gemilerin turistik bölgelerde oluşturduğu salım büyük önem arz etmektedir. Özellikle yerleşim merkezlerine yakın olan ve yoğun gemi trafiğine sahip limanlarda hava kirliliği tartışılması gereken bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dünya ekonomik krizine bağlı olarak 2009 yılında yaşanan %7'lik düşüşten sonra 2010 yılı ile beraber tekrar yükselişe geçen kruvaziyer turizmi 2010 yılında %15, 2011 yılında ise %27 artış göstererek 2 milyon seviyesini aşmış ve 2,191 milyon yolcuya ulaşmıştır. 2012 yılında yaşanan %2'lik azalmaya rağmen 2013 yılında gerçekleşen %5'lik artış ile 2 milyon 240 bin seviyesine ulaşılmıştır (DTGM, 2013).Ancak 2014 yılında yaklaşık %20'lik bir düşüş yaşanarak 1,790 milyon seviyesine düşmüştür (DTO, 2015).

Kruvaziyer gemilerin konaklama fonksiyonunu yerine getirmede, yolcu başına düşen gecelik enerji miktarı 1600 MJ olarak tahmin edilmiştir. Bu değer karasal otellerin yaklaşık 12 katıdır (Howitt ve diğ., 2010).

Türkiye'de kruvaziyer turizmi kapasitesi 2003 ile 2014 yılları arası yaklaşık iki kat artmıştır (DTO, 2015). Kruvaziyer gemilerin limana yanaşma, bekleme ve yolcularını boşaltma ve alma sürelerine bağlı olarak enerji ihtiyaçları değişmekte ve enerji ihtiyacını karşılamak için fosil yakıtlar kullanmaktadır. Bu süreler boyunca gemilerin ana makinelerinden ve yardımcı makinelerinden karbon salımı meydana gelmektedir. Gemi sayısındaki hızlı artış, karbon salım miktarını önemli ölçüde artırmaktadır.

Bu çalışma kruvaziyer gemilerinin bulunduğu liman bölgesinde oluşturduğu karbon salımını, tahmin etmeyi hedeflemektedir. Ayrıca çalışma sistem dinamiği yaklaşımıyla elde edilen bu tahminin, karbon salımına etki eden değişkenlerin değişmesi halinde karbon salımını nasıl etkilediğini öngörmeyi amaçlamaktadır. Literatür kısmında belirtildiği gibi sistem dinamiği gibi çok yönlü bir yöntemin, kruvaziyer gemilerin liman bölgesindeki salımı gibi karmaşık durumlarda uygulanabilirliğini test etmek ve diğer yapılacak çalışmalara ışık tutmak çalışmanın amaçları arasındadır.

4. METODOLOJİ

Bu çalışmada karbon salımı tahmininde kullanılan yöntemlerden "yakıt tüketimi modeli" kullanılmıştır. Bu modelin uygulanabilmesi için çalışmanın yapıldığı dönemde incelenen

gemilerin veya makinelerin harcamış olduğu yakıt türleri ve miktarları bilinmesi gereklidir. Yakıt türüne göre değişen CO_2 salım katsayısı ile harcanan toplam yakıt miktarı çarpılarak toplam CO_2 salım miktarı tahmin edilebilir (Trozzi, 2010: 4).

Çalışma kapsamında, liman bölgesi olarak kabul edilecek bölgenin sınırları yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir.

Gemilerden kaynaklı karbon salımını etkileyen değişkenlerin toplam karbon salımına etkisinin analiz edilebilmesi için sistem dinamikleri yaklaşımı kullanılmıştır.

Sistem dinamikleri yaklaşımı, karmaşık konu ve sorunları anlamak, çerçevelendirmek ve tartışmak için güçlü bir yöntem ve bilgisayar simülasyon modelleme tekniğidir. Sistem dinamikleri yaklaşımı ilk olarak yöneticilerin endüstriyel süreçler konusunda anlayışlarını geliştirmek için 1950'li yılların başlarında ortaya çıkmıştır (Forrester, 1971).

Sistem dinamikleri yaklaşımı, şirket stratejilerinden insanların bağışıklık sistemlerine kadar birçok konuyu ele almakta ve herhangi bir dinamik sistem için kullanılabilmektedir. Her duruma özgü bir sistem dinamiği modeli oluşturulabilir. Oluşturulan modelle sistemlerde oluşan değişiklikler kolaylıkla belirlenebilmektedir. Bu sayede zaman ve maliyet açısından fayda sağlanır. Özetle bu yaklaşımın amacı daha büyük başarı sağlayan yönetim politikalarını ve organizasyon yapılarını oluşturmaktır (Sterman, 2000).

4.1. Veri Toplama Yöntemleri

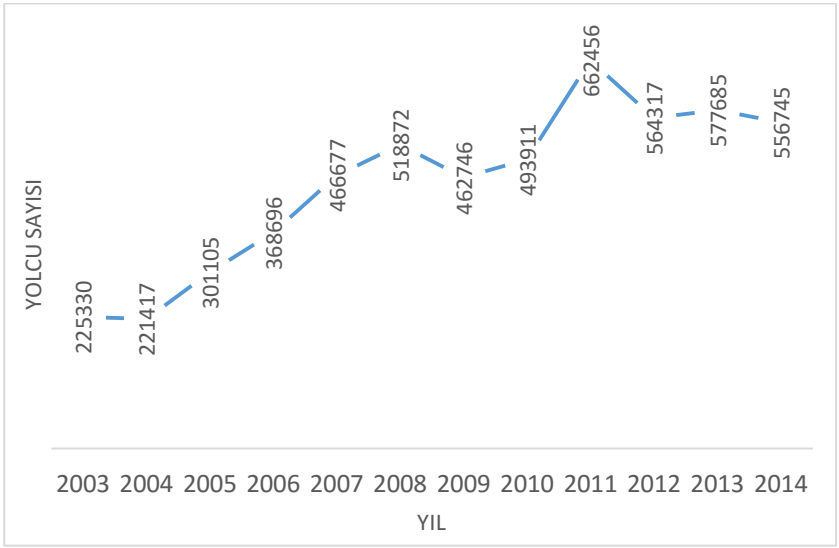
Bir liman bölgesinde uğrak ve bekleme yapan gemilerin karbon salımının hesaplanabilmesi için liman bölgesinde gemilerin ana ve yardımcı makinelerinin çalışma saatleri ve yükleri, misafir sayıları ve personel sayıları kullanılmıştır. Ana ve yardımcı makinelerin çalışma saatlerine ulaşabilmek için gemilerin liman bölgesine giriş, yanaşma, kalkış ve liman bölgesinden çıkış saatleri kullanılmıştır.

Liman bölgesinde kruvaziyer gemilerden kaynaklı karbon salımını etkileyen değişkenleri belirlemek için literatür taraması sonucu elde edilen bazı bulgular kullanılmıştır. Yapılan literatür taraması ile çeşitli kaynaklardan liman bölgesine uğrak yapan gemilerin ana ve yardımcı makineleri ve modelleri ile gemilerin büyüklükleri ve inşa yıllarına ulaşılmıştır. Elde edilen inşa yılları ve makine tiplerine göre, gemilerde kullanılan ana ve yardımcı makinelerin 1 kw güç üretmek için bir saatte kaç gram yakıt harcaması gerektiğini gösteren özgül yakıt harcamlarına ulaşılmıştır.

Çalışmada liman bölgesinde gemilerin yakıt harcamları ve karbon salımların etkileyecek bölgesel değişkenlerin saptanması için yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır.

4.2. Örneklem

Bu çalışmada gemilerden kaynaklı karbon salımını tahmin etmek için örneklem olarak Kuşadası limanı seçilmiştir. Kuşadası limanı her yıl yüzlerce kruvaziyer gemisinin uğrak yaptığı büyük bir limandır. Yıllara göre Kuşadası limanına uğrak yapan gemilerin toplam yolcu sayıları Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Kuşadası limanı yıllara göre yolcu sayıları grafiği
Kaynak: Deniz Ticareti Dergisi, 2015: 47

Örneklem kapsamında 01.03.2015 ile 01.11.2015 tarihleri arasında Kuşadası limanına uğrak yapan 1000'den fazla yolcu kapasiteli kruvaziyer gemileri incelenmiştir. Her bir gemi için ana ve yardımcı makinelerin model ve tipleri araştırılarak özgül yakıt harcamları bulunmuştur.

4.3. Veri Toplama Süreci

Çalışma için ihtiyaç duyulan, Kuşadası limanını kullanan gemilerin isimleri, geliş tarihleri, liman bölgesine giriş, yanaşma, kalkış ve liman bölgesinden çıkış saatleri, gemilerin müşteri ve

personel sayıları gibi bilgilere ulaşmak üzere 20.11.2015 tarihinde Kuşadası Liman Başkanlığı ziyaret edilmiş, liman başkanlığı gemi hareket kayıtları incelenerek limanı kullanan gemilerle ilgili bilgilere ulaşılmıştır. Elde edilen bilgilere ek olarak limanı kullanan gemilerin kullandıkları ana ve yardımcı makinelerin marka ve model bilgilerine ulaşılmıştır.

Çalışma kapsamında, liman bölgesi olarak kabul edilecek bölgenin sınırları yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak liman bölgesinin 9 mil açığından başlayan bölge olarak kabul edilmiştir.

Kuşadası limanına uğrak yapan gemilerin liman başkanlığı gemi hareket kayıtlarından ulaşılan listesi ve bu gemilerle ilgili bilgiler araştırmaya esas olan dönemde Kuşadası Limanı'na uğrak yapan her bir gemi için Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Kuşadası Limanına Uğrak Yapan Gemiler ile İlgili Bilgiler

Gemi				**Jeneratör**		
Adı	**İşleten Firma**	**GT**	**İnşa Yılı**	**Güç**	**Modele Göre Özgül Yakıt Harcamı**	**Üretim Yılına Göre Özgül Yakıt Harcamı**
				kw	g/kw.h	g/kw.h
CELEBRITY CONSTELLATION	Celebrity Cruises	91000	2007	60000	305	305
CELEBRITY EQUINOX	Celebrity Cruises	121878	2009	62400	170	175
CELEBRITY REFLECTION	Celebrity Cruises	121878	2012	62400	170	175
CELEBRITY SILHOUETTE	Celebrity Cruises	121878	2008	62400	170	175
CRYSTAL SERENITY	Crystal Cruises	68870	2002	52198	180	175
QUEEN VICTORIA	Cunards	90000	2007	63400	190	175
NIEUW AMSTERDAM	Holland America	86700	2009	64000	200	175
ZUIDERDAM	Holland America	81769	2001	51000	305	305
MSC ORCHESTRA	MSC	92409	2007	58000	185	175
NORWEGIAN JADE	Norwegian	93558	2006	72000	185	175
N. SPIRIT	Norwegian	75388	1998	57600	180	185
RIVIERA	Oceania	66084	2011	49900	175	175
CELESTYAL CRYSTAL	Optimum	25611	1980	19124	225	205
CELESTYAL ODYSSEY	Optimum	25000	1999	16250	200	185
CELESTYAL OLYMPIA	Optimum	37584	1982	21060	210	205
EMERALD PRINCESS	Princess	113561	2006	67220	175	175
ISLAND PRINCESS	Princess	91627	2003	65200	260	260

Tablo 2: Kuşadası Limanına Uğrak Yapan Gemiler ile İlgili Bilgiler (01.03.2015 – 01.11.2015), (Devamı)

OCEAN DREAM	Pullmantur	36674	1982	22200	200	205
RHAPSODY OF THE SEAS	Royal Caribbean	78878	1995	67200	190	185
SPLENDOUR OF THE SEAS	Royal Caribbean	69130	1995	58500	190	175
VISION OF THE SEAS	Royal Caribbean	78340	1997	36000	185	185
T.MAJESTY	Thomson	32396	1991	21120	195	185
THOMSON SPIRIT	Thomson	33930	1982	22400	190	205
MEIN SCHIFF 1	TUI Cruises	76998	1996	12200	190	185
MEIN SCHIFF 2	TUI Cruises	77303	1997	36000	185	185

Kaynak: Kuşadası Liman Başkanlığı'nın verilerinden yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

5. BULGULAR

Çalışmanın bu aşamasında, elde edilen 01.03.2015 ile 01.11.2015 tarihleri arasında Kuşadası limanını kullanan 1000'den fazla misafir taşıyan gemilerin liman yanaşma ve kalkış manevraları ile limanda kalma süreleri boyunca harcamış olduğu yakıt miktarını ve salım yapmış olduğu CO_2 miktarını tahmin etmek üzere literatür araştırmalarıyla ve liman başkanlığı verileriyle elde edilen bulgular gösterilmiştir. Elde edilen bulgularla her bir gemi için toplam yakıt harcamı ve karbondioksit salımı tahminleri yapılmıştır. Son aşamada ise elde edilen bilgilerle analizler yapabilmek için bir sistem dinamikleri modeli geliştirilmiştir. Geliştirilen sistem dinamikleri modelinde Vensim® yazılımı kullanılmıştır. Modelde, kruvaziyer gemilerinde yakıt harcamını ve karbon salımını etkileyen temel faktörler değişkenler olarak kullanılmıştır.

5.1. Yakıt Tüketimi Modeli ile Karbon Salımı Tahminleri

Gemilerden kaynaklı karbon salımı hesaplanırken, yakıt miktarına göre yaklaşık olarak salım yapılan CO_2 miktarına ulaşmak için aşağıdaki formül kullanılmıştır (Simmons, 2001: 3).

$C_r = Q \times NCV \times EF \times (1-S_f) \times F \times 3.66$

C_r	Salım yapılan karbon miktarı (kg)
Q	Makinede yakılan yakıt miktarı (ton)
NCV	Yakıt kalorifik değeri (TJ/ton)
EF	Salım katsayısı (kg/TJ)
S_F	Karbondioksit depolama katsayısı
F	Yakıt oksidasyon katsayısı

Bu formülle, gemilerden kaynaklı salım yapılan toplam karbondioksit miktarını bulmak için yakıtın kalorifik değeri 42.2 TJ/ton olarak kabul edilmiştir. "IPCC Guidelines" (1996)'dan elde edilen bilgilere göre gemilerde kullanılan ağır fuel oilin salım katsayısı 0.0211 kg/TJ, karbondioksit depolama katsayısı 0.18, oksidasyon katsayısı 0.99 olarak kullanılmıştır. Buna göre 1 ton ağır fuel oil yakıldığında yaklaşık 2.64 ton CO_2 salımı yapılacağı tahmin edilebilir.

Gemilerde ana makinelerin çalıştıkları süreçte harcamış oldukları yakıt miktarları geminin anlık hızının maksimum hızına oranının kübü alınarak tahmin edebilebilir (California Air Resources Board, 2008:20). Bu tahmin için kullanılacak olan manevra sırasındaki gemi hızı birçok değişkene bağlıdır. Bu çalışmada gemi hızı 9 millik bölgenin ilk 4 millik kısmında 20 deniz mili, pilot alınan bölge olan son 5 mil ile son 0.5 millik mesafe arasında 6 deniz mili ve son yarım milde ise 3 deniz mili olarak kabul edilmiştir. Bu hız değerlerine göre yaklaşık makine yükleri hesaplanmış, bu yüklerin ağırlıklı ortalamaları alınmış ve bulunan ortalama yük değerlerine göre liman bölgesinde harcanan yakıt ve salım yapılan karbondioksit miktarları tahmin edilmiştir.

Gemilerde kullanılan jeneratörlerin çalışma yükünü tahmin edebilmek için Howitt vd. (2010)'lerinin çalışmaları sonucu ulaşmış oldukları kruvaziyer gemilerinde kişi başına harcanan enerji miktarı 1600/MJ.gün.misafir olarak kullanılmıştır. Makinelerin çalışma yükü, markası, modeli ve üretim yılı verilerine göre yaklaşık özgül yakıt harcamlarını gösteren "IMO GHG Study" (2009) verileri kullanılarak herbir gemi için kullanılan yardımcı makinelerin yaklaşık özgül yakıt harcamları modele dahil edilmiştir.

Yapılan hesaplamaların ayrıntısını gösterebilmek için Tablo 3'te MS Crystal Serenity gemisinin Kuşadası limanındaki karbon salımı tahminleri örnek olarak gösterilmiştir. Crystal Serenity gemisi ana makine olarak toplamda 17700 kw'lık iki adet Azimuth Thruster'a, jeneratör olarak ise hem ana makinenin hem de geminin diğer elektrik ihtiyaçlarını karşılamak üzere 6 adet Wärtsilä 12V38B tipi makineye sahiptir. Gemide elektrikli sevk sistemi olduğu için ana makinede harcanan güç için salım yapılan karbon miktarı jeneratörler üzerinden gösterilmiştir. Bu hesaplamalar her bir gemi için ayrı ayrı yapılarak liman bölgesindeki toplam CO_2 salım miktarlarına ulaşılması hedeflenmiştir. Ana makinenin ortalama yükü hesaplanırken

Tablo 3: Crystal Serenity Gemisi Tahmin Edilmiş Toplam CO_2 Salımı Tablosu

Tarih	Müşteri Sayısı	Mürettebat Sayısı	Toplam Yolcu Sayısı	Günlük Toplam Yolcu Enerji Harcamı	Gemi Hızı (knot)	Liman Yanaşma Saati	Liman Ayrılma Saati	Kaldığı Süre	Ana Makine Ortalama Yük	Ana Makine Yakıt Harcamı	Jeneratörler Yakıt Harcamı	Toplam CO2 Salımı
				kw				saat	%	ton	ton	ton
6/10/15	880	630	1510	27935	20	7:30	22:00	0.60	4.81	1.89	20.95	60.75
9/15/15	760	625	1385	25622	21	7:15	22:00	0.61	4.81	1.89	18.41	53.98
9/22/15	764	625	1389	25696	21	7:00	23:30	0.69	4.81	1.89	20.70	60.08
10/9/15	849	628	1477	27324	22	7:00	22:00	0.63	4.81	1.89	20.91	60.64

Kaynak: Kuşadası Liman Başkanlığı'nın verilerinden yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Jeneratörlerin toplam çalışma saati hesaplanırken liman bölgesine giriş ile liman bölgesinden çıkış saatleri arasındaki süre kullanılmıştır. Tablo 4'te Kuşadası limanına uğrak yapan tüm gemiler için her seferinde ayrı ayrı hazırlanmış değerlerin ortalaması alınarak hesaplanmış olan toplam karbon salımı tahminleri gösterilmiştir. Tabloda her bir geminin Kuşadası limanına kaç sefer geldiği sefer sayısı sütununda gösterilmiştir. Ana ve yardımcı makinelerin çalışma süreleri de tüm seferlerin ortalaması hesaplanarak hazırlanmıştır. Tabloya göre gemilerde bulunan misafir sayısı arttıkça CO_2 salımının arttığı görülmektedir. Ayrıca ana veya yardımcı makine olarak gaz türbini kullanan Zuiderdam, Celebrity Constellation, Emerald Princess ve Island Princess gemilerinin sefer başına CO_2 salımı miktarlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Kuşadası Limanına Uğrak Yapan Gemilerin Tahmin Edilmiş Toplam CO_2 Salımı Tablosu

Gemi Adı	Sefer Sayısı	Ortalama Misafir Sayısı	Ortalama Mürettebat Sayısı	Ortalama Günlük Toplam Yolcu Enerji Harcamı	Maksimum Gemi Hızı	Liman Bölgesi Toplam Bulunma Süresi	Ana Makine Yakıt Harcamı	Jeneratör Yakıt Harcamı	Toplam CO2 Salımı	Sefer Başına Ortalama CO2 Salımı
				kw.h	kt	gün	ton	ton	ton	ton
CELEBRITY CONSTELLATION	9	2223	1097	41131	24	0.47	5.36	70.55	1817,6	201.9
CELEBRITY EQUINOX	8	2876	1252	53215	24	0.46	2.79	51.05	1145.9	145.2
CELEBRITY REFLECTION	16	3205	1364	59292	24	0.47	2.79	58.1	929.65	58.1
CELEBRITY SILHOUETTE	2	2774	1251	51328	24	0.46	2.79	48.69	273.94	136.97
CELESTYAL CRYSTAL	21	760	356	14064	21	0.29	1.48	10.44	666.7	31.74
CELESTYAL ODYSSEY	18	503	337	9299	22	0.27	1.15	5.79	332.7	18.48
CELESTYAL OLYMPIA	61	1182	490	21883	21	0.29	2.25	15.94	2953.1	48.41
CRYSTAL SERENITY	4	880	627	15045	22	0.63	1.88	20.24	235.45	58.86
EMERALD PRINCESS	5	3127	1155	57853	22	0.44	3.99	55.6	776.85	153.3

./..

Tablo 4: (Devamı)

ISLAND PRINCESS	6	2192	889	40555	21	0.35	5.03	43.93	781.52	130.24
MEIN SCHIFF 1	3	2005	871	37099	22	0.49	1.99	40.63	340.2	113.39
MEIN SCHIFF 2	3	1873	824	34657	22	0.47	2.4	35.79	304.78	101.59
MSC ORCHESTRA	1	2614	931	48359	23	0.46	2.61	47.87	134.29	134.29
NIEUW AMSTERDAM	5	2133	855	39475	24	0.5	2.19	44.2	617.02	123.4
NORWEGIAN JADE	15	2602	1027	48141	24	0.41	3.25	42.82	1838.26	122.55
NORWEGIAN SPIRIT	16	2166	906	40066	24	0.33	3.37	29.25	1389.1	86.81
OCEAN DREAM	2	968	384	17908	21	0.5	2.76	21.65	129.91	64.95
QUEEN VICTORIA	4	1996	975	36926	24	0.49	3.09	39.69	455.28	113.82
RHAPSODY OF THE SEAS	12	2190	778	40509	22	0.46	3.71	41.84	1454.3	121.2
RIVIERA	4	1215	771	22473	20	0.4	4.2	18.67	243.33	60.83
SPLENDOUR OF THE SEAS	11	1938	776	35859	24	0.39	2.36	30.81	970.96	88.26
THOMSON MAJESTY	10	1492	633	27609	20	0.41	2.43	25.81	751.39	75.13
THOMSON SPIRIT	14	1246	491	23059	21	0.42	2.32	23.1	946.89	67.63
VISION OF THE SEAS	7	2262	917	41852	22	0.45	3.44	41.76	841.93	120.27
ZUIDERDAM	6	1916	801	35449	24	0.48	4.37	62.69	1070.51	178.41

Kaynak: Kuşadası Liman Başkanlığı'nın verilerinden yazarlar tarafından hesaplanmıştır

5.2. Karbon Salımına Neden Olan Değişkenler

Çalışmanın bu aşamasında, oluşturulacak olan sistem dinamikleri modelinde kullanılacak değişkenler belirlenmiştir. Model oluşturulurken ana ve yardımcı makineler için ayrı ayrı salım tahminleri yapılmıştır. Bu tahminler yapılırken makinelerin özgül yakıt harcamları, maksimum güçleri ve liman bölgesinde tahmin edilen çalışma yükleri kullanılmıştır.

Gemilerin özgül yakıt harcamının tahmini için iki çeşit yol kullanılmıştır. Bunlardam birincisi makinenin üretim yılına göre tahmin edilen özgül yakıt harcamı, ikincisi ise makinenin marka ve modeline göre belirlenmiş özgül yakıt harcamıdır. Bu değerlerin ikisi de "IMO GHG Study" (2009) verileri kullanılarak elde edilmiştir. Modelde hem ana makineler hem de jeneratörler için iki verinin ortalaması kullanılmıştır. Ayrıca makinelerin kondisyonları da özgül yakıt harcamlarında etkilidir (Kumar,2014:1).

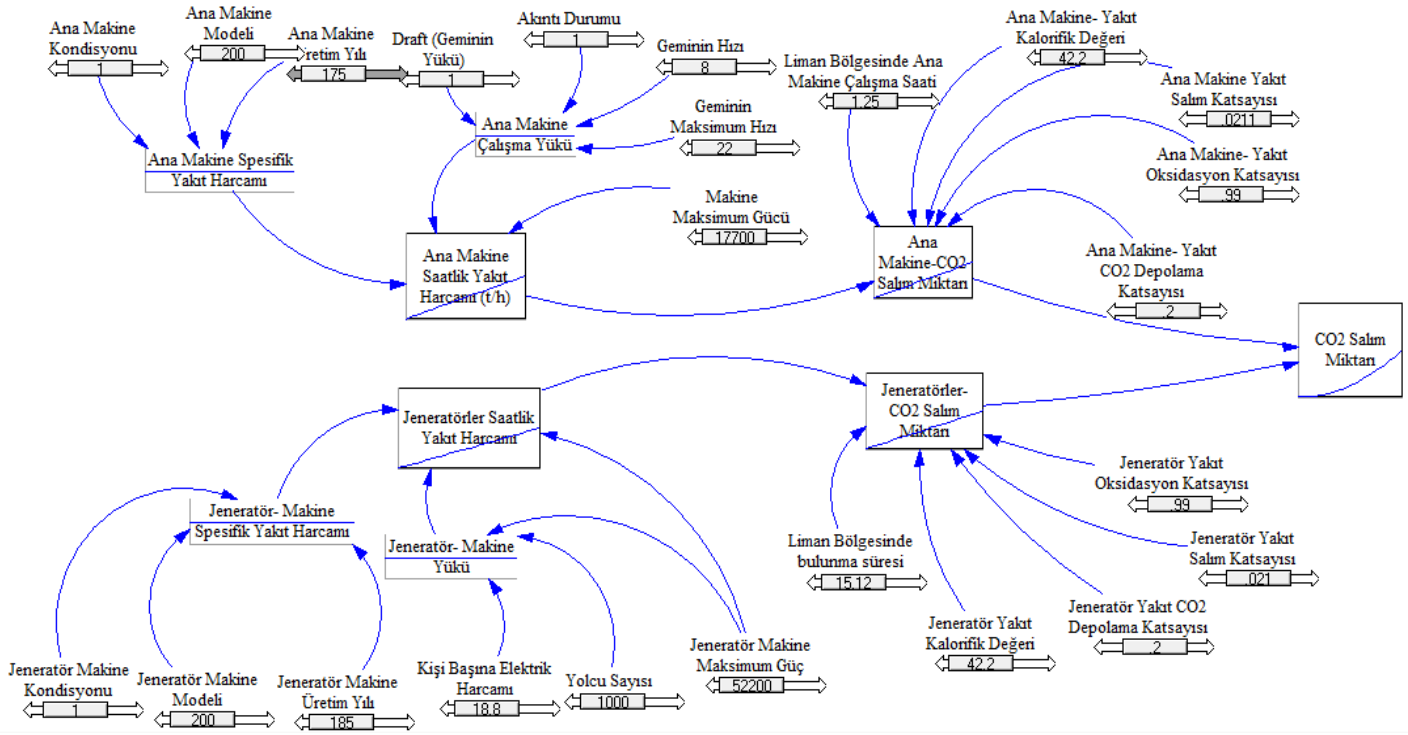
Ana makinenin çalışma yükü geminin hızına, yüklü olma durumuna ve akıntı hızı ve yönüne bağlı olabilir. Jeneratörler için ise çalışma yükü kullanılan elektrik miktarına bağlıdır. Bu çalışmada ana makineler için "California Air Resources Board" (2008)'e göre "Propeller Law" kullanılarak tahmin edilmiştir. Buna göre gemilerde ana makinenin yükü anlık gemi hızının maksimum gemi hızına oranının kübü hesaplanarak tahmin edilebilir. Jeneratörler için ise yük durumu Howitt vd. (2010)'lerinin çalışmaları sonucu ulaşmış oldukları kruvaziyer gemilerinde kişi başına harcanan enerji miktarı 1600/MJ.gün.misafir verisi kullanılarak misafir sayısına oranla harcanan enerji miktarı bulunmuş ve jeneratörün bu enerjiyi karşılamak için çalışacağı yük durumu belirlenmiştir.

Elde edilen saatlik yakıt harcamları ana ve yardımcı makinelerin toplam çalışma süreleri ve gemilerde kullanılan yakıtların salım değişkenleriyle çarpılarak her bir sefer için CO_2 salım miktarları tahmin edilmiştir.

Gemilerde kullanılan yakıtın salım değişkenleri belirlenirken yakıtın kalorifik değeri, salım katsayısı, CO_2 depolama katsayısı ve yakıt oksidasyon katsayısı kullanılmıştır.

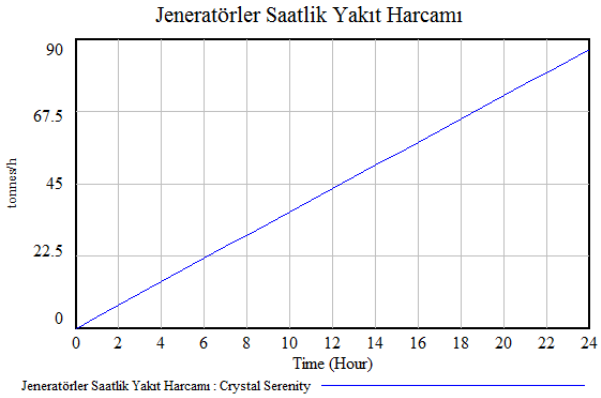
5.3. Sistem Dinamikleri Modeli

Belirlenen tüm değişkenlerin toplam salıma etkilerinin daha iyi analiz edilebilmesi için bir sistem dinamikleri modeli oluşturulmuştur.

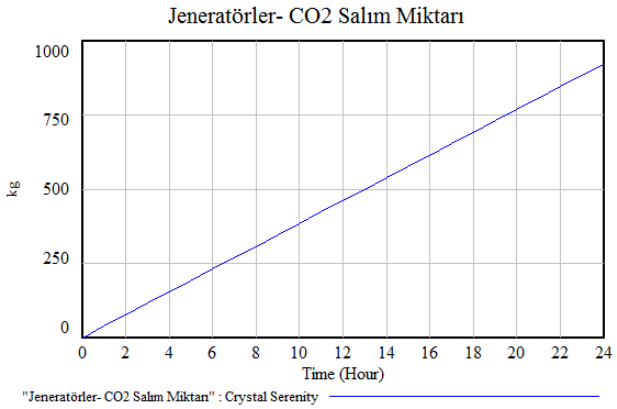


Şekil 2: Gemilerin Yakıt Harcamlarını ve CO_2 Salımlarını Gösteren Sistem Dinamikleri Modeli
Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Şekilde görülen sistem dinamikleri modelinde değişkenler Crystal Serenity gemisine göre ayarlanmıştır. Gemide elektrikli sevk sistemi kullanıldığı için normal şartlarda ana makinesinden karbon salımı meydana gelmemektedir. Modelde görülen ana makine yakıt harcamı ve karbon salımı ana makine için gereken elektriği üretmek için harcanan yakıt ve salınan karbon miktarıdır. Buna göre Crystal Serenity gemisinin yardımcı makinelerinin liman periyodunda 24 saatlik yakıt harcamı ve CO_2 salımı Şekil 3 ve Şekil 4'te gösterilmiştir.



Şekil 3: Crystal Serenity Gemisi Jeneratörler Yakıt Harcam Grafiği



Şekil 4: Crystal Serenity Gemisi Jeneratörler CO2 Salım Grafiği

Sistem dinamikleri modeli kurulurken bazı bilgilere ulaşmak mümkün olmadığı veya daha ayrıntılı bir çalışma gerektirdiği için bazı kabuller yapılmıştır. Bu kabuller;

- Gemilerin ana makinelerinin liman yanaşma ve kalkışlarındaki çalışma yükü tahmin edilirken gemi hızı liman bölgesi olarak kabul edilen 9 millik bölgenin ilk 4 millik kısmında 20 deniz mili, pilot alınan bölge olan son 5 mil ile son 0.5 millik mesafe arasında 6 deniz mili ve son yarım milde ise 3 deniz mili olarak kabul edilmiştir.
- Makinelerin kondisyon kayıplarından oluşabilecek yakıt harcam ve emisyon değişiklikleri göz ardı edilmiştir.
- Gemilerde misafir başına harcanan günlük elektrik enerjisi miktarı Howitt vd. (2010)'nin yapmış olduğu çalışmanın sonuçları baz alınarak 1600 MJ olarak kabul edilmiştir.
- Hava ve deniz durumunun etkileri sistem dinamikleri modelinde değişken olarak sisteme dahil edilmiştir. Ancak örnek olarak hesaplanan modelde hava ve deniz durumunun etkileri ihmal edilmiştir.
- Gemilerde kullanılabilecek salım indirgeme teknolojileri ihmal edilmiştir.
- Tüm gemiler için ana makine ve jeneratörde kullanılan yakıt 42.2 kalorifik değere sahip ağır fuel oil olarak kabul edilmiştir. Ancak başka bir yakıt türüne göre hesaplama yapılacağı zaman kullanılan yakıtın kalorifik değeri sisteme dahil edilerek yeni hesaplamalar yapılabilir.

5.4. Genel Bulgular

Çalışma kapsamında Kuşadası limanına uğrak yapan 1000 yolcu kapasitesinin üstündeki kruvaziyer gemilerinin 264 hareketi incelenmiş ve yakıt harcam modeli ile liman bölgesinde harcamış oldukları toplam yakıt harcamı tahmini yapılmıştır. Buna göre örneklem kapsamındaki gemilerin yanaşma ve kalkış manevralarında ana makinelerinin toplam 709.1 MT fuel oil harcadığı tahmin edilmektedir. Limanda bekleme sürelerinde ise aynı dönemde jeneratörlerin toplamda 7964.79 MT fuel oil harcadığı tahmin edilmektedir. Buna göre toplamda 19584 ton CO_2 salımı yapıldığı tahmin edilebilir.

Kurulan sistem dinamikleri modeliyle gemilerden kaynaklı toplam karbon salımını dolaylı olarak veya doğrudan etkileyen faktörler belirlenmiş ve toplam salıma etkileri incelenmiştir. Oluşturulan modele göre ana makine kondisyonunda oluşacak bir değişim,ana makine özgül yakıt harcamını arttırmakta bu da ana makine saatlik yakıt harcamı ve salım yapmış olduğu toplam karbon

salımı artmaktadır. Geminin manevra hızı arttıkça ana makinenin çalışma yükü artacak ve dolaylı olarak ana makine tarafından yapılacak olan salım miktarı artacaktır. Jeneratörlerin saatlik yakıt harcamı dolaylı olarak yolcu sayısındaki değişimden etkilenir. Yolcu sayısı azaldıkça jeneratörlerin yükü azalacak bu da jeneratörlerin saatlik yakıt harcamının ve karbon salımının azalmasına neden olacaktır.

Ana makine ve jeneratörlerde kullanılan yakıt tipinin değiştirilmesi durumunda salım katsayısı değişecektir. Bu da ortaya çıkan karbon salımının değişmesine sebep olacaktır.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Çalışma kapsamında Kuşadası limanında gemilerden kaynaklı olarak salım yapılan CO_2 miktarı tahmini yapılmıştır. Bu tahminin yapılabilmesi için, yapılan literatür taramasıyla ve yüz yüze görüşmelerle belirlenen değişkenlerin doğrudan ya da dolaylı olarak toplam karbon salımına etkileri incelenmiştir.

Çalışma sonuçları kruvaziyer gemilerin çok yüksek enerji harcamları olduğunu ve aynı büyüklükteki kara tesislerine göre çok yüksek karbon salımına sebep olduğunu göstermektedir.

Gemilerin ortaya çıkardığı yüksek karbondioksit salımları özellikle kruvaziyer turizmi için kullanılan turistik bölgeler için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Bu bölgelerde hava kirliliğinin artması bölgenin turizm potansiyelini olumsuz etkileyecektir. Bu sebeple bu bölgelerin hava kirliliği seviyelerinin daha düşük değerlere indirilebilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

Limanlarda gemilerden kaynaklı salımların indirgenebilmesi için gemilerin liman süreçlerinde elektrik ihtiyacını karşılamak üzere sahil bağlantısının kullanılması teşvik edilebilir. Ayrıca gemilerin salım indirgeme teknolojilerini daha aktif bir şekilde kullanabilmesi için çalışmalar yapılabilir.

Kısıtlar ve Sonraki Çalışmalar

Gelecek çalışmalarda gemilerden anlık olarak salım ölçümleri yapılarak daha net sonuçlar elde edilebilir. Bu çalışmada oluşturulan model başka tarihlerde başka limanlarda başka gemilerle yapılabilir. Bu çalışmada yalnızca gemilerden kaynaklı salım miktarı tahmin edilmiştir. Gelecek çalışmalarda liman bölgesindeki römorkörler, palamar botları, yolcu otobüsleri gibi diğer araçların sebep olduğu salım miktarı da eklenerek kruvaziyer turizminin liman bölgesinde sebep olduğu toplam CO_2 salımı tahmin edilebilir.

Bu çalışmada tahminler yapılırken makinelerin kondisyonlarında oluşabilecek değişiklikler, ve gemilerde harcanan yağ ve kimyasallardan kaynaklı meydana gelebilecek değişimler göz ardı edilmiştir. Gelecek çalışmalarda bu değişkenler de modele dahil edilebilir.

Gemilerde harcanan yakıt türü olarak fuel oil belirlenmiş ve tahminler bu doğrultuda yapılmıştır. Jeneratör değişimlerilerinde ve kazan ön yanmasında kısa süreli ve az miktarda harcanacak olan dizel oil miktarı hesaplamalara dahil edilmemiştir.

Oluşturulan sistem dinamikleri modelinde meteorolojik ve oşinografik koşulların yakıt harcamına ve toplam salıma etkileri sisteme dahil edilmiştir. Ancak bu çalışmada toplam CO_2 salımı hesaplanırken bu etkiler ihmal edilmiştir. Gelecek çalışmalarda gemi formları, tonajları, akıntı ve rüzgar etkileri araştırılarak bu değişkenlerin gemilerden kaynaklı toplam karbon salımına etkileri tahmin edilebilir.

Teşekkür

Yazarlar çalışmanın verilerin elde edilmesindeki desteklerini esirgemeyen T.C.Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Kuşadası Liman Başkanlığı'na ve 3. Ulusal Deniz Turizmi Kongresi Bilim Kurulu hakemlerine değerli katkı ve önerileri için teşekkür ederler.

KAYNAKÇA

Bailey, D. ve Solomon, G. (2004) "*Pollution prevention at ports: clearing the air".* Environmental Impact Assessment Review, Cilt 24. s:73,79.

Bayraktar, M. ve Cerit, A.G. (2015) *"İzmir Aliağa Limanında Gemilerin Limanda Bekleme Süresi Boyunca Karbon Salımlarının Hesaplanması ve Bu Salımın Sistem Dinamikleri Yaklaşımıyla İncelenmesi*" 11. Ulaştırma Kongresi. 27-29 Mayıs 2015. TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası, İstanbul

Berechman, J. ve Tseng, P. H. (2012) "*Estimating the environmental costs of port related emissions: The case of Kaohsiung".* Transportation Research Part D: Transport and Environment, Cilt 17, Sayı 1. s:35–38.

California Air Resources Board, Planning and Technical Support Division. (2011). *Appendix D: Emissions Estimation Methodology for Ocean-Going Vessels* http://www.arb.ca.gov/regact/2011/ogv11/ogv11appd.pdf Erişim Tarihi 28.12.2015

DTGM (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:28.12.2015"

DTO (Deniz Ticaret Odası). (2015). *Deniz Ticareti Dergisi Temmuz 2015 Sayısı* http://www.denizticaretodasi.org.tr/dergi/Sayfalar/Deniz-Ticareti-Dergisi.aspx?YIL=2015&SAYI=EK_7 Erişim Tarihi: 01.12.2015

Eyring, V., Köhler, H., van Aardenne J. ve Lauer, A. (2005). *"Emissions from international shipping. The last 50 years*." Journal of Geophysical Research, Cilt 110, Sayı 17. s:110-118.

Forrester, J. (1971) "*Counterintuitive behavior of social systems*." Technology Review, Cilt 73, Sayı 3. s:52–68.

Howitt, O. J., Revol, V. G. N. ve Smith, I. (2010). "*Carbon emissions from international cruise ship passengers travel to and from New Zealand."* Energy Policy, Cilt 38, Sayı 5. s:2552-2560

IMO GHG Study (2009) "*Prevention of Air Pollution From Ships Second IMO GHG Study 2009 IMO GHG Study*" http://www.imo.org/en/OurWork/Environment/PollutionPrevention/AirPollution/Documents/GHGStudyFINAL.pdf Erişim Tarihi: 01.12.2015

IPCC (2007) *Climate Change 2007: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC*, Geneva, Switzerland

Kumar, A. A., Dhar, A. ve Gupta, J. G. (2015). "*Effect of fuel injection pressure and injection timing of Karanja biodiesel blends on fuel spray engine performance, emissions and combustion characteristics"*. Energy Conversion and Management, Cilt 91. s:302-314

Lucialli, P., Ugolini, P., & Pollini, E. (2007). "*Harbour of Ravenna: The contribution of harbour traffic to air quality"* Atmospheric Environment, Cilt 41, Sayı 30. s:6421-6431

NRDC (Natural Resources Defense Council) (2004). *Harboring Pollution Strategies to Clean Up U.S. Ports, by the Natural Resources Defense Council*

https://www.nrdc.org/air/pollution/ports/ports2.pdf Erişim Tarihi:28.12.2015

PBL (Netherlands Environmental Assessment Agency) (2013). *Trends in Global CO_2 Emissions* http://edgar.jrc.ec.europa.eu/news_docs/pbl-2013-trends-in-global-co2-emissions-2013-report-1148.pdf Erişim Tarihi:28.12.2015

Poplawski, K., Setton, E., McEwen, B., Hrebenyk, D., Graham, M., ve Keller, P. (2011). "*Impact of cruise ship emissions in Victoria, BC, Canada".* Atmospheric Environment, Cilt 45, Sayı 4. s:824–833.

Saraçoğlu, H., Deniz, C. ve Kılıç, A. (2013). "*An Investigation on the Effects of Ship Sourced Emissions in Izmir Port, Turkey".* The Scientific World Journal,Cilt 2013. s: 1-8

Simmons, T. (2006). "*CO_2 Emissions From Stationary Combustion of Fossil Fuels".* Good Practice Guidance and Uncertainty Management in National Greenhouse Gas Inventories. IPCC National Greenhouse Gas Inventories Programme

Song, S. K. ve Shon, Z. H. (2014). "*Current and future emission estimates of exhaust gases and particles from shipping at the largest port in Korea*". Environmental Science and Pollution Research, Cilt 21, Sayı 10. s: 6612-6622

Sterman, J. D. (2000). *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World,* The McGraw-Hill, USA.

System Dynamics Society (2001). *The System Dynamics Review* http://www.systemdynamics.org/DL-IntroSysDyn/start.html Erişim Tarihi: 23.11.2015

Trozzi, C. (2010) "*Emission estimate methodology for maritime navigation".* US EPA 19th International Emissions Inventory Conference. September 27 – 30 2010. Texas.

UNFCC. (2014) *Shipping, World Trade and the Reduction of CO2 Emissions* http://www.ics-shipping.org/docs/default-source/resources/environmental-protection/shipping-world-trade-and-the-reduction-of-co2-emissions.pdf?sfvrsn=6 Erişim Tarihi: 01.12.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0031

RAFLI TEKNE DEPOLAMA SİSTEMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bener TAHMAZ[1], Oğuz ATİK[2]

ÖZET

Türkiye'nin üç tarafı denizlerle çevrili olmasına rağmen özellikle büyükşehirlerde denize ulaşabilen insan sayısının çok az olduğu görülmektedir. Tekne bağlama ve barınma yerlerinin azlığı, mevcut bağlama yerlerinin güvenlik eksiği gibi sorunları olması ve bağlama fiyatlarının yüksek olması insanların tekne almalarını zorlaştırmaktadır. Bu çalışmada, dünyada 1950'li yıllardan beri kullanılmakta olduğu görülen ancak Türkiye'de yaygınlaşmamış olan raflı tekne depolama sistemleri (Dry Stack Storage) ile ilgili keşifsel bir araştırma yapılarak sistemin tanıtılmasına ve yaygınlaşmasına destek olunması hedeflenmiştir. Çalışmada, raflı tekne depolama sistemlerinin İstanbul bölgesinde uygulanabilirliği araştırılmaya çalışılmıştır. Raflı tekne depolama sistemlerinin yaygınlaşması, özellikle küçük tekne sahipliğinin artmasını, daha çok insanın denize ucuz ve çevreci bir şekilde ulaşmasını sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Deniz Turizmi, Gezi Teknesi, Raflı Tekne Depolama

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, benertahmaz@gmail.com
[2]Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, oguz.atik@deu.edu.tr

1. GİRİŞ

Dünyanın küreselleşmesinde önemli rolü olan denizler ve son yıllarda önemi hızla artan deniz turizmi, özellikle turizm endüstrisi için önemli bir gelir kaynağıdır. Bu durum, denize kıyısı olan ülkeleri bir cazibe merkezi haline getirmiştir. Denize dönük eğlence ve dinlenme endüstrisi olan deniz turizmi, turizm aktiviteleri içerisinde son yıllarda hızla gelişme göstermiştir. Kent yaşamının beraberinde getirdiği yoğun baskıdan bunalan, insanların deniz ve doğaya olan özleminin artması, boş zamanlarını deniz ve doğaya yönelik uğraşlarla geçirme isteği, ekonomik refah düzeyinin yükselmesi ve teknolojik gelişmeler, amatör denizcilik, yatçılık ve bunlara bağlı olarak da yat limanı (marina) endüstrisini hızla geliştirmiştir (UBAK, 2013).

Deniz Ticaret Odası'nın (2014) açıklamasına göre; İtalya'nın 6500 km. uzunluğundaki kıyılarında 380, İspanya'nın 4964 km uzunluğundaki kıyılarında 96, Hırvatistan'ın 5835 km uzunluğundaki kıyılarında 50 adet marina varken, 8333 kilometrelik Türkiye kıyılarında sadece 46 adet marina bulunmaktadır. Dünya genelinde 19.000 adet marina/yat limanı mevcut olup, sadece Avrupa genelinde 5000 adet marina/yat limanı mevcuttur. Türkiye kıyılarında 2002 sonu itibariyle 25 adet marina varken, 2011 Yılı sonu İtibariyle bu rakam altısı belediyelere ait belgesiz yat limanı olmak üzere 46 adete ulaşarak 8yılda %94'lük bir artış sağlanmıştır.

Ülkemizin bulunduğu coğrafi konum, doğası ve iklimi, tarihi ve kültürel mirasları deniz turizmi alanında uluslararası pazarlardaki önem ve çekiciliğini arttırmaktadır. Deniz turizmi son yıllarda hızlı bir gelişme göstermekte birlikte, katma değeri yüksek turizm aktivitelerinden biridir. Ülkemizin mevcut potansiyeli dikkate alındığında, bulunduğu bölgedeki ülkelerle kıyaslandığında, katma değeri yüksek olan bu pastadan yeterli pay alamadığı sonucuna görülmektedir. Deniz turizminin gelişmesi ve çeşitliliğinin artması için yeni çalışmaların yapılması gereklidir (UBAK, 2013).

2. TEKNE TİPLERİ

Ülkemiz sularında çok farklı tip ve özellikte deniz araçları bulunmaktadır. Bunlar; Özel tekneler, yatlar, günübirlik gezinti tekneleri, gezi tekneleri, kişisel deniz taşıtları, sportif amaçlarla kullanılan kano, dragon, wind surf, lazer, optimist, kürek yarışı tekneleri vb. deniz araçları örnek gösterilebilir (www.ades.udhb.gov.tr, 2015; UDHB, 2008).

2.1. Özel Tekne

Ticari bir amaçla kullanılmayan boyu uluslararası standartlara göre 2,5 metreden az, 24 metreden büyük olmayan gezi, spor, amatör

balıkçılık ve eğlence amacıyla kullanılan gerçek kişilere ya da su sporları vb. faaliyetlerde bulunmak amacıyla kurulan dernek ve kulüplere ait, bulunduğu bölgedeki bağlama kütüğüne kayıtlı ve özel tekne belgesine sahip teknedir (UDHB, 2008).

Özel tekneler, herhangi bir bölge, mesafe ve zaman sınırlaması olmadan, en az "Amatör Denizci Belgesi" (ADB) sahibi bir kişi ya da gemici ve üstü yeterlik belgesi sahibi bir kişi tarafından seyre çıkartılabilir. Ancak, 16 yaşından küçük ADB sahibi kişiler, boyu 7 metreden, sürati saatte 7 deniz milinden fazla olan özel tekneleri sevk ve idare edemezler (ades.udhb.gov.tr, 2015).

Motor gücü 10 beygirden küçük özel tekneler, sadece kürekle hareket edebilen tekneler ve sportif (kano, dragon, wind surf, lazer, optimist, kürek yarışı tekneleri vb.)amaçlarla kullanılan tekneleri kullanabilmek için amatör denizci belgesi gerekli değildir (ades.udhb.gov.tr, 2015).

2.1.1. Özel Tekne Belgesi

Özel teknelerin donatımı, kaydı ve belgelendirilmesi ile özel tekneleri kullanacak kişilerin yeterlikleri hakkında yönetmelik hükümlerine göre ölçülerek kayıt altına alınan teknelere 5 yıl süre ile geçerli olacak şekilde düzenlenen belgedir (UDHB, 2008).

2.1.2. Amatör Denizci

Denizde veya iç sularda (akarsu, baraj, göl, nehir vb.) özel amaçlı kullanılan motorlu veya motorsuz deniz araçlarını, ticari amaçlar için kullanılan yat ve sürat motorları dışındaki deniz araçlarını gezi ve su sporları vb. faaliyetler için kullanan, deniz aracını sevk ve idare eden kişidir (UDHB, 2004).

2.1.3. Amatör Denizci Belgesi

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, özel teknelerin donatımı ve kullanacak kişilerin yeterlikleri hakkında yayımlamış olduğu yönetmelik şartları kapsamında amatör denizcilik belgesi başvurusunda bulunup, sınavdan 100 üzerinden 60 puan alanların almaya hak kazandığı, Amatör Denizci Belgesi (uluslararası yat kullanma / International Certificate of Competence For Operator of Pleasure Craft (ICC)) isimli belgedir. Deniz ve iç sularda, 2,5-24 metre arasında ticari olmayan gez, spor, amatör balıkçılık ve eğlence amaçlı teknelerin kullanma yeterliliği sağlamaktadır (UDHB, 2004).

2.2. Ticari Yat

Ticari yat, yat tipinde inşa edilmiş, kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, ticari olarak gezi ve spor amacıyla yararlanılan, yük, yolcu veya balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı onikiyi

(dâhil) ya da kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden daha fazla uzaklaşmamak şartıyla, taşıdığı yolcu sayısı otuzaltıyı (dâhil) geçmeyen ve tonilato belgesinde ticari yat olduğu belirtilen gemidir (Gemiadamları Yönetmeliği, 2015). Yat tipinde inşa edilmiş, gezi ve spor amacıyla kullanılan, taşıdığı yatçı sayısı 36'yı geçmeyen, yük veya yolcu gemisi özelliğinde olmayan, tonilato belgelerinde "Ticari Yat" veya "Özel Yat" olarak belirtilen deniz araçlarıdır (YTY, 1983).

2.3. Gezi Teknesi

Uluslararası standartlara göre ölçüldüğünde tekne tam boyu 2,5 metreden küçük, 24 metreden büyük olmayan, sevk sistemine bakılmaksızın spor ve eğlence amaçlı kullanılan teknelerdir. Gezi teknesi kiralık olarak veya gezi tekneciliği eğitiminde kullanılıyor olsa da gezi teknesi olarak kabul edilir (GMO, 2010).

2.4. Günübirlik Gezinti Teknesi

Limandan aldığı yolcuları turizm amacıyla gezi, spor, eğlence gibi etkinlikler için seyire çıkartan aynı gün içinde yolcularını aldığı limana bırakan, denize elverişlilik belgesine ve yolcu sayısına göre bulundurması gereken ek donanımlara sahip deniz turizmi aracıdır (DTY, 2009).

2.5. Kişisel Deniz Taşıtı

Hareket etme sistemi olarak su jeti ve içten yanmalı bir motorun kullanıldığı ve tekne gövdesinin içinde değil de üzerinde oturarak, ayakta veya diz çökmüş şekilde bir veya daha fazla kişi tarafından kullanılan, boyu 4 metreden küçük teknelerdir (UDHB, 2006).

3. TEKNELERİN BAĞLAMA VE BARINMA YERLERİ

Tekne sahipleri teknelerini denizin olumsuz etkilerinden korumak ve güvenlik amacıyla balıkçı barınaklarında, yat limanlarında, çekek alanlarında veya römorkta muhafaza edilebilmektedirler (TKB,1996; Aydın, 2011).

3.1. Balıkçı Barınakları

Her türlü balıkçı gemisine hizmet vermek amacıyla inşa edilmiş, bir mendireği bulunan yeterli bir kara alanına sahip barınağı kullanacak olan gemilerin yanaşabilecekleri, manevra yapabilecekleri su alanı ve derinliğe sahip, yükleme, boşaltma, bağlama rıhtımları ile suyu, elektriği, ağ kurutma sahası, satış yeri, idare binası, ön soğutma ve çekek yeri bulunan, büyüklüğüne ve sağladığı imkânlara göre balıkçı limanı,

barınma yeri veya çekek yeri olarak adlandırılan kıyı tesisleridir (TKB, 1996).

Balıkçı barınakları işletme esaslarına göre barınakta yer bulunması durumunda barınak yöneticisi balıkçı gemileri dışında, kum gemisi, nakliye gemisi ve yat gibi teknelerin ücretleri karşılığında geçici süreli olarak barınaktan yararlanmalarına izin verebilmektedir (TKB, 1996).

3.2. Yat Limanları

Dalga etkisinden korunmuş bir alanda yatlara denizde güvenli bağlama imkânı, karada park, bakım- onarım ve kışlama imkânı sunan ve her yata doğrudan erişimi sağlayan, her zaman yeterli derinlikte su bulunan ve altyapı ve üstyapı nitelikleri Bakanlıkça belirlenen, turistik tesis olarak belgelendirilen kıyı tesisleridir (Aydın, 2011: 24-39).

4. RAFTA TEKNE DEPOLAMA SİSTEMLERİ

Rafta Tekne Depolama sistemleri (Şekil 1) dünya genelinde uzun yıllardır kullanılmakta olan, teknelerin çelik yapı raflar üzerinde depolandığı, bir forklift yardımıyla raftan denize indirildiği, tekne sahibi denizden döndükten sonra teknenin altı tatlı suyla yıkandıktan sonra forklift yardımıyla rafa kaldırıldığı bir sistemdir. Sistem marina ile birleşik olarak hizmet verebildiği gibi sadece rafta tekne depolama hizmeti veren tesisler de mevcuttur. Genellikle 13 metreye kadar olan teknelere hizmet verebilmektedir. Dört farklı tipte rafta tekne depolama sistemi bulunmaktadır. Bunlar, açık, yarı açık, tamamen kapalı ve robotlu sistemlerdir. Rafta tekne depolama sisteminde çekme atma hizmetinin ücrete tabi olduğu işletmeler olduğu gibi yıllık sözleşme yapan müşterilere sınırsız çekme atma hizmetini veren tesislerde bulunmaktadır. Sistem tesise gelmeden önce haber verilmesi halinde teknenin seyire hazır halde suya indirilmesi imkânını da sağlamaktadır. Sistemin genel pazarlama stratejisi, güvenli, ekonomik ve teknenin bakım onarım masraflarını en aza indiriyor olmasıdır (www.orams.co.nz, 2015; www.harboragemarina.com, 2015; www.westistanbulmarina.com, 2015).

Şekil 1: Tamamen Kapalı Rafta Tekne Depolama Tesisi
Kaynak: www.orams.co.nz, 2015

5. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı Dünya genelinde kullanılmakta olan, rafta tekne depolama sistemlerinin tanıtılmasını ve yaygınlaşmasını sağlamaktır. Rafta tekne depolama sisteminin tanıtılması hem yatırımcıların marina yatırımlarına göre yatırım süresi kısa, yatırım ve işletme maliyetleri düşük bir sisteme yönelmesine hem de tekne sahipliğinin artmasına ve daha çok insanın denize ucuz ve çevreci bir sistemle ulaşmasına imkân sağlayacaktır.

6. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışma kapsamında öncelikle İstanbul'da bulunan ve rafta tekne depolama sistemi hizmeti veren bir Marina ve yine İstanbul'da yatırım projeleri arasında rafta tekne depolama sistemi olan bir işletmenin ilgili birimleriyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Rafta tekne depolama sistemi hizmeti veren işletmeye sistemin nasıl çalıştığına, sistemin sağladığı avantaja ve fiyatlandırma politikalarına yönelik sorular yöneltilmiştir. Yatırım projeleri arasında rafta tekne depolama sistemi olan işletmeye ise rafta tekne depolama sistemi yatırımını neden yapmak istediklerini, sistemin avantajlarının neler olduğunu ve nasıl bir fiyatlandırma politikası izlemeyi düşündükleri yönünde sorular yöneltilmiştir.

İkinci aşama olarak İstanbul'un farklı bölgelerinde oturan 10 kişi ile standartlaştırılmış açık uçlu görüşme tekniği ile görüşme gerçekleştirilmiştir (Yıldırım; Şimşek, 2013). Görüşmelerde kişilere öncelikle rafta tekne depolama sisteminin nasıl çalıştığına ilişkin kısa bir bilgilendirme yapılmıştır. Sonrasında kişilere yaşları, meslekleri, hangi

ilçede ikamet ettikleri, teknelerinin olup olmadığı, oturduğu bölgenin yakınında rafta depolama sistemi olsa kullanıp kullanmayacağı, rafta tekne depolama sistemine yıllık ne kadar bir ücret ödeyebileceği gibi sorular yöneltilmiştir.

Üçüncü aşama olarak çeşitli işletmelerin tekne muhafaza hizmetlerinin fiyatları karşılaştırılmış, rafta tekne depolamanın diğer tekne depolama sistemlerine göre fayda maliyet değerlendirmesi yapılmıştır.

Son aşama olarak sistemin nasıl çalıştığına ilişkin araştırma yapılmıştır. İstanbul ve Türkiye genelinde Bağlama kütüğüne kayıtlı 0-8,99 m arası teknelerin liman başkanlığı bazında dağılımları incelenmiştir.

7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yapılan araştırma sonucunda rafta tekne depolama ile marina tekne muhafaza sistemlerine ilişkin fiyat karşılaştırmaları, marinada tekne bağlama ile rafta tekne muhafazanın fayda maliyet değerlendirmesi, Türkiye'de Liman başkanlıkları bağlama kütüğüne kayıtlı teknelerin boylarına göre dağılımlarına, 2013 ve 2014 yılında Liman başkanlığı bağlama kütüğüne kayıtlı teknelerin sayılarına ulaşılmıştır.

Marinaların hizmet fiyatları genellikle Euro (€) üzerinden hesaplandığı ve çalışmada yapılan karşılaştırmalarda kolaylık sağlaması amacıyla bütün fiyatlar Euro olarak yazılmıştır. Denizcilikte ölçü birimi "feet" olarak kullanılmakta fakat ülkemizde m² olarak hesaplanmaktadır. Bu yüzden feet olan ölçüler metreye çevrilmiştir.

7.1. Rafta Tekne Depolama ile Marinada Tekne Muhafaza Fiyatları Karşılaştırmaları

Tablo 1'de yer alan yıllık muhafaza fiyatları 7 metreye kadar rafta depolama, minimum denizde bağlama ve kara park ücretleri üzerinden hesaplanarak karşılaştırıldığında raf depolama sistemi fiyatının römorklü parkta muhafazanın %55'i, kara parkta muhafazanın %36,5'i, denizde bağlama fiyatının ise %25'i olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu durum sistemin ekonomik olduğunun göstergesidir.

Tablo 1: West İstanbul Marina Tekne Muhafaza Fiyatları Karşılaştırması

Tekne Muhafaza Fiyatları Karşılaştırması				
Süre- m²	**Raf Sistemi**	**Römörklü Park**	**Kara Park**	**Denizde Bağlama**
Günlük	5 €	15 €	18 €	33 €
1 Ay	80 €	145 €	450 €	720 €
3 Ay	240 €	435 €	1.080 €	1.350 €
6 Ay	475 €	865 €	1.620 €	1.800 €
12 Ay	800 €	1.450 €	2.190 €	3.150 €

Kaynak: www.westistanbulmarina.com, 2015.

Tablo 2'de verilen tekne muhafaza fiyatları değerlendirildiğinde en ucuz tekne muhafaza fiyatının römork üzerinde park olduğu görülse de tekneye ulaşım kolaylığı açısından değerlendirildiğinde rafta tekne depolamanın daha avantajlı bir sistem olduğu görülmüştür. Tekne muhafaza fiyatları 25ft tekneler için karşılaştırıldığında Rafta tekne depolamanın römork üzerinde park fiyatından %25 fazla olduğu, denizde bağlama fiyatından %20 daha uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Banyan Bay Marina Center Tekne Muhafaza Fiyatları Karşılaştırması

Tekne Muhafaza Fiyatları Karşılaştırması									
S.No	**Tekne Boyu (ft)**	**Tekne Boyu (m)**	**Römorkte Birim Fiyat**	**Rafta Birim Fiyat**	**Denizde Birim Fiyat**	**Römorkte Yıllık Fiyat**	**Rafta Yıllık Fiyat**	**Denizde Yıllık Fiyat**
1	25	7,62	€ 138	€ 184	€ 230	€ 3.450	€ 4.600	€ 5.750
2	26	7,92	€ 144	€ 191	€ 239	€ 3.732	€ 4.975	€ 6.219
3	27	8,23	€ 149	€ 199	€ 248	€ 4.024	€ 5.365	€ 6.707
4	28	8,53	€ 155	€ 206	€ 258	€ 4.328	€ 5.770	€ 7.213
5	29	8,84	€ 160	€ 213	€ 258	€ 4.642	€ 6.190	€ 7.470
6	30	9,14	€ 166	€ 221	€ 276	€ 4.968	€ 6.624	€ 8.280
7	31	9,45	€ 171	€ 228	€ 285	€ 5.305	€ 7.073	€ 8.841
8	32	9,75	€ 177	€ 236	€ 294	€ 5.652	€ 7.537	€ 9.421
9	33	10,06	€ 182	€ 243	€ 304	€ 6.011	€ 8.015	€ 10.019
10	34	10,36	€ 188	€ 250	€ 313	€ 6.381	€ 8.508	€ 10.635
11	35	10,67	€ 193	€ 258	€ 322	€ 6.762	€ 9.016	€ 11.270
12	36	10,97	€ 199	€ 265	€ 331	€ 7.154	€ 9.539	€ 11.923
13	37	11,28	€ 204	€ 272	€ 340	€ 7.557	€ 10.076	€ 12.595
14	38	11,58	€ 210	€ 280	€ 350	€ 7.971	€ 10.628	€ 13.285

Kaynak: www.banyanbaymarina.net, 2015.

7.2. Marinada Tekne Bağlama İle Rafta Tekne Muhafazanın Yıllık Fayda Maliyet Değerlendirmesi

Tablo 3'e göre yıllık tekne muhafaza fiyatları göz önünde bulundurulmadan yapılan değerlendirmede rafta tekne depolama sisteminin teknenin bakım onarım masraflarını en aza indirdiği ve yıllık 2.350,24 dolar bir tasarruf sağladığı görülmektedir.

Tablo 3: Marinada Tekne Bağlama İle Rafta Tekne Muhafazanın Yıllık Fayda Maliyet Değerlendirmesi

Marina Tekne Bğalam İle Rafta Tekne Muhafazanın Yıllık Fayda Maliyet Değerlendirmesi			
Marinada(Suda) Tekne Muhafaza	**Maliyet**	**Rafta Tekne Muhafaza**	**Maliyet**
Zehirli Boya	€ 474,81	Zehirli Boya	€ -
Tekneyi Çekme/Atma/Yıkama	€ 581,21	Tekneyi Çekme/Atma/Yıkama	€ -
Mevsim Geçişi Temizliği	€ 227,43	Mevsim Geçişi Temizliği	€ -
Karina Temizliği &Parlatma	€ 893,76	Karina Temizliği &Parlatma	€ 332,50
Yelken/Tekne Brandası	€ 266,00	Yelken/Tekne Brandası	€ -
Yıllık Yedek Tutya / Kuyruk Pervane Temizliği	€ 301,91	Yıllık Yedek Tutya / Kuyruk Pervane Temizliği	€ 60,38
Yıllık Toplam	€ 2.745,12	Yıllık Toplam	€ 392,88
Rafta Tekne Muhafazanın Sağladığı Yıllık Tasarruf			€ 2.352,24

Kaynak: www.thedrystack.com, 2015.

7.3. Liman Başkanlıkları Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Boylarına Göre Dağılımı

2013 yılı Liman Başkanlıkları bağlama kütüğüne kayıtlı teknelerin boylarına göre dağılımı incelendiğinde toplam 64.834 adet tekne olduğu, bu sayının % 43,5'ini 0-4,99 m arasında olan teknelerin, %45,9'unun 5-8,99 m arasında olan teknelerin %10,6'sının ise 9 m ve üzeri teknelerden oluştuğu, toplam tekne sayısının % 89,4'ünü 0-8,99 m boya kadar olan teknelerin oluşturduğu görülmektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Liman Başkanlıkları Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Boylarına Göre Dağılımı (2013)

Liman Başkanlıkları Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Boylarına Göre Dağılımı (2013)							
Tekne Boyu (m)	**0- 4,99**	**5- 8,99**	**9- 11,99**	**12- 19,99**	**20-29,99**	**30≥**	**Toplam**
Tekne Sayısı (Adet)	28201	29759	4357	2312	144	61	64834
Yüzde Dağılımı	43,50	45,90	6,72	3,57	0,22	0,09	100

Kaynak: UDHB, 2013.

2014 yılı Liman Başkanlıkları bağlama kütüğüne kayıtlı teknelerin boylarına göre dağılımı incelendiğinde toplam 69.466 adet tekne olduğu, bu sayının % 45,38'inin boyu 0-4,99 m arasında olan teknelerden, %44,32'inin boyu 5-8,99 m arasında olan teknelerden, %10,3'ünün ise boyu 9 m ve üzeri teknelerden oluştuğu görülmektedir. (Tablo 5)

Tablo 5: Liman Başkanlıkları Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Boylarına Göre Dağılımı (2014)

Liman Başkanlıkları Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Boylarına Göre Dağılımı (2014)							
Tekne Boyu (m)	**0- 4,99**	**5- 8,99**	**9- 11,99**	**12- 19,99**	**20-29,99**	**30≥**	**Toplam**
Tekne Sayısı (Adet)	31524	30784	4567	2378	147	66	69466
Yüzde Dağılımı	45,38	44,32	6,57	3,42	0,21	0,10	100

Kaynak: UDHB, 2014.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmalar sonucunda rafta teke depolama sisteminin denizde bağlamaya göre daha ucuz ve teknenin bakım onarım masraflarını en aza indirdiği görülmüştür. Tekne muhafaza fiyatların karşılaştırması ve fayda maliyet değerlendirmesi rafta tekne depolama sisteminin uygulanabilirliğini desteklemektedir.

Tablo 1'de yer alan tekne muhafaza fiyatlarından yola çıkarak bir teknenin sığacağı alan üzerinden hesaplama yapıldığında, denizde bağlamadan 3150 €, karada parktan 2190 €, römorklu parktan 1450 €,

raflı depolama sisteminden (800 € x 5 adet tekne) 4000 € kazanç sağlandığı görülmektedir.

Rafta Tekne depolama sistemi müşteriye avantaj sağladığı gibi, işletmeci yede avantajlar sağlamaktadır. Kara park ve Römork üzerinde parkta bir teknenin muhafaza edildiği yere raf sisteminde 5 tekne muhafaza edilebilir. Bu da raf sisteminden 5 kat daha fazla yararlanma imkânı sağlandığının göstergesidir.

Raf sisteminin fiyatının diğer muhafaza sistemlerine göre uygun olmasına rağmen bir teknelik alandan daha fazla gelir sağlamaktadır. İki işletme ile yapılan yüz yüze görüşmeler ve tekne muhafaza fiyatları karşılaştırıldığında sistemin yatırım ve işletme maliyetlerinin düşük olduğu ve rafta tekne depolama sisteminin birim alandan maksimum gelir elde etme imkânı sağladığı bilgisine ulaşılmıştır.

Liman başkanlıkları bağlama kütüğüne kayıtlı teknelerin yaklaşık %90'ını 0-8,99 m boyda teknelerin oluşturduğu, 1 yılda 0-8,99 m boya sahip teklerin sayısında meydana gelen 4348 adetlik artış, bu boy aralığı için uygun olan rafta tekne depolama sisteminin Türkiye'de uygulanabilirliğinin kanıtını oluşturmaktadır.

Yapılan yüz yüze görüşmelerde değerlendirildiğinde, marina fiyatlarının yüksek, balıkçı barınaklarının güvensiz olması sebebiyle insanların tekne alamadıkları, uygun bir barınma imkânı olması durumunda tekne sahipliğinin artacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Sistemin tanıtılması ve yaygınlaştırılması için yapılan ulusal kongre, sempozyum ve organizasyonlarda sunumlar yapılmalıdır. Sistemin dünyadaki örnekleri araştırılarak akademik çalışmalar yapılmalıdır. IMEAK Deniz Ticaret Odasının Sistemin mevzuatlarda yer almasını sağlayacak taslak çalışması yaparak ilgili kumlara sunması sistemin yaygınlaşmasını kolaylaştıracaktır.

Devletin turizm teşvik kanunuyla marina ve deniz turizmi tesislerini desteklediği gibi, daha fazla insanın denize ulaşmasını, ülkemizdeki denizciliğin ve denizcilik kültürünün gelişmesini sağlamak amacıyla rafta tekne depolama sistemini desteklemesi gereklidir.

KAYNAKLAR

Aydın, G. (2011) "*Türkiye'de Marinacılık: Kapasite Ve Yer Seçimi Üzerine Modelleme"*, Doktora Tezi.

Deniz Turizmi Yönetmeliği. 2009. (DTY). 24.7.2009 Tarih ve Sayılı 27298 sayılı Resmi Gazete.

Deniz Ticaret Odası. 2014. (DTO). "*Deniz Sektör Raporu"*. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı. 1996. (TKB). "*Balıkçı Barınakları Yönetmeliği*". 13.12.1996 Tarih ve 22846 Sayılı Resmi Gazete.

Türk Mühendis Ve Mimar Odaları Birliği, Gemi Mühendisleri Odası. 2010. (GMO). "*Küçük Tekneler Ve Yat Projeleri Asgari Çizim Esasları"*. Gemi Mühendisliği Hizmetleri.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. (UDHB). *Amatör Denizcilik Eğitim Sistemi, Sıkça Sorulan Sorular*, https://ades.udhb.gov.tr/SSS.html , Erişim Tarihi: 10.12.2015

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2008. "*Özel Teknelerin Donatımı, Kaydı Ve Belgelendirilmesi İle Özel Tekneleri Kullanacak Kişilerin Yeterlikleri Hakkında Yönetmeliği*". 02.03.2008 Tarih Ve 26804 Sayılı Resmi Gazete,

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2004. "*Amatör Denizci Yönetmeliği"*. 01.07.2014 tarih ve 25509 Sayılı Resmi Gazete.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2006. "*Gezinti Teknesi Yönetmeliği"*. 28.12.2006 tarih ve 26390 Sayılı Resmi Gazete.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2013. "*Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Liman Başkanlığı Bazında Dağılımı*". Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, Deniz Ticareti 2013 İstatistikleri, Deniz Taşıtları, Deniz Yolu Taşıma ve Teşvik istatistikleri.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2014. "*Bağlama Kütüğüne Kayıtlı Teknelerin Liman Başkanlığı Bazında Dağılımı*". Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü Deniz Ticareti 2014 İstatistikleri, Deniz Ticareti 2013 İstatistikleri, Deniz Taşıtları, Deniz Yolu Taşıma ve Teşvik istatistikleri.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2013. Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü " *Ülkemizde Yat Limanı (Marina) İşletmeciliği"*.

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü. 2013. "*Ülkemizde Yat Limanı (Marina) İşletmeciliği"*

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. 2002. "*Gemiadamları Yönetmeliği*" Tarihi: 31.07.2002 ve 24832 Sayılı. Resmi Gazete.

Yat Turizmi Yönetmeliği. 1983. (YTY). 04.08.1983 tarih ve 18125 Sayılı Resmi Gazete.

Yıldırım, A., Şimşek, H. 2013. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,* Seçkin Yayıncılık, ANKARA.

www.westistanbulmarina.com, 2015. "*Marina Hizmetleri Fiyat Listesi*". http://www.westistanbulmarina.com/#!baglamafiyatlistesi/c7mv Erişim Tarihi: 05.12.2015

www.banyanbaymarina.net, 2015. "*Boat Storage Rates*" http://www.banyanbaymarina.net/rates.html Erişim Tarihi: 05.12.2015

www.orams.co.nz, Orams Marine Village "*Boat Storage*",. http://www.orams.co.nz/boat-storage/introduction.aspx Erişim Tarihi: 05.12.2015

www.thedrystack.com, The Dry Stack. "*Why is Drystack Storage Better?"* http://www.thedrystack.com/Why_Is_Drystack_Storage_Better Erişim Tarihi: 03.12.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0032

ELEKTRİKLİ SEVK SİSTEMLERİNDE, HATVE KONTROLLÜ PERVANELER İLE SABİT HATVELİ PERVANE MEKANİZMALARI ARASINDA ENERJİ VERİMLİLİĞİ KARŞILAŞTIRMASI

[1]K. Emrah ERGİNER, [2]Olgun KONUR, [3]Yiğit GÜLMEZ

ÖZET

Son yıllarda çevre kirliliği ile mücadele konusunda yapılan çalışmalar sonucunda gemi sevk sistemlerinde elektrikli sevk sistemlerinin kullanımı giderek artmaktadır. Ancak elektrik depolama alanlarının kısıtlı olması ve gemilerin yüksek güç ihtiyaçları sebebiyle seyir yapma süreleri konusunda kısıtlamalar ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple elektrikli sevk sistemlerinde verimlilik arttırma çalışmaları önem kazanmıştır. Bu çalışmada dizel makinelerle tahrik edilen sevk sistemlerinde makine devrini sabit tutarak geminin hızını ayarlayabilmek için kullanılan hatve (pitch) kontrollü pervanelerin, elektrikli sevk sistemlerinde kullanımının etkinliği araştırılmıştır. Araştırma kapsamında İzmir Kalkınma Ajansı tarafından TR31/12/YE02/0015 Numaralı "Entegre Yenilenebilir Enerji Sistemlerinin İmal Edilmesi ve Ulaşım Taşıtlarında Uygulanması" adlı proje kapsamında finanse edilen ve Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi tarafından sistem tasarımı ve kurulumu gerçekleştirilen "Yeşil Eylül" teknesi üzerinde deneysel bir çalışma yapılmıştır. Yapılan deneysel çalışma sonucu, elektrikli sevk sistemlerinde, hatve kontrollü pervaneler ile sabit hatveli pervane mekanizmaları arasındaki verimlilik karşılaştırması yapılmıştır.

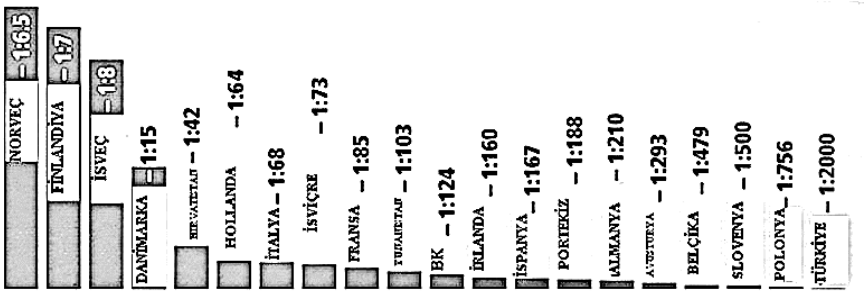
Anahtar Kelimeler: Hatve kontrollü pervaneler, Sabit kanatlı pervaneler, Elektrikli sevk sistemleri, Enerji verimliliği

---

[1]Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, emrah.erginer@deu.edu.tr
[2]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, olgun.konur@deu.edu.tr
[3]Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, yigitgulmez@hotmail.com

1. GİRİŞ

Adalar dahil 8333 km. kıyı uzunluğuna sahip olmamıza, üç tarafımız denizler ile çevrili olmasına, göller-iç sular ve nehirlere sahip olmamıza, gemi inşa sanayinde Dünyada 8. Avrupa'da 1. olmamıza, 1984 yılında 435 yat kapasiteli iki marinaya sahip iken günümüzde 17.500 yat kapasiteli 62 marinaya sahip olmamıza, Akdeniz'i (mare nostrum) her yıl bir milyon yat dolaşırken bunun %5'lik dilimi olan yaklaşık 5.000 yatın ülkemize gelmesini hedeflemiş olmamıza, dünyada ziyaret edilen altıncı ülke konumunda olmamıza, mega yat üretiminde dünyada üçüncü olmamıza rağmen maalesef ülkemizde 2000 kişiye bir tekne düşmektedir. Şekil 1'de görüldüğü üzere Uluslararası Tekne Endüstrisi (IBI) dergisinin istatistiğine göre kişi başına düşen tekne sayısı açısından, denize kıyısı olmayan Avusturya ve İsviçre gibi ülkelerin dahi çok altında olduğumuzu görmekteyiz.



Şekil 1: Avrupa'da kişi başına düşen tekne sayısı (Sapmaz (DTO-IBI), 2015)

Elektrikli tekne üretimi ülkemizde yok denecek kadar az olup birçok üniversitenin yapmakta olduğu ar-ge çalışmaları dışında bir çalışma bulunmamaktadır. Yaşanmakta olan en büyük sorun elektriğin depolanması olarak gözlemektedir. Hacmen ve ağırlık olarak depolanma sorunları nedeni ile halen konvansiyonel anlamda elektrikli tekneler satılmamaktadırlar. Ancak boyu 5 m. ve altı olan teknelerde özellikle kıçtan takma elektrik motorları kullanıldığı gözlenmektedir. Bu çalışmada oldukça kısıtlı olan elektrik enerjisinin en yüksek verimli sevk sistemi ile kullanılması için dünyada benzer boyutlarda benzer bir çalışması bulunmayan hatve kontrollü pervane (contralleble pitch propeller) ve şanzıman sisteminin elektrik motoru ile tahriki incelenmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde elektrikli tahrik sistemleri, hatve kontrollü pervane sistemleri, sabit kanat açılı pervane sistemleri üzerine literatür çalışması yapılmıştır. Buradan elde edilen veriler göz önünde bulundurularak elektrikli tahrik sistemlerinde hatve kontrollü pervanelerin kullanımı incelenmiştir.

2.1. Elektrikli Tahrik Sistemleri

Elektrikli tahrik sistemleri, son yıllarda sıklıkla kullanılmasına rağmen, denizcilik sektöründe yeni kullanılan bir tahrik sistemi değildir. İlk kullanım örneği 1903 yılında Rusya'da inşa edilen "Vandal" isimli nehir tankeridir (Koehler ve Oehlers, 1998: 1). Ancak ilk kurulum maliyetlerinin yüksek olması ve karmaşık sistem yapısı bu sistemin dezavantajları olarak algılanmıştır (Aichele, 2007: 88). Günümüzde yakıt ve enerji verimliliğini artırması ve insan kaynaklı karbon salımının azaltılmasına katkıda bulunması sebepleriyle elektrikli tahrik sistemlerinin kullanımında önemli bir artış beklenmektedir (Ajioka ve Ohno, 2013: 231).

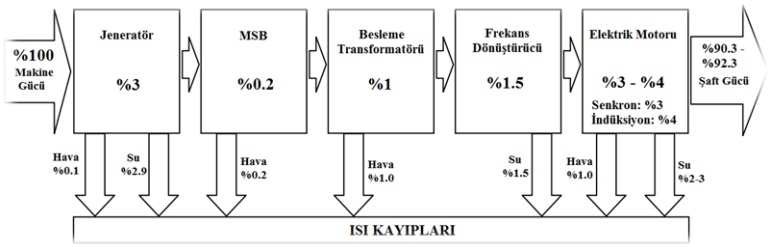
Elektrikli tahrik sistemlerinin gemilerde kullanımı çeşitli şekillerde olabilmektedir. Örneğin bir LNG (sıvılaştırılmış doğal gaz) veya HFO (heavy fuel oil) kullanan bir yardımcı makine ile üretilen elektriğin şaft sistemi üzerinde kullanılmasıyla, sahil istasyonlarından depolanan veya güneş panelleri, rüzgâr türbinleri gibi alternatif enerji üretim yöntemleriyle elde edilen elektrik enerjisinin akülere depolanmasıyla kullanılabilmektedir.

Elektrikli tahrik sistemlerinin konvansiyonel sistemlere göre avantajları;

- Daha düşük bakım maliyetleri ortaya çıkmaktadır (Ajioka ve Ohno, 2013: 231).
- Daha sessiz çalışan bir sistemdir (Ajioka ve Ohno, 2013: 231).
- Seyir esnasında aynı gücü ortaya çıkarmak için daha az yakıt harcanması sağlanarak yakıt verimliliğini artırmaktadır (Ajioca ve Ohno, 2013: 231).
- Daha düşük karbon salımına sebep olmaktadır (Pereira, 2007: 8).
- Devir, yön değişimlerinde daha az zaman ve enerji kaybına sebep olmaktadır (General Electric, 2015).
- Daha az titreşim sağlamaktadır (Marine Insight (a), 2015).
- Yüksek motor torku sağlamaktadır (MAN, 2015).

- Elektrikle tahrik sistemini oluşturan parçalar arasındaki bağ kablolar ile yapılması sebebiyle gemi inşa takviminde önemli bir kolaylık sağlar (Siemens, 2015).
- Konvansiyonel sistemlere göre aynı hacimde daha fazla güç elde edilebilir (Marine Insight (a), 2015).
- Makine dairesinde daha etkin bir yerleşim planı oluşturulabilir (Marine Insight (a), 2015).

Elektrikli tahrik sistemlerinin bazı dezavantajları da mevcuttur. Bunlardan en önemlisi yüksek ilk kurulum maliyetleri (Ajioka ve Ohno, 2013: 231) olarak görülebilir. Ayrıca üretilen elektrik enerjisinin, elektrik motoruna iletilme sürecinde bazı kayıplar meydana gelmektedir (MAN, 2015). Bu kayıplar Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2: Elektrik tahrikli bir sevk sisteminde sevk verimi kayıpları (MAN, 2015)

Elektrikli tahrik sistemi kullanan gemilerde geminin hız kontrolü motor sürücülerinin motor ve pervane devrini değiştirmesiyle veya motor ve pervane devri sabit tutularak hatve kontrollü pervane (CPP-controllable pitch propeller) sisteminin pervane kanat açılarını değiştirmesiyle yapılabilmektedir (Doorduin vd. 2015: 13).

2.2. Hatve Kontrollü Pervanelerin (CPP) Sabit Hatveli Pervaneler ile (FPP) Karşılaştırması

Sabit hatveli (fixed pitch propeller) pervanelerin kanat açısı değişmediğinden dolayı bu pervanelerin tek bir dizayn noktası vardır yani sadece belli bir devir ve hızda optimum verim (güç) elde edebilmektedir. Daha çok, servis hızı ve makine yükü belli ve fazla değişkenlik göstermeyen gemiler için ideal olmaktadır (Kasten Marine, 2013).

Hatve kontrollü pervanelerde kanatlar, pervane göbeği üzerinde kendi etrafında döndürülerek hatve açıları isteğe göre ayarlanabilmektedir (Yılmaz, 2008: 4.78). Sabit kanatlı pervanelerden farklı olarak motor devrini değiştirmeyerek, her hızda optimum motor veriminde çalışma olanağı sağlamaktadır. Seyir sırasında hatve açısının ayarlanması ile hız

değişimi, yakıt harcamının azaltılması ve manevra kabiliyetinin arttırılması sağlanabilmektedir (West Mekan, 2015).

Hatve kontrollü pervaneler genel olarak, yüksek hız ve iyi manevra gerektiren gemiler, römorkörler, buzkıranlar, balıkçı gemileri, tarak gemileri, savaş gemileri, tankerler, konteyner gemileri v.b. ile ters döndürülmez ana kuvvete sahip gaz türbinli gemilerde kullanılır (Yılmaz, 2008; S: 4.78).

Hatve kontrollü pervaneler, sabit hatveli pervanelerle kıyaslandığında kullanım amacına göre iki tip pervanenin de avantajlı ve dezavantajlı olduğu durumlar görülmektedir ve bunlar aşağıda sıralanmıştır:

- Sabit hatveli pervaneye sahip bir tahrik sisteminde tornistan yapabilmek için veya geminin kendi hızıyla sürüklenebilmesi için motoru durdurma zorunluluğu vardır. Bu durum manevra kabiliyetini sınırlamakta ve manevra esnasında zaman kaybına neden olmaktadır. Hatve kontrollü pervane kanatları sahip oldukları şekil itibari ile pervane şaftı aynı yönde dönmeye devam ederken, motoru ve dolayısıyla pervaneyi durdurma ihtiyacı duymadan her türlü manevra ihtiyacına anında cevap verebilmektedir (Masson Marine, 2015).
- Sabit hatveli pervaneler belli bir makine yükü, hız ve devrinde optimum olarak çalışacak şekilde tasarlanmaktadırlar. Dolayısıyla makine yükünün veya devrinin değiştiği durumlarda, pervaneden alınan verim doğal olarak düşer. Hatve kontrollü pervaneler ise, optimum motor veriminde sürekli çalışma imkanı verir (Kasten Marine, 2013).
- Sabit hatveli pervanelerde gemi optimum sevk verimi değerlerinde çalışamadığı koşullarda, pervane kanatlarında ekstradan bir basınç ve kavitasyon oluşur. Hatve kontrollü pervane kullanımı ile motor, optimum verimde çalışacağından kavitasyon etkisi daha az olur. Bu sayede toplam sevk verimi artar. Yakıt harcamı ve sevk sistemi bakım masrafları düşer (Masson Marine, 2015).
- Hatve kontrollü pervane kanatlarının zarar görmesi halinde, kanatlar tek tek değiştirilebilme imkanına sahiptir (Hundested Propeller, 2015).
- CPP sistemlerinin ilk kurulum maliyetleri FPP sevk sistemlerine göre daha fazladır. Artan pervane çaplarında maliyet daha da yükselmektedir (Marine Insight (b), 2015).
- CPP sisteminin kontrol mekanizması düzenli aralıklarla bakım istemektedir. FPP sistemine kıyasla daha karmaşık bir sistem olduğu için ilk kurulumu daha zordur (Marine Insight (b), 2015).
- Hatve kontrollü pervane göbeği çapı, sabit kanatlı pervanelere kıyasla daha büyüktür. Göbek çapının büyümesi, pervane

veriminin düşmesine neden olmaktadır (Marine Insight (b), 2015).

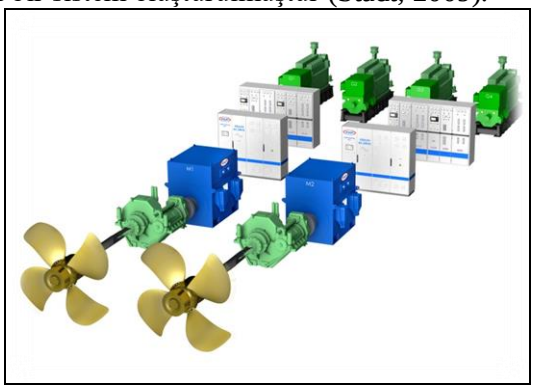
2.3. Elektrik Tahrikli Sevk Sistemlerinde Hatve Kontrollü Pervane (CPP) Kullanımı

Değişken hız sürücülü sabit hatveli pervaneler, elektrik tahrikli sevk sistemlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bazı uygulamalarda da değişken hız sürücülü veya sabit hızlı hatve kontrollü pervanelerin elektrik tahrikli sevk sistemlerinde kullanıldığı görülmektedir. Büyük çaplı operasyonlarda hatve kontrollü pervanelerden daha yüksek verim alınabileceği gibi, bu verimin yatırım maliyetini karşılayamayacağı düşünülmektedir (Balashov, 2011: 12-24).

Hatve kontrollü pervanelerin hatve açıları, geniş hız aralıklarında hızlı tepki süresi ve daha yüksek hidrodinamik verim sağlamak için optimize edilmiştir (Adnanes, 2003). Hatve kontrollü pervaneler bu özelliği ile, operasyon ihtiyacına göre elektrik tahrikli sistemlerde performans artışı sağlayabilmektedir (Young vd., 2012: 2-3).

FPP ise geminin ileri yönlü hareketini servis hızında optimum verimde sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Elektrik motorları, her iki dönme yönü için aynı miktarda güç harcadığından dolayı, geri yönlü hareketlerde FP pervanelerin CP pervanelere göre ciddi bir dezavantajı vardır (Arrington, 1998: 93).

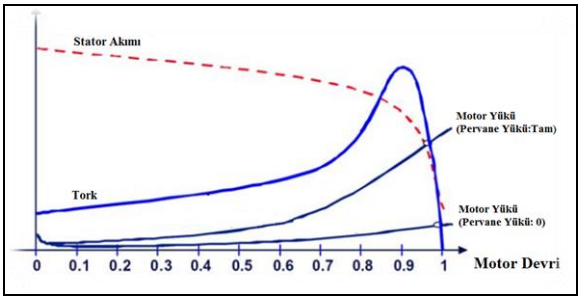
Sevk sistemlerinde CPP kullanımının dezavantajlı durumlarını ortadan kaldıran akılcı çözümler de üretilmeye başlanmıştır. Alternatif akım kullanan gemiler için tasarlanan bir sürücü sistemi, asenkron (indüksiyon) elektrik motoruna düzgün sinüsoidal voltaj ve akım sağlayarak, transformatör kullanma gereksinimi duymadan harmonik bozuklukları azaltmaktadır. Sonuç olarak elektriksel kayıplar ve sevk verimi kayıpları minimize edilmiş olup CPP için Şekil 3'te de görüldüğü üzere avantajlı bir sistem oluşturulmuştur (Stadt, 2009).



Şekil 3: Stadt Stascho No-Loss dizel elektrik sevk sistemi (Motorship, 2014)

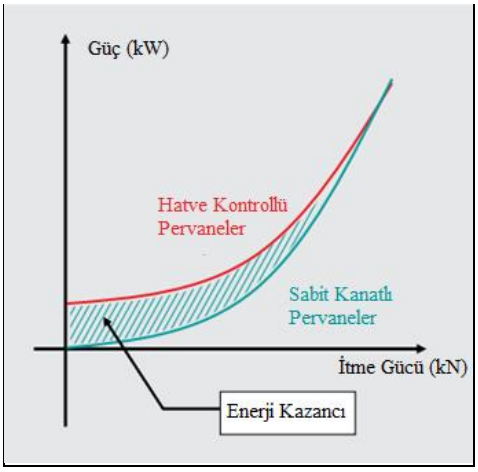
Sabit hatveli pervaneler gemilerde kullanılan en yaygın kullanılan sevk sistemidir (Tupper, 1996: 209-221). Bu sistemlerde pervane devrinin artmasıyla itme gücü artar (Arrington, 1998: 93) böylece geminin hız kontrolü sağlanır (Tupper, 1996: 209-221). Dizel-elektrikli tahrik sistemlerinde yakıt tüketiminin azalması iki nedene dayanmaktadır. Birincisi pervanenin devrinin değiştirilebilmesi hatve kontrollü sistemlerde oluşan yüksüz durumlardaki kayıpları ortadan kaldırmaktadır. Elektrikli tahrik sisteminde hatve kontrollü pervaneyle kullanılan bir elektrik motorunun pervanenin tam yüklü ve yüksüz olduğu durumlardaki özellikleri Şekil 1'de gösterilmiştir. İkincisi ise hız ayarı konvansiyonel sistemlerde kullanılan hatve kontrollü pervanelerdeki toplam sistem verimliliği elektrikli tahrik sistemlerinde motor devrinin değiştirilmesiyle elde edilen verimliliğe göre daha düşüktür (ABB, 2015: 2-3).

Şekil 4'te elektrikli tahrik sisteminde hatve kontrollü pervaneyle kullanılan bir elektrik motorunun yüklü ve yüksüz durumlardaki özellikleri verilmiştir.



Şekil 4: Elektrikli tahrik sisteminde hatve kontrollü pervaneyle kullanılan bir elektrik motorunun yüklü ve yüksüz durumlardaki özellikleri (Ådnanes, 2003)

Aşağıda şekil 5'te ise sabit hatveli pervaneler ile hatve kontrollü pervanelerin motor gücü-itme gücü grafiği verilmiştir.



Şekil 5: Sabit hatveli pervaneler ile hatve kontrollü pervaneler motor gücü-itme gücü grafiği (ABB, 2015)

Elektrikli tahrik sistemlerinde hatve kontrollü veya sabit hatveli pervaneler kullanılabilir. Ancak, elektrik motorlarının devrinin değiştirilebilmesi sebebiyle sabit hatveli pervanelere daha sık rastlanmaktadır (Pereira, 2007: 2).

Elektrikli tahrik sistemlerinde sabit hatveli pervaneler kullanıldığında motor hız ayarını yapmak için bir sürücü kullanılmalıdır (Kallah,1997: 3).

Pervanenin yüksek yüklü durumlarda çalışırken hatve kontrollü sistemlerle sabit hatveli değişken devirli sistemler arasında çok fark yoktur. Ancak daha düşük yüklü olduğu durumlarda sabit hatveli değişken devirli sistemler %2 civarında daha avantajlıdır. Makinelerin tüm kullanım süresi boyunca ortalama %25-%35 arasında yüklü olarak kullanılacağı göz önüne alındığında sabit hatveli değişken devirli sistemler daha avantajlıdır. (Kallah,1997: 3).

3. AMAÇ

Literatür taramasında görüldüğü üzere elektrikli tahrik sistemlerinde hatve kontrollü pervanelerin kullanımı ile ilgili olumlu ve olumsuz karşılıklı görüşler bulunmaktadır. Hatve kontrollü pervanelerde sabit pervane devrinde pervane kanat açıları değiştirilerek hız değişimi gerçekleştirilmekte; konvansiyonel sistemlerde ise hız kontrolü, bir motor sürücü yardımı ile pervane devri değiştirilerek sağlanmaktadır.

Günümüzde azalan fosil yakıtlar nedeniyle hızla gelişmekte olan elektrikli sevk sistemlerinin tekne ve yat endüstrisinde kullanımı gelecek vaat eden bir çözüm olarak görülmektedir (Bosich ve Sulligoi, 2013: 1).

Bu çalışmada elektrikli sevk sisteminde hatve kontrollü pervanenin kullanımının konvansiyonel sistemlere göre verimliliğin incelenmesi amaçlanmıştır.

4. YÖNTEM

Bu araştırmada elektrikli sevk sistemi kullanan; hem hatve kontrollü pervane ile pervane açıları değiştirilerek, hem de motor sürücüsü ile motor devri değiştirilerek hız ayarı yapılabilen bir tekne üzerinde güç harcaması ve tekne hızı grafikleri çıkartılarak verimlilik ölçümleri yapılmıştır.

Bu grafikleri çizmek için tekne üzerinde motor devri sabit tutulup hatve açıları değiştirilerek motorun harcadığı güç ve tekne hızı değerleri ölçülmüştür. Daha sonra hatve açısı, toplam tekne veriminin en yüksek olduğu değerde sabit tutulup motor devri değiştirilirken motorun harcadığı güç ve tekne hızı değerleri ölçülmüştür. Tekne hızı ölçülürken akıntının tekne üzerine etkisi hesaplanarak teknenin gerçek hızı bulunmuştur.

Üzerinde çalışma yapılacak teknenin formu üç boyutlu olarak gemi mühendislerince yaygın olarak kullanılan bir programa aktarılmıştır. Ölçülen hız ve güç değerleri kullanılarak, her bir ölçüm için teknenin toplam verimliliği saptanmıştır. Bu bulgulara göre iki sistemin verimlilik karşılaştırılması yapılmıştır.

5. UYGULAMA VE BULGULAR

Araştırma kapsamında İzmir Kalkınma Ajansı tarafından TR31/12/YE02/0015 numaralı "Entegre Yenilenebilir Enerji Sistemlerinin İmal Edilmesi ve Ulaşım Taşıtlarında Uygulanması" adlı proje kapsamında finanse edilen ve Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi tarafından sistem tasarımı ve kurulumu gerçekleştirilen “Yeşil Eylül” teknesi üzerinde deneysel bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde Yeşil Eylül teknesinin teknik özellikleri incelenmiş ve tekne üzerinde yapılan ölçümlere ait grafikler gösterilmiştir.

5.1. Yeşil Eylül Teknesi Teknik Özellikleri

İZKA desteği kapsamında Dokuz Eylül Üniversitesinin elde etmiş olduğu tekne İzmir ve bölgesinde halkın satın alabileceği ve gezi teknesi olarak kullanabileceği tekneler incelenerek içlerinden hatve kontrollü pervane ve şanzıman sisteminin en uygun ve etkin bir şekilde montajının yapılabileceği tekneler içerisinden aşağıdaki Tablo 1’de özellikleri belirtilen tekne olarak seçilmiş ve donatılmıştır.

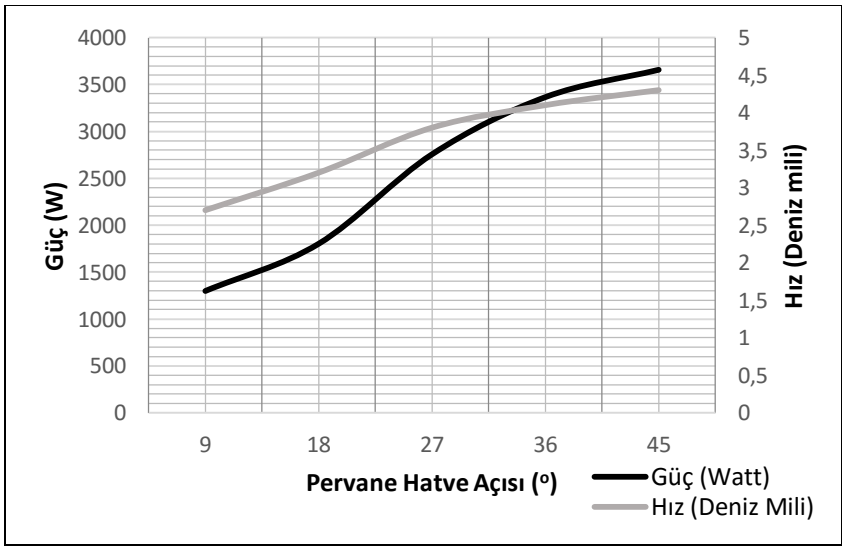
Tablo 1: Yeşil Eylül Teknesi Teknik Özellikleri

Tam Boy	7.80m
Genişlik	2.55m
Su Kesimi	6.90m
Deplasman	2350kg
Motor Modeli	Mars 1003 (Etek) Fırçalı DC Motor
Motor Gücü	11.5KW
Motor Sürücü	Kelly KDZ48200 Series
Aktarma Sistemi	Frydenbo 2:1 Şanzıman ve Hatve Kontrol Mekanizması
Pervane Hatve Açıları	90^o ($0\text{-}45^o$ ileri yol, $0\text{-}45^o$ tornistan)
Sistem Voltajı	48V *
	*(96 V'a kadar artırılabilmektedir. Seyir sırasında, proje kapsamında satın alınmış akülerin kapasiteleri doğrultusunda 48 V olarak kullanılmasına karar verilmiştir)

Kaynak: Yazarlar

5.2. Bulgular

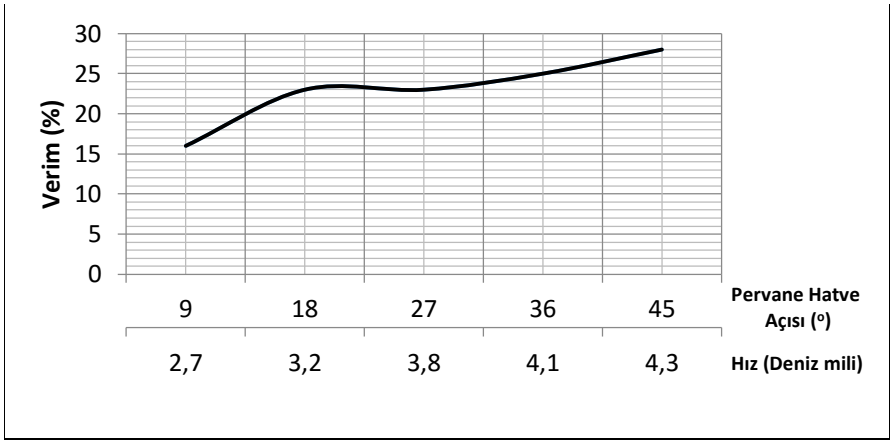
Çalışma kapsamında ölçümler sakin hava koşullarında (0-1 Beaufort) yapılırken ilk olarak Yeşil Eylül teknesi üzerinde motor devrini sabit tutarak pervane kanat açıları değiştirilirken motor gücü ve tekne hızı ölçülmüştür. Ölçülen değerlere ait grafik Şekil 6'da gösterilmiştir.



Şekil 6: Sabit motor devrinde pervane hatve açısı değişimi ile ölçülen güç ve hız değişimi grafiği

Hatve açısı arttıkça sabit devir ve sabit voltajda motorun çektiği akım arttığı için motorun harcadığı güç artış göstermiştir. Bu artış sırasında tekne hızının da arttığı görülmektedir. Ancak; şekilde görüldüğü üzere güç ve hız eğrileri paralel artış göstermemiştir. Buna göre pervane hatve açısı arttıkça toplam tekne veriminin değiştiği yorumu yapılabilir.

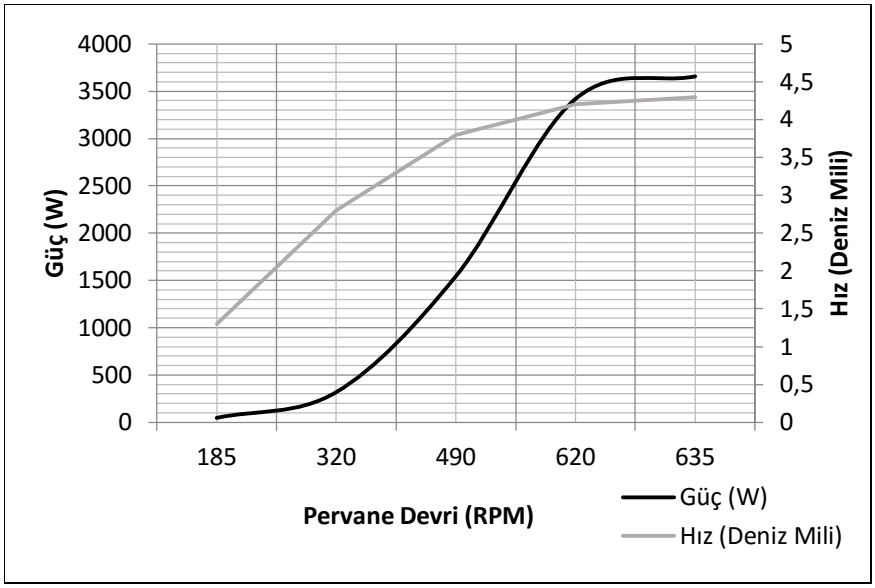
Gemi inşa programında Compton metodu (Compton, 1986) kullanılarak elde edilen hız-güç eğrilerinden çıkarılan toplam tekne veriminin pervane hatve açısı ve tekne hızına göre değişimi Şekil 7'de gösterilmiştir. Compton algoritması ayna kıça sahip tipik kıyı devriyesi yapan tekneler veya motorlu gezi teknelerinin sevk dirençlerini tahmin etmek için tasarlanmış olduğundan deneyi yapmış olduğumuz "Yeşil Eylül" teknesine en uygun algoritma olduğu için tercih edilmiştir.



Şekil 7: Sabit motor devrinde pervane hatve açısı değişimi ile ölçülen verim ve hız değişimi grafiği

Grafikten görüldüğü üzere sabit motor devrinde hatve açısının değişimi ile sistem verimi yükselmiştir. Ölçülen en yüksek verim değerinin, 45^o hatve açısında olduğu görülmüştür. Buna göre, çalışmanın bir sonraki aşaması olan hatve kanat açısının sabit tutularak motor devrinin değiştirildiği durumda, sabit hatve açısı olarak 45^o konumu kullanılmıştır.

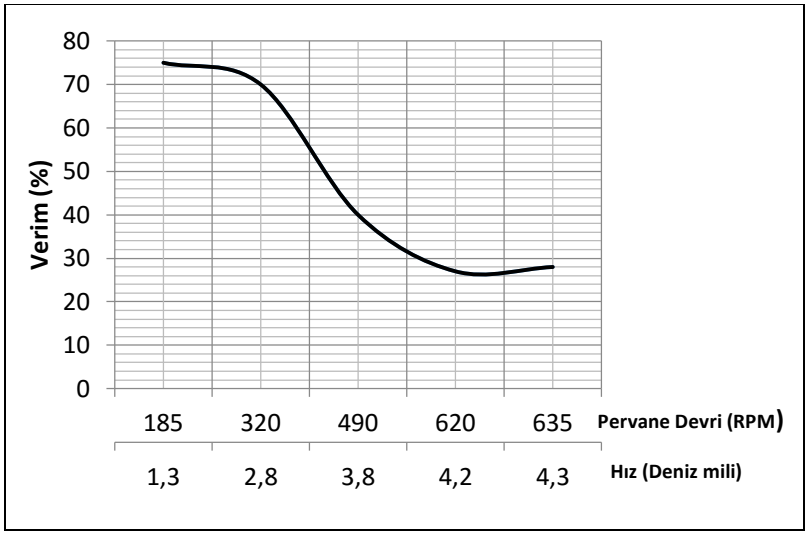
Yeşil Eylül teknesi üzerinde hatve açısı 45^o de sabit tutulurken motor sürücü yardımı ile motor devri, dolayısıyla pervane devri değiştirilmiştir. Bu durumda motor gücü ve tekne hızının değişimini gösteren grafik Şekil 8'te verilmiştir.



Şekil 8: Sabit 45^{o} hatve açısında pervane devrinin değişimi ile ölçülen motor gücü ve tekne hızı değişimi grafiği

Pervane ve motor devri arttıkça sabit hatve açısında motorun çektiği akım ve voltaj arttığı için motorun harcadığı güç artış göstermiştir. Bu artış sırasında tekne hızının da arttığı görülmektedir. Ancak; şekilde görüldüğü üzere güç ve hız eğrileri paralel artış göstermemiştir. Buna göre pervane ve motor devri arttıkça toplam tekne verimi değişmektedir.

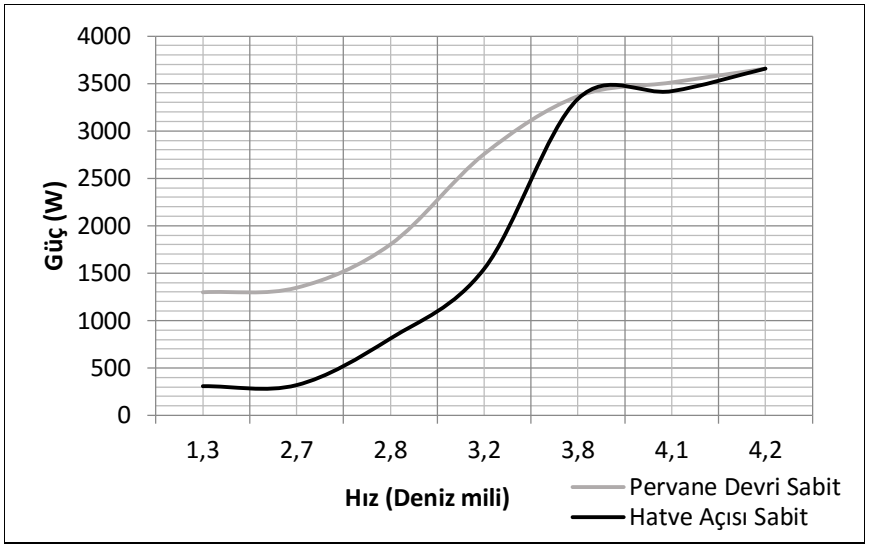
Gemi İnşa sevk direnci analizi programında Compton metodu kullanılarak elde edilen hız-güç eğrilerinden çıkarılan toplam tekne veriminin pervane devrine ve tekne hızına göre değişimi Şekil 9'da gösterilmiştir.



Şekil 9: Sabit 45^{o} hatve açısında toplam tekne veriminin pervane devrine ve tekne hızına göre değişimi

Motor ve pervane devrinin düşük olduğu durumlarda toplam sistem veriminin daha yüksek olduğu görülmektedir.

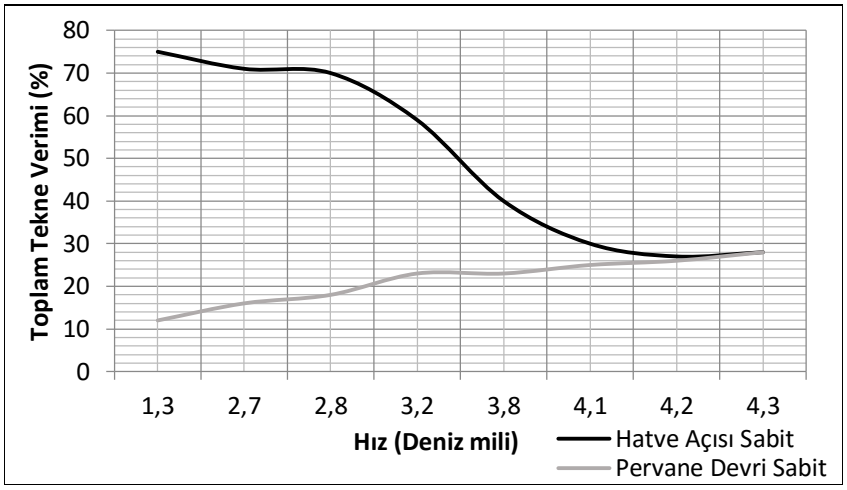
Şekil 10'da iki ayrı sistemin hız-güç eğrileri karşılaştırılmıştır.



Şekil 10: Sabit hatve açısı, değişken pervane devri durumu ile sabit pervane devri, değişken hatve açısı durumu hız-güç grafikleri karşılaştırması

Şekilde görüldüğü üzere düşük hızlarda aynı hızı elde edebilmek için pervane devrinin sabit tutulduğu sistemlerde daha yüksek güç

tüketimi gereklidir. Ancak; yüksek hızlara çıkıldığında aynı hızı sağlamak için gerekli olan güç ihtiyaçlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu grafiğe göre çıkarılan iki durum için toplam tekne verimlerinin karşılaştırılması Şekil 11'de verilmiştir.



Şekil 11: Sabit hatve açısı, değişken pervane devri durumu ile sabit pervane devri, değişken hatve açısı durumu hız-verim grafikleri karşılaştırması

Şekilde görüldüğü üzere düşük hızlarda hatve açısının sabit tutulup pervane devrinin değişken olduğu durumda tekne verimi oldukça yüksektir. Ancak; daha yüksek hızlarda düştüğü görülmektedir. Pervane devrinin sabit tutulup hatve açısının değiştirildiği durumlarda düşük hızlarda verim çok düşük; fakat hız yükseldikçe hatve açısının sabit olduğu durumdaki verim değerlerine gelmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bulgulardan anlaşıldığı üzere elektrikli tahrik sistemlerinde hatve kontrollü pervane sistemlerinin verimliliği, motor sürücüsü ile pervane devrinin değiştirildiği konvansiyonel sistemlere göre daha düşüktür. Verimlilik farkı, düşük motor devirlerinde oldukça yükselmektedir. Yüksek hızlarda iki sistem karşılaştırıldığında verimlilik açısından büyük bir fark olmadığı görülmektedir. Elektrikli tahrik sistemlerinde motor-hız ayarının kolay bir şekilde yapılabildiği göz önünde bulundurulduğunda verimlilik açısından hatve kontrollü sistemlerin kullanımı avantaj sağlamamaktadır.

Deniz turizmi açısından önemli ulaşım araçları olan kurvaziyerlerde, yolcu gemilerinde, yatlarda ve teknelerde, elektrik tahrikli ve hibrit sevk sistemlerin kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu sistemlerde kullanılmak üzere, sabit kanatlı pervanelere alternatif

olacak pervane çeşitleri mevcuttur. Bu çalışmada, elektrik tahrikli ve hatve kontrollü pervaneye sahip bir teknenin, sabit kanatlı pervane sistemine göre karşılaştırmalı analizi yapılmıştır.

Bu çalışmada hesaplamalar yapılırken gemi hızı kullanılmıştır ve güç-gemi hızı grafikleri çizilmiştir. Gelecek çalışmalarda iki sistem arasında daha iyi bir karşılaştırma yapabilmek için gemi hızı yerine itme gücü hesaplanarak güç-itme gücü grafiği çizilebilir. Ayrıca deneyde kullanılan proje kapsamında alınmış olan elektrik motorunun gücünün de bu tekne tonajı için oldukça zayıf kaldığı da göz ardı edilmemeli ve bunlar çalışmanın kısıtları olarak kabul edilmelidir.

Bu çalışmada DC motor ve DC sürücüye sahip bir tekne üzerinde deney yapılmıştır. Gelecek çalışmalarda, literatürde de belirtilen, sinüsoidal dalgalar kullanarak sevk veriminde iyileştirmeler yapan sistemler ile AC motorlu sistemler üzerinde incelemeler yapılabilir.

Ayrıca, motor gücü ve tekne hızı daha yüksek tekneler için yapılacak çalışmalar ile elektrik tahrikli sistemlerde hatve kontrollü pervane (CPP) sistemlerinin verimliliğine yönelik daha detaylı sonuçlar alınabilir.

Bu çalışmada ölçümler belli aralıklar ile alınmıştır. Gelecek çalışmalarda sensörlerden anlık olarak alınan verilerin MATLAB yazılımı ile işlenmesi sonucu daha detaylı sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

ABB. (2015). *Electrical auxiliary propulsion.* https://library.e.abb.com/public/a61a797894b37b95c1257c8c00387350/Electrical%20auxiliary%20propulsion.pdf Erişim Tarihi: 01.12.2015

Ådnanes, A.K. (2003). *Maritime Electrical Installations and Diesel Electric Propulsion*

https://www192.abb.com/LVPCanada/Catalogues/Segment%20Information/Marine/Tech%20Paper%20Marine%20Electrical%20Installation.pdf Erişim Tarihi: 30.11.2015

Aichele, R.O. (2007) "*Diesel-Electric Propulsion Pushes Ahead*". Professional Mariner Dergisi, Kasım 2007 sayısı. s:83-88.

Ajioka, Y. ve Ohno, K. (2013) "*Electric Propulsion Systems for Ships*". Hitachi Review Dergisi, Vol.62, No.3, s:231-232.

Arrington, J.W. (1998) "*The Analysis Of Components, Designs and Operation for Electric Propulsion and Intergrated Electrical System*". Master's Thesis. United States Navy, Naval Postgraduate School, Monterey, California.

Balashov, S. (2011) "*Design of marine generators for alternative diesel-electric power systems*". Master's Thesis. Lappeenranta University of Technology, Faculty of Technology Department of Electrical Engineering.

Bosich, D. ve Sulligoi, G. (2013) *"Voltage Control on a Refitted Luxury Yacht Using Hybrid Electric Propulsion and LVDC Distribution".* 2013 Eighth International Conference and Exhibition on Ecological Vehicles and Renewable Energies (EVER). 27-30 Mart 2013. Monaco.

Compton, R.H., "Resistance of Systematic Series of Semiplaning Transom-Stern Hulls", Marine Technology, Vol. 23, No. 4, Oct 1986.

Doorduin, W., Witlox, L., Lageweb, M. ve Brakel, R.V. (2011) *"The use of electric motors for the propulsion of seagoing vessels".* The Maritime Symposium 2011. 22 Aralık 2011. Rotterdam, Hollanda.

General Electric. (2015). *Power and Propulsion* http://www.gepowerconversion.com/industries/marine/power-and-propulsion Erişim Tarihi: 01.12.2015

Hundested Propeller. (2015). *The Advantages of Controllable Pitch Propellers* http://www.hundestedpropeller.dk/cp-propellers/ Erişim Tarihi: 30.11.2015

Kallah, A. (1997) "*A Comparison of Thruster Propellers and Variable Speed Drives for DP Vessels*". Marine Technology Society Dynamic Positioning Conference. 21-22 Ekim 1997. Houston.

Kasten Marine. (2013). *Controllable Pitch Propellers* http://www.kastenmarine.com/CPprops.htm Erişim Tarihi: 30.11.2015

Koehler, H.W. ve Oehler, W. (1998) "*95 Years of Diesel-Electric Propulsion Form a Mekeshift Solution to a Modern Propulsion System*". 2nd International Diesel Electric Propulsion Symposium. 26-29 Nisan 1998. Helsinki, Finlandiya.

MAN. (2015). *Diesel-Electric Drives Guideline* http://marine.man.eu/docs/librariesprovider6/marine-broschures/diesel-electric-drives-guideline.pdf?sfvrsn=0 Erişim Tarihi: 01.12.2015

Marine Insight (a). (2015). *Electric Propulsion System for Ship – Does It Have a Future in the Shipping* http://www.marineinsight.com/tech/marine-electrical/electric-propulsion-system-for-ship-does-it-have-a-future-in-the-shipping/ Erişim Tarihi: 01.12.2015

Marine Insight (b). (2015). *Controllable Pitch Propeller (CPP) vs Fixed Pitch Propeller (FPP)* http://www.marineinsight.com/marine/marine-

news/headline/controllable-pitch-propeller-cpp-vs-fixed-pitch-propeller-fpp/ Erişim Tarihi: 30.11.2015

Masson Marine. (2015). *Propellers - CPP and FPP* http://www.masson-marine.com/en/propellers-cpp-and-fpp_03.html Erişim Tarihi: 30.11.2015

Motorship. (2014). *Stadt wins seismic ship propulsion order from Turkey,* http://www.motorship.com/news101/engines-and-propulsion/stadt-wins-seismic-ship-propulsion-order-from-turkey Erişim Tarihi: 15.12.2015

Pereira, N.N. (2007) "*A Diagnostic of Diesel-Electric Propulsion for Ships*". Ship Science and Technology Dergisi, Vol.1, No.2, s:1-14.

Sapmaz, İpek *"Sektör Sunumu",* Deniz Kaynakları ve Deniz Turizmi Birimi Yetkilisi, Deniz Ticareti ve Deniz Ulaştırması Bölümü, IMEAK Deniz Ticaret Odası, 2015.

Siemens. (2015). *Elektrikle Tahrik Sistemi* http://siemens.com.tr/web/1416-12393-1-1/siemens_urunler___cozumler/marine/uygulamalar/elektrikle_tahrik_sistemi Erişim Tarihi: 01.12.2015

Stadt. (2009). *Low Loss Drive System is Ready for Passenger Ships,* http://www.stadt.no/uploads/4/1/2/6/41267099/stadtstaschopslr09.pdf Erişim Tarihi: 02.12.2015

Tupper, E.C. (1996). *Introduction to Naval Architecture,* Butterworth Heinemann Yayınları, Oxford.

West Mekan. (2015). *Fixed Pitch Propeller* http://www.westmekan.com/propeller-equipment/fixed-pitch-propeller/ Erişim Tarihi: 30.11.2015

Yılmaz, T. (2008). *Gemi Mühendisliği El Kitabı*, Gemi Mühendisleri Odası Yayınları, İstanbul.

Young, Y.L., Witt, D.L., Motley, M.R. ve Helfers, D.P. (2012) *"Analysis of Controllable Pitch Propellers for an All-Electric Naval Combatant".* SNAME Annual Meeting & Expo 2012. 1 Ocak 2012. Houston, USA.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0033

BODRUM INTERNATIONAL OPTIMIST REGATTA BIOR BODRUM ULUSLARARASI OPTİMİST YARIŞI

[1]VOLKAN ACELE, [2]SERDAR ÇİÇEK

ÖZET

Bodrum International Optimist Regatta (BIOR) Bodrum Belediyesi Bodrum Spor Yelken Şubesi tarafından, dünyanın önde gelen turizm kenti olan Bodrum'da düzenlenmektedir. 2015 yılında BIOR'un üçüncüsü düzenlenmiş olup, her yıl katılımcı sayısının artışıyla, Uluslararası Optimist Sınıf Birliği (IODA) takviminde yer alarak Avrupa'nın önemli optimist yarışları arasına girmiştir.

Bodrum üretim kapasitesi, rüzgarı ile mevsimsel hava-deniz suyu sıcaklık derecesi ile ve bulunduğu coğrafya ile yılın oniki ayı suda geçirilebilen, yelken yapılabilen nadir kentlerden bir tanesidir. Tüm bu bileşenleri ele aldığımızda organizasyondaki amaç ise Bodrum halkına, katılımcılara ve izleyicilere denizi sevdirmek, yelken ve denizcilik kültürünün alt yapısını oluştururken bunu sağlam zeminler üzerinde kurmak, ülkemizin ve ülkemizdeki yelken sporu kültürünün tanıtımında turizme de katkıda bulunarak önemli bir sosyal sorumluluk ve spor turizmi projesini yerine getirmektir.

Çalışmada BIOR'un Avrupa optimist yarışları arasındaki önemi ve payı incelenmiştir. Daha sonra ki bölümde BIOR'un Türkiye ve Bodrum yelken sporu üzerindeki etkisi incelerek, Bodrum'da denizcilik ve turzim sektörü üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Optimist, Yelken, Yarış

[1]Antrenör., B.B.Bodrum Spor Kulübü, Yelken Şubesi, Muğla vacele@hotmail.com.
[2]Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir serdar_cicek@yahoo.com

1. GİRİŞ

Çalışmada ilk olarak Bodrum'un Türkiye üzerindeki konumu belirtilerek yelken sporu için yeri ve önemi tanımlanmıştır. Daha sonra deniz turizmi konusunda bilgi verilerek Bodrum için deniz turizminin önemi ve Bodrum'da deniz turizminin nasıl başladığı konusunda açıklamalar yapılmıştır.

Bir sonraki bölümde Bodrum ve yelken konusu başlığı altında yelken sporunun Bodrum'da gelişimi hakkında bilgi verilmiştir.

Sonuç olarak Bodrum Belediyesi Bodrum Spor Kulübü Yelken Şubesi tarafından organize edilen Bodrum International Optimist Regatta (BIOR) hakkında bilgi verilmiş ve BIOR'un Bodrum'da denizcilik sektörü ve turizm üzerine etkileri değerlendirilmiştir.

2. BODRUM, DENİZ TURİZMİ VE YELKEN

2.1.Bodrum

Bodrum, Muğla'nın 13 ilçesinden birisidir. Bodrum Türkiye'nin güneybatısında yer almaktadır. Ege Bölgesi'nde, Muğla iline bağlı bir ilçe olan Bodrum, doğu ve kuzeydoğusunda Milas, kuzeybatı, batı ve güneyinde ise Ege Denizi ile çevrilidir. İlçe kuzeyde Güllük, güneyde Gökova Körfezi arasında bir yarımada üzerinde yer almaktadır.

Şekil 1: Bodrum'un konumu
Kaynak: https://www.google.com.tr/maps

İlçe günümüzde önemli bir turizm merkezi olması ile anılmaktadır ki bunda Bodrum'un kendine has bazı özellikleri olması etkilidir. Bodrum

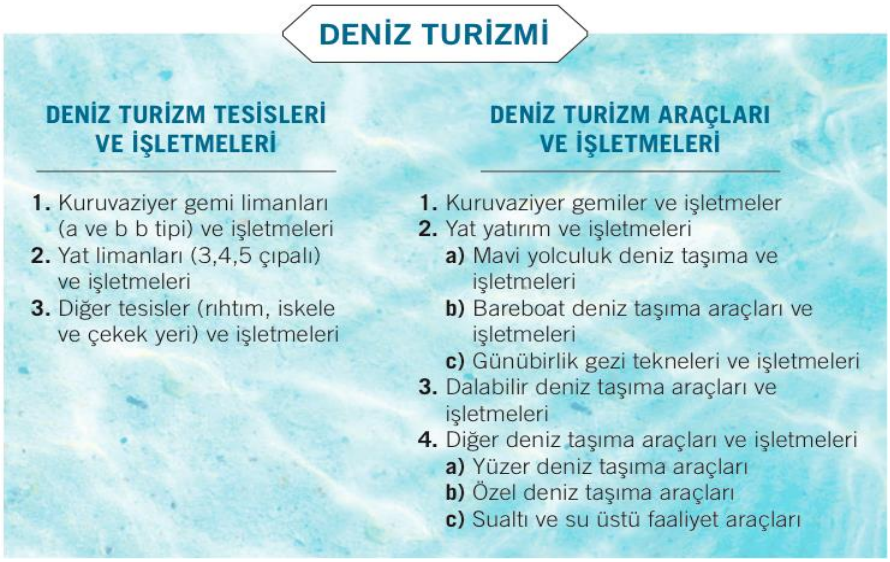
sadece Türkiye'de değil dünyada da turizm açısından bilinen bir ilçedir. Bodrum'un antik çağdaki adı *Halikarnassos'*dur. Türkçe *Halikarnas* olarak okunmuştur.

Halikarnassos'ta (Bodrum'un eski adı) M.Ö. 484 yılında doğan ve "Tarihin Babası" olarak bilinen HEREDOT'a göre Bodrum Dor'lar tarafından kurulmuştur. Daha sonra Karya ve Leleg'ler bu bölgeye yerleşmişlerdir. M.Ö.650 yılında Megeralılar gelerek şehri genişletmişler adını da Halikarnassos olarak değiştirmişlerdir. Bodrum M.Ö. 386 yılında Persler'in egemenliğine girmiştir. Halikarnassos en parlak devrini M.Ö. 353 yılında Karya bölgesinin başkenti olunca yaşamıştır. Dünyanın yedi harikasından biri olan Mausoleum bu dönemde Kral Mausolos'un anısına kız kardeşi ve aynı zamanda karısı olan Artemisia tarafından yaptırılmıştır. Bodrum M.Ö. 192'de Romalıların eline geçmiş ancak bu dönemde önemli bir gelişme göstermemiştir. M.S. 395 yılında Bizanslıların, M.S. XI. yüzyılda Türklerin eline geçmiştir. I. Haçlı savaşlarında Bizanslıların, XIV. yüzyılda tekrar Türklerin eline geçmiştir. 1415 yılında Rodos Şövalyelerinin eline geçmiş, 1522 yılında ise (Kanuni Sultan Süleyman döneminde) tekrar Osmanlı İmparatorluğuna katılmıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra adı Bodrum olarak değiştirilmiştir (www.bodrum.bel.tr)

2.2. BODRUM, DENIZ TURIZMİ VE YELKEN

2.2.1. Deniz Turizmi

Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile, onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri DENİZ TURİZMİ olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu bu meslek faaliyetleri; Yat Yatırımları ve İşletmeciliği, Mürettebatsız Tekne (Bare Boat) İşletmeciliği, Günlük Gezi Tekne İşletmeciliği, Yat Yapım, Çekek ve Tamir Hizmetleri İşletmeciliği, Yat Malzeme Satış Hizmetleri İşletmeciliği, Marina Yatırımları ve İşletmeciliği, Kruvaziyer Turizm ve Feribot İşletmeciliği, Dalış Turizmi ve Su Sporları kollarından oluşmaktadır. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'de deniz turizmi, talebin en yüksek olduğu turizm dallarından birisidir (www.denizticaretodasi.org.tr). Deniz Turizmi özetle aşağıdaki 2 bileşenden oluşmaktadır.



Şekil 2: Deniz turizminin yapısı
Kaynak: www.denizticaretodasi.org.tr

Deniz turizminin tarihi çok eski yıllara uzanmaktadır. Osmanlı şairleri, "...bir çifte kürek, bir kayıkla çıkalım sadabada..." benzeri deniz gezilerinden çokça söz etmişlerdir. Boğaz'da, Haliç□ve Göksu'da kürekli teknelerle geziler yapıldığı da bilinmektedir. Cumhuriyet Dönemi'nde birkaç adet yattan söz edilir. Şehir hatları vapurlarıyla kruvaziyer gemi gezileri de, Akdeniz'de bilinen bir deniz turizmi gezisi tipidir. Ancak, organize deniz turizmi faaliyeti, ilk kez Bodrum'da Halikarnas Balıkçısı diye anılan şair/ yazar/felsefeci Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın sürgün yıllarında, süngerci-balıkçı kayıklarıyla Gökova koylarına yaptığı gezilerle başlamıştır. (IMEAK / DTO, Nisan 2015; 3). Sonraları yabancı konukların da geziye katılmaları ile "Mavi Yolculuk" adı altında deniz gezileri yaygınlaşmıştır. Başlangıçta 6-7 m sandallarla yapılan geziler, sonraları motorlu teknelerle, Marmaris, Fethiye, Antalya gibi güzel koyların olduğu bölgelere yayılmıştır. Bu arada, çevre koylara günübirlik geziler de başlamıştır.

Yine çok eski yıllarda başlayan dalış turizmi, teknolojik gelişmeye paralel olarak su üstü sporlarının da eklenmesiyle önemli bir turizm sektörü haline gelmiştir. Tüm bu aktivitelerde deniz turizmi alanında kamuya karşı tek yetkili kuruluş, yasa ile belirlenen sorumlulukları çerçevesinde Deniz Ticaret Odası'dır.

Tüm bu sektörlerin, özellikle Antalya, Muğla (Fethiye, Marmaris, Bodrum) ve İzmir sahil şeridinde hızla gelişimi sonucunda yürürlükteki Yat

Turizmi Yönetmeliği'nin sektörün ihtiyaçlarına cevap veremeyecek hale gelmesi sebebiyle Deniz Turizmi Sektörü, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile işbirliği içinde hazırlamış olduğu 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun Deniz Turizmi ile ilgili maddelerinde yapılması istenen değişiklik taslağı 13 Ocak 2007 Tarihli Resmi Gazete'de Yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Turizm Teşvik Kanunu İle;

1- "Yat Turizmi" olan sektörün adı "Deniz Turizmi" olarak değişmiş ve genişlemiştir.

2- "Kruvaziyer Gemileri" ve "Kruvaziyer Limanları" kanun kapsamına alınmıştır.

3- "Günübirlik Gezi Teknecilği" Kanun kapsamına girmiştir.

4- Yabancı bayraklı yatların (kruvaziyer gemilerin) karasularımızda kalma süreleri 2 yıldan 5 yıla çıkartılmıştır.

4/8/1983 Tarih ve 18125 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Yat Turizmi Yönetmeliği" günümüzde Deniz Turizmi'nin hızlı gelişimi ve meslek dallarının çeşitlenmesi ve bahsekonu Turizm Teşvik Kanununun değişmesi sonucu yetersiz kalması sebebiyle Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda diğer kamu ve sektör temsilcileri ve DTO tarafından "Deniz Turizmi Yönetmelik Taslağı" çalışmaları tamamlanarak "Deniz Turizmi Yönetmeliği 24.07.2009 Tarih ve 27298 (Asıl) Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Ayrıca, 2011 yılında yayımlanan "Deniz Turizmi Yönetmeliği Uygulama Tebliği" ile sektör kayıt altına alınmaya başlanmıştır.

Bugün Türkiye'de yat bağlanacak tesis sayısı toplam 69 adete ulaşarak, 25.199 adet yat bağlama kapasitesine ulaşılmıştır. (Yat limanları, belediye iskeleleri/rıhtımları, yat çekek yerleri v.b. diğer bağlama yerleri) ÖTV indirimi ve liman indirimleri sayesinde özellikle "Yat Turizmi" ve günübirlik tekneler diğer sektörlerle rekabet edebilir konuma gelmiş ve zengin turiste hizmet veren kruvaziyer turizm çok önemli oranda artış göstermiştir (IMEAK / DTO, Nisan 2015; 4).

Tüm bu yasal çerçevede ve yukarıda belirtildiği gibi deniz turizminin faaliyet alanlarından bir tanesi de su sporlarıdır. Su sporlarının dallarından bir tanesi de hiç kuşkusuz yelkendir. Ülkemizde yelken, sportif ve turizm olarak iki yapı içinde incelenebilir. Sportif anlamda tüm faaliyetler Türkiye Yelken Federasyonu (TYF) çatısı altında toplanmaktadır. Turizm açısından ise, çok farklı aktivitileri içinde barındırmaktadır. Yelkenli teknelerle yapılan mavi turlardan, oteller deki yelkenli tekne kiralamasına kadar çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bodrum'da deniz turizmi ile ilgili faaliyet alanları kısaca şu şekilde özetlenebilir;

1406-1521 yıllarında St. Jean Şövalyeleri tarafından inşa ettirilen St.Petros Kalesi olarak bilinen "Bodrum Kalesi" günümüzde

dünyanın bilinen en önemli sualtı eserlerinin sergilendiği "Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi" olarak kullanılmaktadır.

Mavi yolculuğun doğuş ve gelişiminin merkezi olması sebebiyle "Gulet ve Tirhandil" adı verilen mavi yolculuk teknelerinin en önemli imal yeri Bodrum olup, yat yapım tersaneleri, Bodrum'da deniz turizminin gelişmesine çok büyük katkı sağlamıştır. Eşsiz güzellikteki kıyı ve koylarımıza (Güllük, Gökova, Hisarönü, Fethiye Körfezleri) yapılacak "Mavi Yolculuk" başlangıç limanı olarak genellikle Bodrum tercih edilmektedir.

Akdeniz'in en önemli sahil yerleşimlerinden biri olan Bodrum, 1900 yılı ortalarında sakin bir balıkçı kasabası iken, verimli sünger yatakları sayesinde, sünger ticaretinin yapıldığı bir merkez konumuna gelmiş ve 1980 yıllarına kadar halkının çoğunluğunun sünger ve balık avcısı olarak geçimini sağladığı bir kasaba olarak adını duyurmuştur.

Akdeniz'in en berrak sularına sahip Bodrum, yelken, su üstü ve sualtı sporları ile de çok ünlüdür. Özellikle iki gemi, bir uçak batığı ve iki doğal reef'i ile Bodrum, sualtı turizminde Akdeniz'in en önemli sualtı dalış merkezlerinden biridir.

Kültür, doğa, deniz ve Akdeniz akşamlarının iç içe yaşanabileceği uzun yaz sezonuna sahip olan Bodrum, Dünyanın En Güzel Koyları Kuruluşu'nun üyeliğine kabuledilen tek turizm beldesi olmasıyla da görülmeye değer turizm cennetlerinin başında gelmektedir (IMEAK / DTO, Nisan 2015; 12).

2.2.2. Bodrum ve Yelken

Bodrum'da yelken ve deniz turzimi denildiği zaman ilk akla gelen Bodrum deniz gemi inşaasına has yapısıyla '***Gulet ve Tirhandi***l' lerdir. 1980'li yıllarda Turizm Teşvik Yasası'nın içerdiği "Yatçılık ve Marinacılık Bölümleri", "Gulet" teknelerin ve marinaların yapımını hızlandırmıştır. Bodrum'un ilk sahiplerinden Karyalıların tirhandil teknelerinden evrilerek bugüne gelen guletler, bugün hem Türkiye ve hem de dünya denizlerinde boy göstermektedir.

Guletler önceleri balık ve sünger avcılığında kullanılıyordu. Korsan gemilerine karşı hızlı, manevra yeteneklerinin üstün olması nedeniyle Antillerde de boy göstermişlerdir. Gulet tipi tekneler seyir yaptıkları denizlere göre de farklılaşmıştır. Karadenizde daha çok yük taşımacılığında kullanılmak üzere küpeşteleri yüksekti. Bodrum guletleri sünger ve balık avcılığında kullanıldığı için küpeşteleri suya yakındı.

Ekonomi değişince, turizm ön plana çıkınca, dünyanın en güzel koylarında dünyanın en güzel ahşap tekneleri turist taşımaya

başlamıştır. Turizm geliştikçe guletler de gelişip, boyları büyümüştür. (www.muglakulturturizm.gov.tr).

Resim 1: Bodrum guletleri
Kaynak: www.bodrumcup.com

Guletlere ilave olarak, çeşitli boy ve tipteki yelkenli tekneler Bodrum'da deniz turizmine katkı sağlamakta gerek günü birlik gerekse uzun sureli kiralamalarda kullanılmaktadır.

Bodrum'da yelkenin başka anlam bulduğu alan sportif olandır. Bodrum'da sportif anlamda yelken sporunun geçmişi şu şekilde özetlenebilir. Bodrum'da yelken ilk defa Bodrumspor Kulübü çatısı altında yapılmaya başlanmıştır. Kulübün ilk yelken sporcusu ve ileri ki yıllarda da başkanlığını yapan Hüseyin Biner'in anlattıklarına göre, "1939 yılında Şarpi sınıfı bir yelkenli tekne (Olimpik bir sınıftı) Bodrum Spor'a verildi. İstanbul'dan gemiyle getirilmişti. Yelkeni donatarak seyire çıkıyorduk. 2.Dünya Savaşı başladı, hepimiz askere gittik. Tekneyi de depoya kaldırdık.Askerden dönünce bakımını yaptık ve uzun yıllar kullandık. 1950li yıllar Bodrumlu

gençler arasında yelken ilgi görüyordu. 1 Temmuzda kutlanan Denizcilik ve Kabotaj Bayramında 10-12 teknenin katıldığı yelken yarışları yapılıyordu (Hüseyin Biner ile yapılan görüşme).

Resim 2: Şarpi (Sharpie) yelkenli tekne
Kaynak: www.yachtsandyachting.com

Ülkemizde yelkenciliğin kurumsal gelişimine baktığımızda TYF bünyesinde federe yelken kulüpleri kurulmaya başlanmıştır. Bu anlamda Bodrum'da ilk yelken kulübü 1989 yılında kurulan Era Bodrum Yelken Kulübüdür. Bodrum'da 2015 yılı itibariyle yelken kulübü ve eğitim veren bir çok yelken okulu vardır. Ancak aktif olan ve 12 ay faaliyet gösteren yelken kulüpleri şu şekilde sıralanabilir (www.tyf.org.tr);

- Bodrum Açık Deniz Yelken Kulübü (BAYK)
- Bodrum Belediyesi Bodrum Spor Kulübü Yelken Şubesi
- Bodrum Era Yelken Kulübü
- Turgutreis Yelken Kulübü
- Yalıkavak Yelken Kulübüdür.

Yelken kulüpleri ve yelken eğitimi veren okulların faaliyetlerini temel olarak 2 bölümde sınıflandırmak mümkündür. Bunlardan ilki, yelken eğitimi ve bir diğeri ise TYF tarafından her yıl oluşturulan faaliyet

programında ki yarışlara katılımdır. Ayrıca bu kulüpler söz konusu yarışlara katılım yanında kendileri de gerek ulusal gerekse uluslararası düzey de yarışta organize etmektedir. Bunlardan bir tanesi Era Bodrum Yelken Kulübü tarafından organize edilen 2015 yılında 27.si yapılan " THE BODRUM CUP" ismiyle geleneksel Gulet ve Thiriandillerin katılımıyla gerçekleşen ahşap yat yarışlarıdır.

Resim 3: " THE BODRUM CUP "
Kaynak: www.bodrumcup.com

Uluslararası organizasyonlardan bir diğeri de 2013 yılından itibaren Bodrum Belediyesi Bodrumspor Kulübü Yelken Şubesi tarafından organize edilen Bodrum International Optimist Regatta (BIOR)'dır.

2.3. Bodrum International Optimist Regatta (BIOR)

Özellikle son yıllarda bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi, tüm dünyadaki yelken camiasındaki aktörlerin (kulüpler, antrenörler, sporcular, yöneticiler, uluslararası sınıf birlikleri) entegre olması ile;

* uluslararası organizasyonların bilinirliği
* uluslararası organizasyonların yapılabilirliği ve
* bu organizasyonlara katılım giderek artmaktadır.

Ülkemizde ise son yıllarda yelken sporuna olan ilgi giderek artmaktadır. Buna bağlı olarak yelken kulüplerinin sayısı, bu kulüplerde lisanslı sporcu sayısı, ulusal yarışların sayısı da artmaktadır. Tüm amatör spor dalların da olduğu gibi sporun zirvesi olimpiyat oyunlarıdır. Ülkemizdeki yelken sporcuları gerek uluslararası organizasyonlar gerekse olimpiyat oyunlarında yer almak ve buralarda başarı elde edebilmek için ulsularası sistem ile entegre olmak ve bu yapının bir parçası olmak durumdadır. Buna bağlı sporcularımız uluslararası organizasyonlarda katılma çabasındadır. Bireysel, kulüpler ve yelken federasyonu bazında da uluslararası organizasyonlara katılım her yıl giderek artmaktadır.

Bodrum International Optimist Regatta (BIOR), ilk defa 2013 yılında Bodrum Belediyesi Bodrumspor Kulübü Yelken Şubesi tarafından organize edilmiştir. Kulüp, söz konusu yarışı Bodrum Belediyesi himayesinde, Deniz Ticaret Odası Bodrum Şubesi, Bodrum Denizciler Derneği ve Bodrum Ticaret Odası destekleriyle gerçekleştirmektedir. Gerek belediyenin gerekse denizcilikle ilgili kuruluşların BIOR'a katkılarının temel amaçları;

- yelken ve deniz kültürünü sevdirmek
- denizcilik kültürünün altyapısını oluşturmak
- uluslararası arenada Bodrum'un ve ülkemizin tanıtımını yapmak
- turizme katkıda bulunmak olarak sıralanabilir (BIOR Basın Bülteni, 28 Mayıs 2013)

2015 yılında 3.sü düzenlenen BIOR'da yıllar itibariyle katılan ülke ve sporcu sayıları şu şekildedir;

Tablo 1: BIOR istatistik veriler

BIOR	Katılan Ülke Sayısı	Katılan Sporcu Sayısı
2013	20	254
2014	10	169
2015	15	276

Kaynak: www.bodrumbior.com

Resim 4: BIOR Logo
Kaynak: www.bodrumbior.com

Ülkemizde kulüp bazında değerlendirdiğimizde, ilk uluslararası organizasyon "International İstanbul Optimist Week" adı altında İstanbul Yelken Kulübü tarafından organize edilmiştir. 2015 yılında ise 13.sü düzenlenmiştir. Daha sonra kulüp bazında ise B.B.Bodrumspor Kulübü tarafından organize edilmeye başlanan BIOR ilk yılından itibaren Avrupa'da önemli optimist yarışları arasında yer almıştır. BIOR, TYF'nin sınıf olarak olarak tanıdığı Optimist sınıfında yapılan bir yarıştır. BIOR'un daha ilk yılından itibaren yüksek katılımlı olmasının sebepleri şu şekilde sıralanabilir;

- Bodrum'da hava ve rüzgar koşullarının müsait olması sebebiyle 12 ay yelken yapılabilmesi,
- Yelken kulüplerinin ve denizcilik sektörünün kurumsallaşmış olması,
- Yelken kulüplerinin tesisleşmesi ve altyapısını tamamlaması sebebiyle bu tür organizasyonlara hazır olması,
- Bodrum'da denizcilik ve yelken kültürünün yerleşmesi,
- Bodrum'da gerek yerel kurumların gerekse denizcilik ve yelkencilik sektörü içinde yer alan diğer kuruluşların yelken ile ilgili organizasyonlara destek vermesi ve sahip çıkması.

Resim 5: BIOR 2015'ten bir görüntü
Kaynak: www.bodrumbior.com

Uluslararası bir organizasyonda yer alan katılımcı grupları şu şekildedir;

- sporcular
- antrenörler
- kafile başkanları / antrenörler
- hakemler ve yarış görevlileri
- veliler

Sporcular; tablo 1'deki istatistiklerden de görüleceği üzere BIOR'a katılan ortalama sporcu sayısı 200'dür. Optimist sınıfında sporcu yaş aralığı sınıf kuralları gereği 8 ile 15 arasındadır.

Antrenörler; 200 sporcunun katıldığı bir organziasyon da ortalama olarak bir takım 6 -7 kişiden oluştuğundan bu sayıdaki sporcu kafilesine 40 kişilik bir antrenör grubu yer almaktadır.

Kafile başkanları / Yöneticiler; Optimist sınıfında yarışan sporcu yaş grubu aralığı 8-15 aralığında olduğundan (sporcu 18 yaş altı) mutlaka 1 kafile başkanı veya yönetici yer almak durumundadır. Takım başına 1 kafile başkanı ya da yönetici yer aldığından bu sayı da 200 kişilik bir sporcu grubunda 40 kişidir.

Hakemler ve yarış görevliler; bir organizasyonun gerçekleşmesi için hakem ve yarış görevlilerinin sayısı ortalama 30 civarındadır.

Veliler; optimist sınıfında yaş aralığı 8-15 arasında olduğundan sporcuların kendi illeri ve ülkeleri dışında ki yarışlara bir çoğunun velisi de beraberinde katılmaktadır.

Sonuç olarak, 200 kişilik bir optimist yarışında toplam katılımcı sayısı ortlama 450- 500 kişi aralığında değişmektedir.

Resim 6: BIOR Açılış Töreni

www.bodrumbior.com

Resim 7: BIOR 2014'ten bir yarış görüntüsü
Kaynak: www.bodrumbior.com

Resim 8: BIOR 2014'ten ödül töreni
www.bodrumbior.com

Yukarıda belirtilen tüm katılımcıların yer aldığı bir yarışta katılımcıların yarış yerine gelmesinden yarış yerinden ayrılmasına kadar bir yarış süreci şu şekilde gerçekleşmektedir;

- Katılımcıların yarış yerine ulaşımı

Bu ulaşım, şehre ulaşım yanında katılımcıların konaklama yapacağı otel ve yarış alanına ulaşımını da içerir.

- Organizasyon boyunca otelde konaklama
- Yarış yapıldığı kulüp yada yarış alanının ve sosyal alanların kullanımı
- Organizasyonun yapıldığı şehirde geçirilen zaman ve şehrin kullanımı
- Organizasyonun yapıldığı şehirin kültürel ve turizm açısından kullanımı

Yukarıda belirtilen süreç çerçevesinde bir uluslararası yarışın ve dolayısıyla BIOR'un denizcilik sektörü ve deniz turizmi üzerindeki etkisi ve katkısı yukarıda ki maddeler bağlamında değerlendirilebilir.

- Bunlardan ilki ve en önemlisi yarış yeri ve konaklama yapılan yere varmak için yapılan ulaşım ve transferdir. Bu ulaşım ve transfer masrafları bir tüketim olgusu olarak, organizasyonun yapıldığı şehir için ekonomik bir katkıdır. Bu kalem için de ekonomik katkıya ek olarak, katılımcıların şehir içinde

yaptığı ulaşım ve transfer harcamaları da eklenebilir.

- Organizasyon boyunca katılımcıların yaptığı konaklama için gerçekleştirdiği harcamalar bir ekonomik katkıdır ve en önemli harcama payını oluşturmaktadır.
- Organizasyonun yapıldığı yarış alanı ve kulüpte sosyal alanların kullanımı, burada yapılan tanıtım faaliyetleri ve burada ki sosyal etkinliklere katılım yaratılan bir ekonomik değerdir.
- Organizasyonun yapıldığı şehirde geçirilen zaman ve şehrin kullanımı, organizasyona katılan katılımcılar için şehir için en önemli tanıtım ve şehrin bilinirliği için bir çok önemli bir fırsattır. Şehirdeki kültürel ve tarihi yerlerin tanıtımı, ekonomik anlamda şehrin kullanımı en önemli etkilerdir.

Buradaki tarihi eser, kültürel alanların kullanımı şehrin bilinirliğini arttırmakta ve tanıtımına katkı sağlamaktadır. Vurgulanması gereken başka bir husus, Bodrum'un yelken sporuna katkısı ve yelken sporunun Bodrum'a katkısı arasında her iki yönlü bir etkileşim vardır.

Tablo 2: Etkileşim

Bodrum'un Kültürel Soyal ve Turizm açısından bilinirliği	➔ ➔ Yelken Sporu

Kaynak: Yazar

Bodrum'un kültürel, sosyal ve turizm açısından bilinirliği, mevsimsel koşullar sebebiyle yelken sporunun 12 ay yapılabilmesi, yelken sporunun kurumsallaşmış olması ve önem verilmesi, altyapı ve tesisleşmenin tamamlanması, denizcilik ve yelken kültürünün yerleşmiş olması Bodrum'u yelken sporu için cazip bir konum haline getirmektedir.

Bodrum'da yelkenin her sınıfında (ahşap yat ve gulet yarışları, yat yarışları, optimist ve laser gibi küçük tekne sınıflarının yarışları) yapılan etkinlikler, ve bunların bilinirliğinin artması Bodrum'da her geçen yıl daha çok yelken faaliyetinin yapılmasına da katkı sağlamaktadır. Bu faaliyetlere örnek;

- her yıl okulların yarıyıl tatiline girdiği dönemde Yelken Federasyonu takviminde yer alan ulusal yarış son 10 yıldır Bodrum'da

yapılmaktadır.

- Bir yelken sınıfı olan Dragon teknelerinin yarışları son 3 yıldır hep Bodrum'da yapılmaktadır.

Çalışmada, uluslararası bir organizasyonun, yapıldığı şehir üzerindeki etkileri tespit edilmiştir. Ancak Bodrum uluslararası arenada turizm ve tanınmışlık açısından bilinirliği yüksektir. Yapılacak uluslararası bir organizasyonun Bodrum'da yapılacak olması, o organizasyona katılımın artması yönünde olumlu bir etkisi vardır. Bu karşılıklı etkileşim sebebiyle yelken sporu Bodrum' da her geçen giderek önemli bir faaliyet haline gelmektedir.

Bu kapsamda da BIOR 2013 yılından itibaren Bodrum'da ki yelken ve denizcilik ile ilgili kurumların katkılarıyla düzenlenmektedir. BIOR, ekonomik, sosyal ve kültürel bağlamda deniz turizmine katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

IMEAK DTO, "*Deniz Turizminin Bugünü, Dünü ve Sürdürelebiliriliği*," Nisan 2015

Bodrum International Optimist Regatta, *Basın Bülteni*, Mayıs 2013

Biner Hüsnü, *Yapılan Görüşme*, 12.12.2015

Bodrum Belediyesi (2015). *Bodrum Tarihi*, http://bodrum.bel.tr/bodrum-tarihi.html Erişim Tarihi: 09.11.2015

Deniz Ticaret Odası (2015). *Deniz Turizmi Çalışma Grubu*, http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/DTCalismaGrubu.aspx Erişim Tarihi: 10.12.2015

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2015). İlçelerimiz Bodrum, http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,73785/bodrum.html Erişim Tarihi: 12.12.2015

Bodrum Cup (2015). Bir Yelken Yarışından Fazlası, http://www.bodrumcup.com/yelken-yarisindan-fazlasi-48 Erişim Tarihi: 10.12.2015

Bodrum International Optimist Regatta (2015). Yarış Hakkında, http://www.bodrumbior.com/information-p15.html Erişim Tarihi: 10.12.2015

Bodrum'un Konumu (2015). https://www.google.com.tr/maps Erişim Tarihi: 09.12.2015

Türkiye Yelken Federasyonu (2015). *Sınıflar*, http://www.tyf.org.tr/sayfalar/siniflar Erişim Tarihi: 08.11.2015

www.yachtsandyachting.com Erişim Tarihi: 10.12.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0034

YELKEN YARIŞ ORGANİZASYONLARININ LOJİSTİK SÜREÇLERİ ÜZERİNE KEŞİFSEL BİR ARAŞTIRMA

[1]Serim PAKER, [2]Batuhan ÇULLU, [3]Neslihan PAKER, [4]Serdar 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, düzenlendikleri 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.

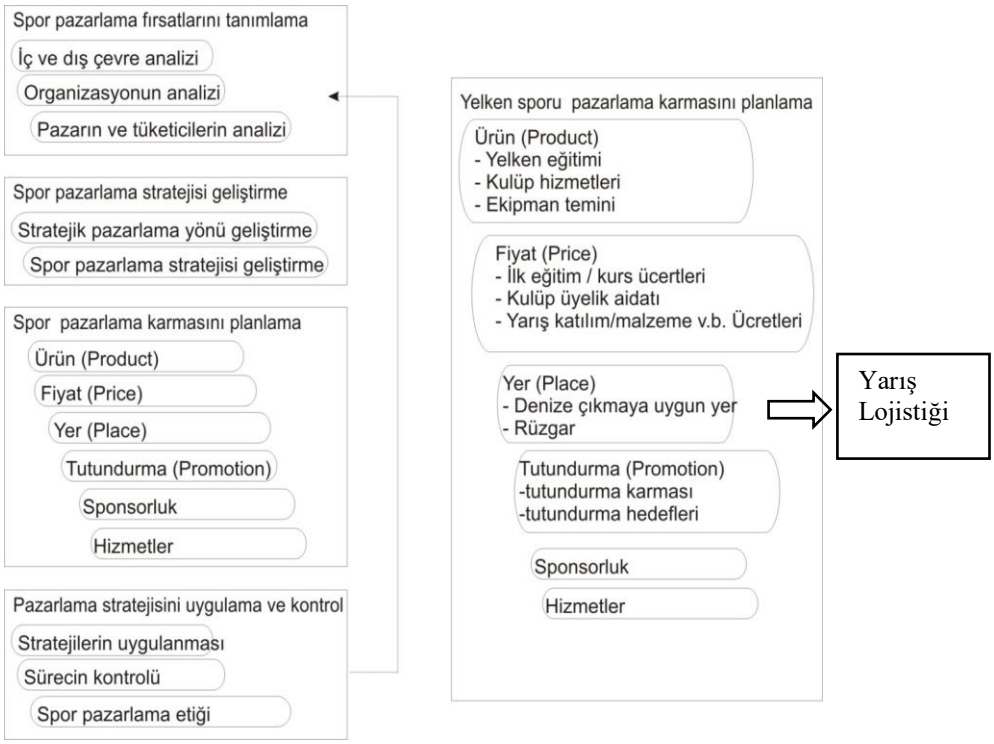
Öte yandan, deniz turizmi, çevrelendiği destinasyona ciddi düzeyde sosyo-ekonomik katkılar sunan ve deniz araçları ile denizde yapılan turistik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'nin deniz turizminden sağladığı döviz girdisi yılda yaklaşık 5 milyar dolardır (DTO, 2015, s. 4). Deniz turizminin, 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 inter-disipliner alan olduğundan, çalışma konuları üzerinde literatürde çeşitli farklılar vardır.

Ömer Baybars Tek ve İlkay 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.

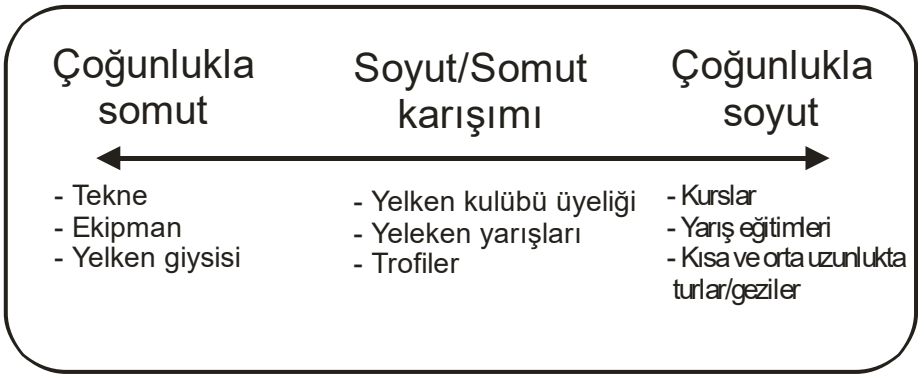
4. ORGANİZASYON LOJİSTİĞİ

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 kurulumu, 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 içerisindedir.

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

	- Tesis planları - Servis anlaşmaları - Beklenmedik durumların planlanması - Paketleme ve birleştirme - Tersine lojistik faaliyetleri - Ulaşım ve trafik yönetimi	- 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 tedariği 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 yazınını birleştirilerek organizasyon lojistiğinin temel fonksiyonları ve karşılık gelen işlevleri Tablo 4'deki gösterilmiştir.

Tablo 4: Lojistik Fonksiyonlara Göre Organizasyon Lojistiğinin İşlevleri

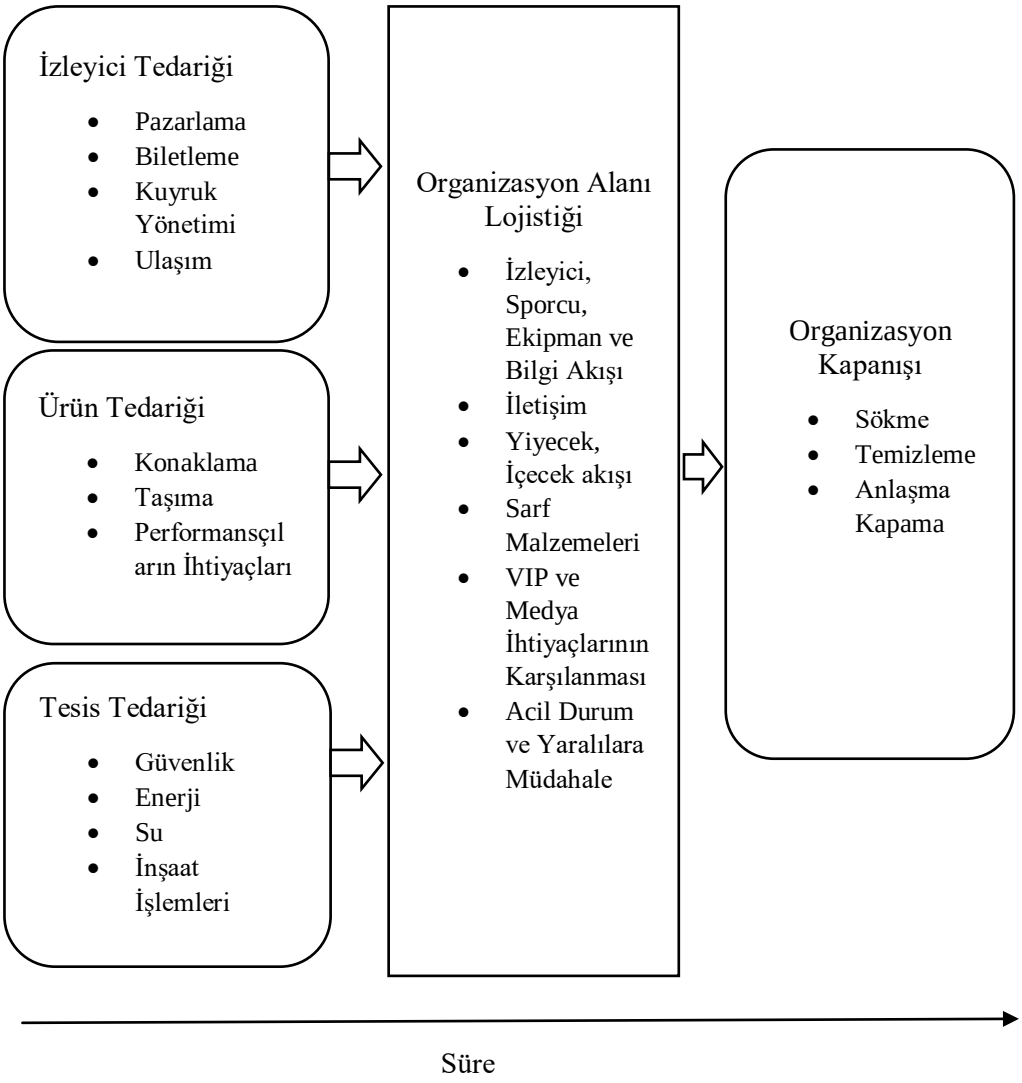
Fonksiyonlar	İşlevler
Depolama ve Saklama	- Sarf malzemeleri - Yiyecek ve içecek - Enerji kaynakları - Su
Tedarik	- Ekipman - Performansçı - Sarf malzemeleri - Yiyecek ve içecek
İletişim	- Birimler arası - İzleyiciler ile organizasyon arası - Performansçılar ile organizasyon arası - Organizasyon ile yerel otoriteler arası

Ulaştırma ve Trafik Yönetimi	- İzleyici - Performansçı - Bilet - Sarf malzemeleri - Yiyecek ve içecek - Ekipman - Kuyruk yönetimi
Tersine Lojistik	- Ekipmanın geri gönderilmesi - Söküm - Alanın tekrar tertip edilerek teslim edilmesi - Atık yönetimi
Yedek Parça ve Hizmet Desteği	- 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, performansçıların ve ekipmanların doğru zamanda, doğru yerde olmalarının organizasyon lojistiğinin temel işlevlerinden biri olduğu sonucunu doğurur.

Bu durumda performansçının organizasyonun yapılacağı yerleşim yerine kadar tüm ulaşımlarının planlanması ve uygulanması, konaklama yerinin belirlenmesi, konaklama yerinden organizasyon alanına kadar ulaşımı ve performansçının 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 işlemesi için elzem bir lojistik sorumluluk olmaktadır.

Son olarak izleyicilerin ulaşımlarının planlanması, müşteri tedariği 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 yarışı 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 dağıtımı, 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 yapılanması 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 Büyükada, 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)

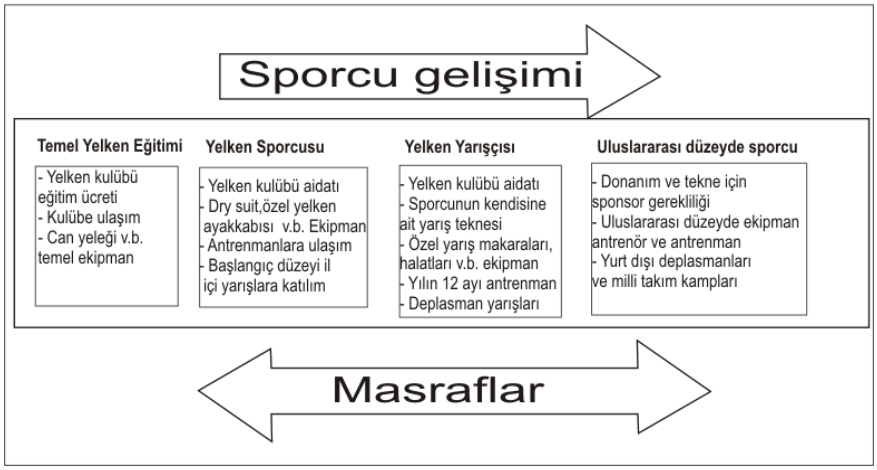
Yukarıda da belirtildiği gibi, yelken federasyonunun amaçlarından bir tanesi de ülkemiz denizlerinde ve iç sularında yelken

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 bulundukları organizasyonları anlatmaları

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

Bir optimist yelken yarışı düzenlenirken ilk iş tarihe karar verilmesi adımıdır. 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.

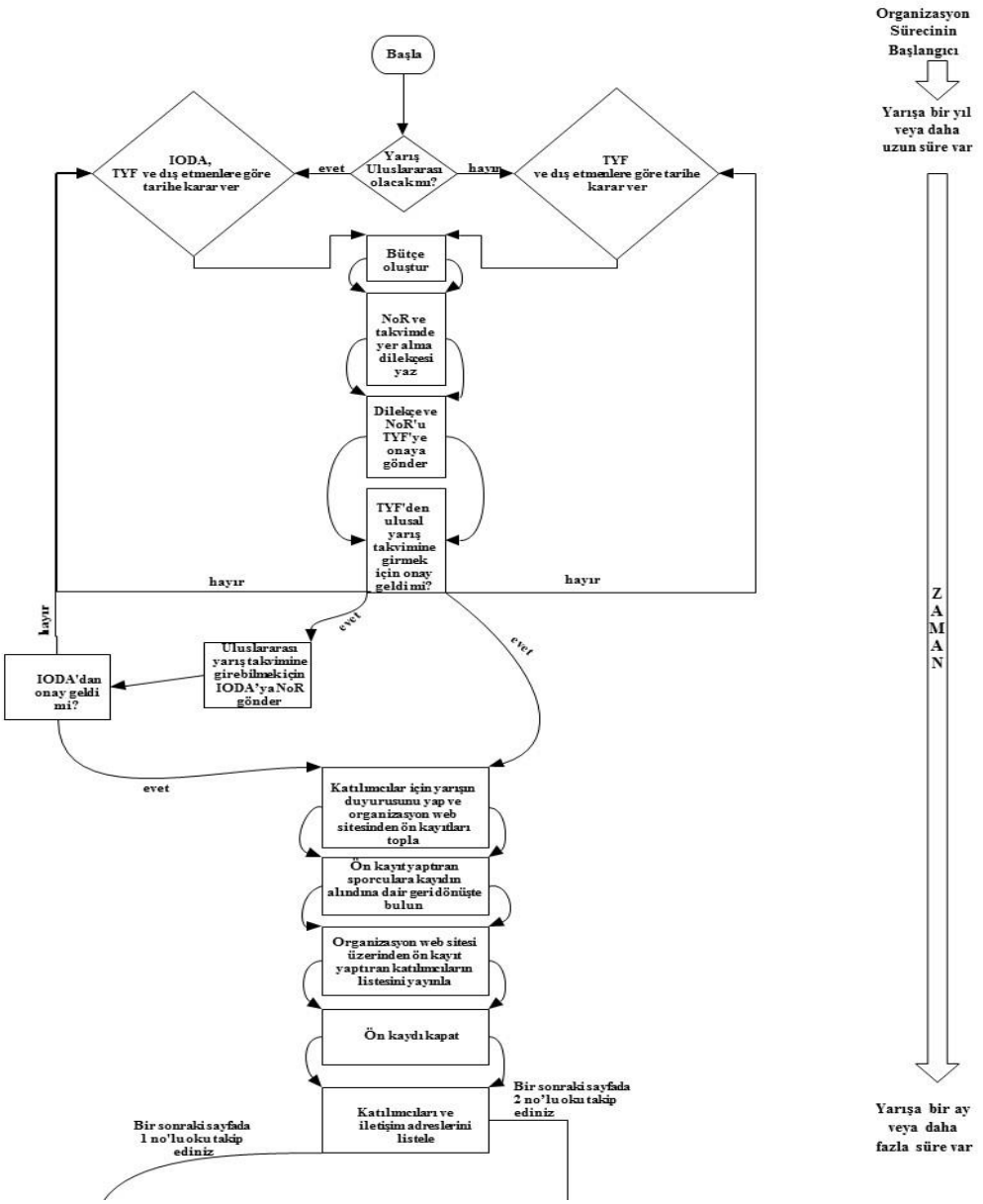
Gerekli ekipmanlar, yarış tekneleri, antrenör ve kurtarma botları yarış alanında hazır bulunur ve gerekli kontrolleri yapılır. Antrenör ve kurtarma botlarının yakıtları temin edilir.

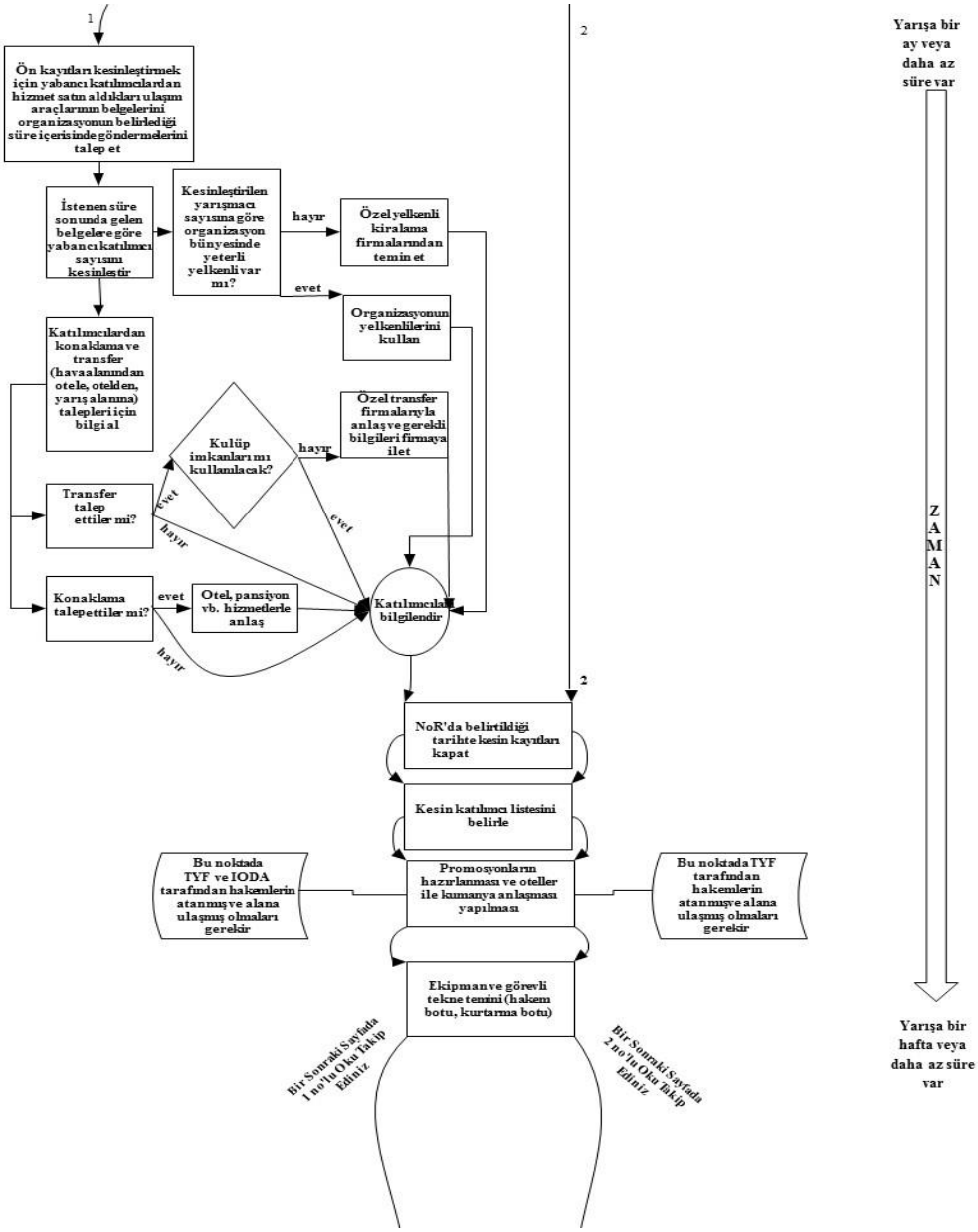
Yarışmacıların yarış alanına gelişi sonrası, açılış töreni gerçekleştirilir. Bazı organizasyonlarda, şehir merkezinde tüm takımların, bayrakları ve flamaları ile katıldıkları, toplu bir resmi geçitte düzenlenir. Yarışlar NoR'da ilan edilmiş tarihler arasında gerçekleştirilir. Yarışlar

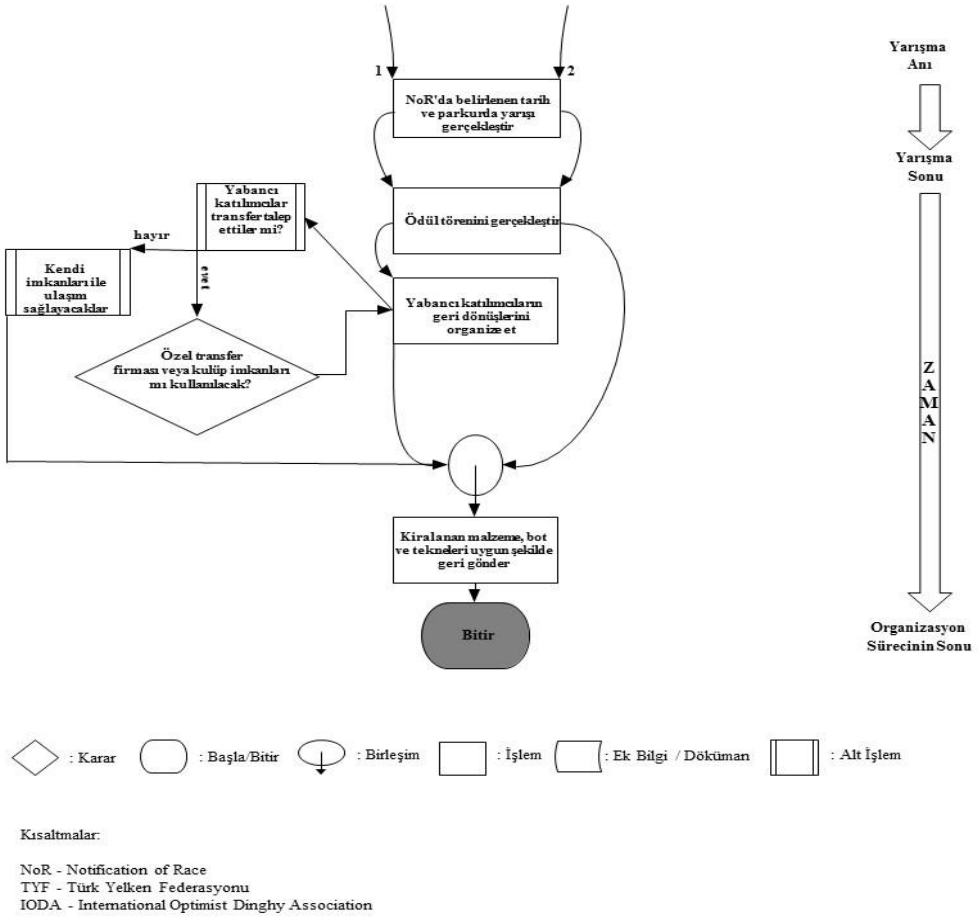
sonrasında kapanış/ödül törenleri ile etkinlik sonlanır. Sonuçlar web sitesi üzerinden duyurulur.

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

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


Organizasyon Sürecinin Başlangıcı
Yarışa bir yıl veya daha uzun süre var
Başla
IODA, TYF ve dış etmenlere göre tarihe karar ver
evet
Yarış Uluslararası olacak mı?
hayır
TYF ve dış etmenlere göre tarihe karar ver
Bütçe oluştur
NoR ve takvimde yer alma dilekçesi yaz
Dilekçe ve NoR'u TYF'ye onaya gönder
TYF'den ulusal yarış takvimine girmek için onay geldi mi?
hayır
hayır
hayır
evet
evet
Uluslararası yarış takvimine girebilmek için IODA'ya NoR gönder
IODA'dan onay geldi mi?
evet
Katılımcılar için yarışın duyurusunu yap ve organizasyon web sitesinden ön kayıtları topla
Ön kayıt yaptıran sporculara kayıdın alındına dair geri dönüşte bulun
Organizasyon web sitesi üzerinden ön kayıt yaptıran katılımcıların listesini yayınla
Ön kaydı kapat
Katılımcıları ve iletişim adreslerini listele
Bir sonraki sayfada 2 no'lu oku takip ediniz
Bir sonraki sayfada 1 no'lu oku takip ediniz
ZAMAN
Yarışa bir ay veya daha fazla süre var


1
Ön kayıtları kesinleştirmek için yabancı katılımcılardan hizmet satın aldıkları ulaşım araçlarının belgelerini organizasyonun belirlediği süre içerisinde göndermelerini talep et
İstenen süre sonunda gelen belgelere göre yabancı katılımcı sayısını kesinleştir
Kesinleştirilen yarışmacı sayısına göre organizasyon bünyesinde yeterli yelkenli var mı?
hayır
Özel yelkenli kiralama firmalarından temin et
evet
Organizasyonun yelkenlilerini kullan
Katılımcılardan konaklama ve transfer (havaalanından otele, otelden, yarış alanına) talepleri için bilgi al
Kulüp imkanları mı kullanılacak?
hayır
Özel transfer firmalarıyla anlaşı ve gerekli bilgileri firmaya ilet
evet
Transfer talep ettiler mi?
evet
hayır
Konaklama talepettiler mi?
evet
Otel, pansiyon vb. hizmetlerle anlaş
hayır
Katılımcılar bilgilendir
2
2
NoR'da belirtildiği tarihte kesin kayıtları kapat
Kesin katılımcı listesini belirle
Bu noktada TYF ve IODA tarafından hakemlerin atanmış ve alana ulaşmış olmaları gerekir
Promosyonların hazırlanması ve oteller ile kumanya anlaşması yapılması
Bu noktada TYF tarafından hakemlerin atanmış ve alana ulaşmış olmaları gerekir
Ekipman ve görevli tekne temini (hakem botu, kurtarma botu)
Bir Sonraki Sayfada 1 no'lu Oku Takip Ediniz
Bir Sonraki Sayfada 2 no'lu Oku Takip Ediniz
Yarışa bir ay veya daha az süre var
ZAMAN
Yarışa bir hafta veya daha az süre var



Şekil 2: Yelken Yarışlarında Organizasyon ve Lojistik Süreç Akış Diyagramı

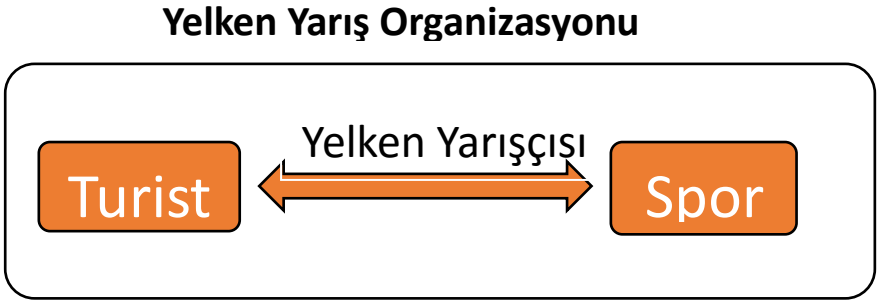
7. SONUÇ VE ÖNERİLER

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. Katılınılacak etkinliklere karar veren çoğu zaman antrenördür. Sporcunun 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 zorunluluktur. 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 ölçümlenmesi önerilebilir. Söz konusu beklenti ölçeğinin tasarımında, 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.



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 ayni 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). Autonomious 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). *Succesful Event Management: A Pratical 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.

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0035

DENİZ TURİZMİNDE E-TİCARET VE SOSYAL MEDYA PAZARLAMALARI

[1]Barış BOZKURT

ÖZET

Günümüzde, teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, işletmeleri değişime yönlendirmektedir. İnternet, bilgiye kolay ve hızlı ulaşabilmeyi sağlamakla birlikte yine aynı hızla bilginin tüketilmesine de neden olmaktadır. TÜİK verilerine göre, Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı %92.50, Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı %69.50 olup her geçen yıl bu değer yükselmektedir. Ayrıca kullanıcıların internet ve sosyal medyada geçirdikleri süre, televizyon başında geçirdikleri süreden her geçen gün artmakta olduğundan İnternet ve Sosyal Medya yeni yüzyılın en büyük iletişim ve reklam araçlarının başında gelmektedir. Bu noktada Deniz Turizm işletmeleri pazarlama süreçlerini yeniden yapılandırmak durumundadırlar.

Bu çalışmanın amacı, İnternet üzerinde, E-ticaret sitelerinin ve Sosyal medya ağlarının pazarlama aracı olarak, Deniz Turizm sektöründe kullanımını ortaya koymak ve işletmeleri, bu fırsatları değerlendirme ve çözüm yollarının araştırılması hususunda yönlendirmektir. Araştırmada Deniz Turizm İşletmelerinin web siteleri ve Sosyal Medya üyelikleri incelenmiş ve içerik analiz yöntemi kullanılarak sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: E-Ticaret, Pazarlama, Reklam, Sosyal Medya

1. GİRİŞ

1.1. Pazarlama

Firmaların, hangi malların veya hizmetlerin müşterilerinin ilgisini çekeceğini tayin etmeleri ve satış stratejileri belirlemeleri sürecidir. Pazarlama süreci, bir bütünleştirilmiş süreç olup bunun vasıtasıyla firmalar müşterileri için değer yaratmakta ve bunun karşılığında müşterilerden değer kapabilmek için güçlü müşteri ilişkileri kurmaktadırlar. (Philip Kotler, *Principles Of Marketing*, 2008: 17)

Pazarlama; örgüt ve paydaşlarına fayda sağlayacak şekilde, müşteriler, iş ortakları ve toplum için değer yaratmaya, iletmeye ve

müşteri ilişkilerini yönetmeye yönelik bir süreçtir. (AMA: American Marketing Association -APB: Amerikan Pazarlama Birliği)

McKenna R ise pazarlama prensiplerinden birincisini `Pazarlama her şey, her şey de pazarlamadır` olarak tanımlamıştır. (Harvard Business Review , 1991: 69)

1.2. Sosyal Medya

Sosyal medyaya dair farklı kaynaklarda birçok tanım yapılmıştır. Buna dair, "Wikipedia" isimli internet sayfasındaki tanım şöyledir; "Çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Ayrıca sosyal medya; kişilerin internet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımların bütünüdür. Sosyal medya aynı zamanda "Kullanıcıların Ürettiği İçerik" ve "Müşterilerin Ürettiği Medya" kavramlarını da ortaya çıkarmış, bu yapısıyla da ticari plandaki anlamını kazanmıştır.

Sosyal medya herhangi bir sosyal pozisyonu fark etmeksizin isteyen her ferdin, paylaşmak istediği her türlü veriyi internet platformları üzerinden yayınlayabilmesidir. Sosyal Medya kullanımı internet teknolojilerindeki hızlı gelişmelere paralel olarak artmaktadır.

Sosyal Medya, kişinin kendisinin ürettiği içeriği, yayınladığı ve paylaştığı her türlü platformun genel adıdır. Klasik medyadan en büyük farkı, karşılıklı bir iletişimin söz konusu olmasıdır. Kişilerin birbirleriyle, kurumların kişilerle doğrudan iletişim kurabildiği ve geri dönüş alabildiği bir platformdur. (Trendweek, 2010)

Andreas Kaplan ve Michael Haenlein'e göre ise sosyal medya; "Web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütünüdür". (Kaplan ve Haenlein, 2010: 59–68)

En yalın anlatımla sosyal medya, bireylerin internet üzerinden yer ve zaman sınırlaması olmaksızın fikirlerini ve görüşlerini belirtmelerine olanak sağlayan, internetin sunduğu multimedya özelliklerini sınırsız bir şekilde kullanım imkânı tanıyan, aynı zamanda başka bireyler ile karşılıklı görüş alışverişine ve paylaşıma dayalı bir interaktif ortamın varlığını hayata geçiren, bir geniş tabanlı platform olarak tanımlanabilir. (Bulunmaz, 2011:19)

Yeni kişilerle tanışmak, yeni dostluklar kurmak gibi avantajları, yeni bir kitle iletişim aracı olması, sosyal ağları farklı bir boyuta taşımakta, sosyal medyayı hayatın merkezine daha fazla yaklaştırmaktadır. Online sosyal ağların sosyal hayatı küçülttüğünden ziyade, etkileşim ve paylaşımı artırdığı için kişileri daha sosyal bir canlıya dönüştürdüğü söylenebilir. Sosyal medya ortamlarının geniş

kitleler arasındaki kapsamlı etkileşim sağlaması bu mecraların farklı amaçlara yönelik olarak kullanılması sonucunu da çıkarmıştır. Sosyal ağlardaki değişim ve gelişim sosyal medya mecralarının pazarlama amacına uygun olarak da kullanılmasına imkân tanımaktadır. Sosyal medyanın bu özelliğini fark eden kurumlar da bu durumu dikkate almış ve pazarlama yöntemlerinde yenilenmeye gitmişlerdir.

2. PAZARLAMADA YENİ YAKLAŞIMLAR

Pazarlamada yeni yaklaşımlarla ilgili olarak yapılan değerlendirmelerde, pazarlama faaliyetinin işlevselliğine yönelik olarak ortaya çıkmış birçok kavram vardır. Bu bağlamda değişik isimler altında çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlar arasında, bire-bir pazarlama, müsaadeye bağlı (permission marketing) pazarlama, müşteri odaklı (customer oriented marketing) pazarlama, esnek (adaptive marketing) pazarlama, mikro (micro marketing) pazarlama, ilişkisel (relationship marketing) pazarlama, kitlesel bireyselleştirme (mass customization), etkinlik pazarlaması (event marketing), bulaşıcı pazarlama (viral marketing) veritabanlı pazarlama, tavsiye pazarlama (word of mouth), vb. sayılabilir. Bazı yaklaşımlarda bu kavramların pazarlama olarak ifade edilmesi pazarlama kavramının genel çerçevesine uygun bulunmamaktadır. Ancak, pazarlama tekniği olarak da ifade edebileceğimiz bu kavramların hepsinin ortak dayanak noktası, pazar ve müşteri odaklı olmalarıdır (Kaşlı, İlban ve Şahin, 2012).

2.1. Geleneksel Pazarlama`dan İnternet Pazarlamasına Geçiş

Pazarlama içeriğinde yönlenme, bir firmanın sağladığı mala veya hizmete karşı, özellikle müşterileri ve nihai kullanıcıları ile ilişkili olarak gösterdiği algılamalar ve davranışlarla ilgilidir. Tarih boyunca pazarlama, müşterilerin zevklerinin hızla değişmesi dolayısıyla dikkat çekecek şekilde gelişme göstermiştir.

Son yıllarda bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve internetin çok popüler bir iletişim aracı olarak kullanılışı dolayısıyla diğer bir pazarlama biçiminin daha ortaya çıktığı söylenebilir. Bu yeni durum genellikle internet pazarlaması olarak anılmakta ve e-pazarlama, çevrimiçi pazarlama, arama aracı pazarlaması, masaüstü reklamlama veya internet sosyal ilişkiler pazarlaması gibi değişik isimler de verilebilmektedir. Bu pazarlama yöntemi gerçek ve potansiyel müşterileri daha detaylı şekilde tanımlayarak pazarlamayı şahsileştirilmiş pazarlama, hatta teke-tek pazarlama olarak da tasvir edebilmektedir.

Tablo 1: TUIK Bilgi Teknolojileri Kullanım İstatistiği

Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2015 Information Society Statistics, 2004-2014	**%**
	2015
Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı ICT Usage in Enterprises	
Bilgisayar Kullanımı - Computer Usage	95.2
İnternet Erişimi - Internet Access	92.5
Web Sitesi Sahipliği - Having Website	65.5
Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı ICT Usage in Households and Individuals	
Bilgisayar Kullanımı (Toplam)- Computer Usage (Total)	54.8
Erkek - Male	64.0
Kadın - Female	45.6
İnternet Kullanımı (Toplam) - Internet Usage (Total)	55.9
Erkek - Male	65.8
Kadın - Female	46.1
Hanelerde İnternet erişimi - Households with access to the Internet	69.5

Teknoloji ve buna bağlı olarak globalleşerek değişen dünyada kaçınılmaz olarak pazarlama şekli ve yöntemleri de hızla değişmektedir. Geleneksel pazarlama anlayışı özellikle internetin hareket kabiliyetini artırması ve çeşitlendirmesi ile günümüz mobil teknolojilerinin sunduğu hız ve ulaşılabilirliğe bağlı olarak değişmeye başlamıştır. Bundan on yıl öncesine göre günümüzde tamamen yeni kavramlar, teknikler ve mecralar ortaya çıkmıştır. Sosyal medya mecraları bunların en etkin ve yaygın olanlarından birisidir.

İşletme, kendi çıkarları ile tüketici çıkarlarını uygun bir denge içinde tutarak varlığını sürdürebilir. Bunun için de, stratejik planlama ve stratejik pazarlama planlaması çalışmaları ile tüketici ihtiyaçlarını pazarda doğan fırsatları ve riskleri etkin bir biçimde izleyip değerlendirmesini bilmelidir (Mucuk, 2002: 9).

Sosyal medya tam da bu noktada dikkate alınması gereken bir sürecin parçası olmaktadır.

Sosyal medya, firmaların kurumsal iletişim mesajlarını yayabildikleri ve kriz yönetimi, etkinlik yönetimi, kamuoyu oluşturma, paydaşlarla işbirliği gibi uygulama alanlarını destekleyebildikleri en yeni iletişim kanallarıdır. Sosyal medya kanallarının ölçülebilir ve izlenebilir olması, hızlı bilgi paylaşımı ve yayımına olanak vermesi örgütlerin hedef kitleleriyle iletişiminde aranan önemli özellikler arasındadır.

2.2. Sosyal Medya Ve Pazarlama

Pazarlama bölümü çalışanlarının tutundurma faaliyetleri çerçevesinde en çok önem verdikleri konulardan birisi potansiyel/mevcut müşterileri ile yer ve zaman kısıtları olmadan iletişim kurabilmek ve bilinirliklerini arttırmaktır (Barutçu, 2011: 8). Bu amaçlara ulaşmada en etkin kullanılabilecek araçlardan biri de sosyal medyadır. Sosyal medya bireylerin video, fotoğraf, görüntü, yazı, karikatür, fikir, dedikodu, haberler gibi içerikleri paylaşmak için kullandığı çevrimiçi (online) kaynaklardır ve bu kaynaklar blogları, sosyal ağları, mesaj panolarını, podcastleri ve wikileri içermektedir. Sosyal medya uygulamalarının yaygın örnekleri; Instagram ve Flickr (çevrimiçi fotoğraf paylaşım sitesi), Wikipedia (bilgi, referans), Facebook ve Myspace (sosyal ağ), Twitter (mikro blog), del.icio.us (işaretleme, etiketleme) ve World of WarCraft (çevrimiçi oyun) tır (Drury, 2008). Bireylerin, politikacıların, kamu ve özel kuruluşlarının ve sivil toplum örgütlerinin de yer almasının kaçınılmaz olduğu bu platformlar, olumlu veya olumsuz pek çok farklı amaca hizmet etmektedir.

Ancak Sosyal medya tek başına bir pazarlama amacı olmaktan çok, kurumların değişen şartlara göre geliştirdikleri pazarlama alanlarından sadece birisidir. Sosyal medya diğer pazarlama yöntemleri ile bütünleyici ve destekleyici olarak varlık gösterir.

Sosyal medyada pazarlama, pazar ve müşteri odağında etkinlik kazanma temel aracı olarak ortaya çıkmıştır ve her geçen gün daha etkin olarak varlığını hissettirmektedir. Sosyal medyayı diğer pazarlama yaklaşımlarından ayıran en önemli özelliklerinden birisi, diğer tüm yöntemlerdeki karakteristik birçok özelliği içinde barındırmasıdır.

Geleneksel pazarlama araçları olan; televizyon, açık hava yöntemleri, yüz-yüze pazarlama vb. den sonra ortaya çıkan ve tüm dünyayı bir pazar hâline getiren internet ağı, son yıllarda yaygınlaşan ve etkisini günden güne artıran bir mecra olup, teknolojik ilerlemeler sosyal medyayı önlenemez bir şekilde ön plana çıkarmaktadır.

Internet pazarlama yönteminde, müşteri interaktif olarak, ürün hakkında daha detaylı bilgiye sahip olabilir. Posta, telefon ve yazışmadan veya iletişimden doğabilecek masraflar sıfır veya sıfıra yakındır. E-pazarlama dünya pazarına açılma ve keşfetme fırsatı tanır. Reklamların

maliyeti düşük ve etkilidir. Devamlı değiştirebilir ve ölçüm alınılabilir. Sınır ötesi müşterilere sahip olunabilir.

İşletmeler, online kataloglarına sınırsız sayıda ürün koyabilir ve çıkartabilirler. Kupon ve promosyon (ücretsiz ürün, yazılım ve düşük fiyatlı satışlar) sunarak satışlarını artırabilirler. Marka oluşturabilir ve küresel hale getirebilirler. Sayfalarında reklam yayınlayarak gelir elde edebilir, reklamlarını test edebilirler. (Mestçi, 2012)

Sosyal medya araçları da esasen internet imkânlarının kullanılması ile ortaya çıkmışsa da bunun mobil ortamlara hızlı adaptasyonu sosyal medyayı bir adım öteye taşımıştır. Klasik internet ortamı yukarıda sayılan avantajları sağlarken, sosyal medya ortamı bunlara ilave olarak müşteri ile daha samimi bir iletişim sağlar.

3. TURİZMDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Bilindiği üzere; turizm bir hizmet endüstrisidir. Dolayısıyla turizm ürünleri fiziksel ürünlerden farklı niteliklere sahiptirler. Bu anlamda farklı kişilerin deneyimlerinden ve tavsiyelerinden etkilenilmesi daha fazla olmaktadır. Ayrıca turizmde itibar amaçlı tüketim de oldukça yaygındır. Turistik ürünler duygulara hitap etmekte ve sübjektif değerlendirmeye tabi olmaktadır. Dolayısıyla; kullanıcılar tarafından deneyimlerin paylaşılması ve başkalarınca da tavsiye edilmesi tüketiciler tarafından daha güvenilir bulunmaktadır. Turizm endüstrisinde yer alan işletmeler tarafından hazırlanan web siteleri ya da tanıtım broşürlerinden ziyade, ürünleri kullanmış olan diğer kişilerin yorum ve değerlendirmeleri turistik ürünü satın alacak potansiyel tüketiciler üzerinde daha etkili olmaktadır. Diğer bir deyişle; geleneksel medyada ürünün tanıtımı profesyoneller tarafından gerçekleştirilirken, sosyal medyada aynı ilgi alanına sahip farklı kullanıcıların oluşturduğu ağlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Kullanıcıların deneyimlerinden daha doğru bilgi edinildiğinden hareketle, sosyal medya turizm tüketicileri açısından daha tercih edilir bir yöntem olmaktadır. Özellikle gençlerin yaşamında önemli bir yer tutmaya başlayan sosyal medyada edinilen arkadaşlıklar, tatil seçiminde etkili olmakta, paylaşılan bilgiler ciddiye alınmakta ve tatil tercihleri buna göre yapılmaktadır. Ayrıca bu araçların benimsenmesi turizm web sitelerinin durumunun geliştirilmesi için oldukça önemlidir (Milano, 2011: 2). Siber seyahat eden on kişiden dokuzu, turizm ürünleri ve hizmetleri (otel, restoran ve destinasyonlar) hakkında çevrimiçi görüşleri okumakta ve bunlara inanmaktadırlar. Bu seyahat deneyimi oluşum süreci üç evrede incelenmektedir (Milano, 2011: 4);

- Ön deneyim; seyahat etmeden önce diğer insanların seyahat hikâyeleri üzerine kurulu olan deneyim,

- Seyahat veya konaklama sırasında deneyim; günümüzde mobil uygulamalar vasıtasıyla giderek artan bir şekilde gerçek zamanlı paylaşılan deneyim,
- Deneyim sonrası; yorum, değerlendirme, duyguları yayma şeklinde ortaya çıkan sonuç.

Turizm deneyimlerinin paylaşıldığı sosyal medya siteleri incelendiğinde; Martin Verdon-Roe'ye göre tripadvisor, şu an dünyanın en büyük kullanıcı kitlesi tarafından oluşturulmuş, seyahat içeriğine sahip içerik ve satış sitesidir. Tripadvisor'un 35.3 milyon tekil ziyaretçisi vardır. Ziyaretçilerin tripadvisor'u kullanmaktaki temel amacı "ilham almaktır". Kitlelerin bilgeliğini kullanmak üzere ziyaretçiler seyahatleri konusunda başkalarından ilham almak için siteyi ziyaret edip bu şekilde nereye gideceklerine karar vermektedirler. Bir başka istatistiğe göre; nereye gitmek istediğini belirlemiş olan ve o yer hakkında bilgi almak için tripadvisor'ı ziyaret eden kişilerin %47'si araştırdığı yerden vazgeçip, başka bir yere gitmeye karar verebilmektedir (Bozatlı, 2011).

Oteller, hava yolu firmaları ve milyar dolarlık seyahat endüstrisinin diğer segmentleri sosyal medyayı gittikçe daha çok kullanıp, markalarının bilinirliğini artırmak için Facebook ve Twitter gibi siteleri kullanmaktadırlar. Hava yolu firmaları, Youtube'da tanıtım filmleri yayınlayıp sosyal paylaşım ağlarında cazip uçuş teklifleri sunmaktadırlar. Sosyal medya artık bir seyahatin her noktasında kullanılabilmektedir. Artık seyahat eden bir kişi rezervasyon yaptırmaktan, yemek yiyeceği restorana kadar internet üzerinden her şeyi planlayabilmektedir. Örneğin; Delta Hava Yolları'nın biletleri Facebook üzerinden alınabilmektedir. Marriott Zincir Otelleri müşterilerini bilgilendirmek için Marriott Courtyard Facebook sayfası oluşturmuştur. Hyatt, Hilton gibi beş yıldızlı otellerin Twitter'daki takipçi sayısı her geçen gün artmaktadır. Washington'daki The Ritz-Carlton otelinin mutfağındaki bir şef, müşterilerle iletişimi Twitter üzerinden kurmakta, onlara bu mevsim menüde neler istediklerini sormakta ya da o güne ait özel yemeklerden bahsetmektedir. Hatta yarışmalar düzenleyip kazanana bedava akşam yemeği dahi sunmaktadır. Sosyal medya mecralarının turizm sektöründe kullanımlarına verilebilecek bir diğer örnek ise; Morgan Hotel'dir. Otel; Twitter ve Facebook kullanıcılarını müşteri olarak kazanmak, müşterisi olan kullanıcıları elinde tutmak ve satışlarını arttırmak için Foursquare'ı kullanmaktadır. Foursquare üzerinden otellerin bulunduğu şehirlerdeki hava limanlarına check-in yapan kullanıcılara son dakika fırsatlarını göndererek onları otelde konaklamaya davet etmektedir. Örneklerden de görüldüğü üzere; turizm sektörünün tüm paydaşları sosyal medyayı gittikçe daha çok kullanmakta özellikle Facebook ve Twitter'dan oldukça etkin bir biçimde faydalanmaktadırlar (Bozatlı, 2011).

4. DENİZ TURİZMİ TANITIMI

Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri "Deniz Turizmi" olarak tanımlanmaktadır.

Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'de Deniz Turizmi, talebin en yüksek olduğu turizm dallarından birisidir.

Ülkemizde Deniz Turizmi gelirleri, turizm gelirlerinin yaklaşık %20'sini oluşturmaktadır.

Yine çok eski yıllarda başlayan dalış turizmi, teknolojik gelişmeye paralel olarak su üstü sporlarının da eklenmesiyle önemli bir turizm sektörü haline gelmiştir. Günübirlik tekneler ise, özellikle turizm merkezlerimizde sayıları binlerle ifade edilen bir filo oluşturmuştur.

Tüm bu sektörlerin, özellikle Antalya, Muğla (Fethiye, Marmaris, Bodrum) ve İzmir sahil şeridinde hızla gelişimi sonucunda yürürlükteki Yat Turizmi Yönetmeliği'nin sektörün ihtiyaçlarına cevap veremeyecek hale gelmesi sebebiyle Deniz Turizmi Sektörü, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile işbirliği içinde hazırlamış olduğu 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun Deniz Turizmi ile ilgili maddelerinde yapılması istenen değişiklik taslağı 13 Ocak 2007 Tarihli Resmi Gazete'de Yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Turizm Teşvik Kanunu İle;

1- "Yat Turizmi" olan sektörün adı "Deniz Turizmi" olarak değişmiş ve genişlemiştir.

2- "Kruvaziyer Gemileri" ve "Kruvaziyer Limanları" kanun kapsamına alınmıştır.

3- "Günübirlik Gezi Teknecilği" Kanun kapsamına girmiştir.

4/8/1983 Tarih ve 18125 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Yat Turizmi Yönetmeliği" günümüzde Deniz Turizm'inin hızlı gelişimi ve meslek dallarının çeşitlenmesi ve bahse konu Turizm Teşvik Kanununun değişmesi sonucu yetersiz kalması sebebiyle Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda kamu ve sektör temsilcilerince "Deniz Turizmi Yönetmelik Taslağı" çalışmaları tamamlanarak "Deniz Turizmi Yönetmeliği 24.07.2009 Tarih ve 27298 (Asıl) Sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

4.1. Deniz Turizm Araçları

Deniz turizmi araçları 24Temmuz 2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği`nde şu şekilde tanımlanmıştır;

Deniz turizmi araçları, Deniz turizmi hizmetinde gezi, spor, eğlence amaçlı, denize elverişlilik belgesine sahip, gerçek ve tüzel

kişilere ait özel ve ticari yatları, kruvaziyer gemileri, günübirlik gezi teknelerini, yüzer otel, yüzer lokanta, su üstünde veya su altında hareket etme kabiliyetine sahip araçlar ile diğer deniz turizmi araçlarını kapsar.

Ayrıca yine aynı yönetmelik bu araçları şu başlıklar altında listelemiştir.

- Kruvaziyer gemiler
- Yatlar
- Günübirlik gezi tekneleri

4.2. Deniz Turizm İşletmeleri İnternet Siteleri ve Sosyal Medya Üyelikleri

Arama motorlarında anahtar olarak yukarıda belirtilen kelimelere odaklanılmış ve en üst sıralarda gelen firmaların internet siteleri ve sosyal medya üyelikleri incelenmiştir.

Tablo 2: Internet Siteleri Ziyaret İstatistiği

	Anahtar Kelime	Rank In Country	Country	Global Rank	Bounce Rate %	Page View Per Visitor	Daily Time On site (Minute)
www.google.com		1	1	ABD	20.20	20.06	18.42
www.facebook.com		2	2	ABD	28.30	12.24	21.06
www.youtube.com		3	3	ABD	33.20	9.64	19.2
www.setur.com.tr	Gemi Turu	2090	Turkiye	147711	34.20	4.4	6.1
www.etstur.com	Gemi Turu	355	Turkiye	23029	28.20	4.55	5.14
www.jollytur.com	Gemi Turu	900	Turkiye	63380	25.30	4.14	4.15
www.gemiturlari.com	Kruvaziyer Gemi Turlari	56449	Turkiye	2612100	13.30	4.3	4.58
www.cruisesinturkey.com	Kruvaziyer Gemi Turlari	69398	Turkiye	1929307	**57.70**	**1.8**	2.15
www.msccruises.com	Cruises to Turkey	33754	Arjantin	138306	45.80	2.5	4.05
www.princess.com	Cruises to Turkey	2724	ABD	10270	24.80	5.47	8.44
www.royalcaribbean.com	Cruises to Turkey	1618	ABD	7037	20.20	8.45	10.13
www.bogazturu.com	Yat Turu	66555	Turkiye	2161585	11.10	2.5	1.52
www.albatrosyachting.com	Mavi Yolculuk Turlari	55387	Turkiye	1643776	18.20	5.6	6.57
www.eceyachting.com	Mavi Yolculuk Turlari	28130	Turkiye	1053181	**70.40**	**2**	2.12
www.expedia.com	Crusie Book	159	ABD	535	22.50	5	7.35
www.cruisecritic.com	Cruise Price	1760	ABD	6357	33.30	5.56	8.51
www.skyscanner.com	Fligth Ticket	1995	ABD	5542	21.80	4.96	5.22
www.skyscanner.com.tr	Ucak Bileti	394	Tur	19613	21.00	4.33	4.24
www.booking.com	Otel	117	ABD	472	25.50	6.25	8.09
www.yemeksepeti.com	Yemek	67	Tur	3740	**10.10**	6.17	7.31

Bounce Rate: Siteye giren kullanıcılarından, yalnızca 1 sayfa görüntüleyerek çıkanların oranı.

Page view per visitor: Siteye giren kullanıcıların ortalama görüntüledikleri sayfa sayısı.

Daily time on site: Siteye giren kullanıcıların ortalama geçirdikleri süre (dakika)

Tablo 3: Sosyal Medya Takipçi Rakamları

	Facebook	Twitter	Instagram
www.google.com	20M	13M	1.1M
www.facebook.com	170M	14M	1.4M
www.youtube.com	81M	58M	2.2M
www.setur.com.tr	124,080	8,642	6,631
www.etstur.com	978,867	50,100	59,600
www.jollytur.com	530,807	39,000	23,600
www.gemiturlari.com	940	70	YOK
www.cruisesinturkey.com	Gizli Hesap	33	80
www.msccruises.com	3,684,000	25,278	38,600
www.princess.com	1,745,000	104,649	62,000
www.royalcaribbean.com	3,218,000	161,428	191,000
www.bogazturu.com	14,234	1,574	YOK
www.albatrosyachting.com	YOK	292	YOK
www.eceyachting.com	YOK	YOK	YOK
www.expedia.com	5.6M	337,080	59,900
www.cruisecritic.com	182,800	66,154	2,635
www.skyscanner.com	6.6M	145,257	29,300
www.booking.com	4.3M	86,933	21,500
www.yemeksepeti.com	416,000	62,670	16,800

Görülmektedir ki, Ülkemizde Kurvaziyer gemi turları çoğunlukla seyahat acenteleri tarafından satılmakta olup bu sayede belirli bir kullanıcı kitlesine ulaşabilmektedir. Ayrıca yabancı firmaların kendi Internet sitelerinden de satın alma yapılabilmektedir.

Yukarıdaki tablolardan da anlaşılacağı üzere bazı münferit girişimler olsa da bu internet siteleri ve Sosyal medya kullanımları yetersiz düzeyde olup yüksek değerler yaratamamıştır. Yat ve gezi

tekneleri için ise internet üzerinde ortak bir satış kanalının olmadığı anlaşılmaktadır.

Öte yandan küçük ve münferit işletmelerin bu kanalları kendi başlarına kullanmaları, dar bir kitleye hitap edeceğinden pazarın tamamını büyütmeye pek katkısı olmayacaktır.

5. SONUÇ

Yukarıdaki nedenlerle ortak bir müşteri kitlesi oluşturmak ve pazarın değerini yükseltmek, fiyat ve kalite dengesini daha yukarıda tutmak amacıyla; satış, rezervasyon, değerlendirme vb. işlemlerin yapılabileceği ortak, küresel bir internet sitesi kurulması hususu sektör temsilcileri ve girişimciler tarafından daha detaylı olarak araştırılmalıdır. Kurulan bu internet satış platformu, sosyal medya kanalları yoğun olarak kullanılarak geniş kitlelere ulaştırılmalıdır.

Hem işletmeler hem de hitap ettikleri hedef kitle kullanıcıları tarafından ülkemizde ve tüm dünyada yoğun olarak kullanılan Booking.com, Yemeksepeti.com, SkyScanner.com, bu sitelere örnek olarak verilebilir. Bu kanallar münferit işletmeciler için faydalı olduğu gibi ziyaretçilere de oldukça güvenli seçenekler sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Ateş, A. ve Esmer, S. (2011) "*Veri Zarflama Analizi ile Türkiye'deki Konteyner Terminallerinin Etkinlik Ölçümü*". 12. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu. 26-29 Mayıs 2011. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

Aytaç Mestçi, "*İnternette pazarlama – e-pazarlama*" (11 Temmuz 2008) http://www.aytacmestci.com/internette-pazarlama-%E2%80%93-e-pazarlama/ Erişim Tarihi: 31.12.2015

Barutçu, S. (2011). Mobil Viral Pazarlama, İnternet Uygulamalari ve Yönetimi Dergisi, 2013: 5-14.

Blog, *Sosyal Paylasim Sitelerinin tanimi*, http://www.socialmediatr.com/blog/sosyal-paylasim-sitelerinin-tanimi/ Erişim Tarihi: 31.12.2015

Bulunmaz Barış "Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı Ve FIAT Örneği", *Global Media Journal Turkish Edition 2.3:19-50* (2011)

Deniz Turizmi Çalışma Grubu, http://www.denizticaretodasi.org.tr Erişim Tarihi: 01.02.2015

Deniz Turizmi Yönetmeliği, 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete

İsmet Mucuk, *Temel Pazarlama Bilgileri*, (İstanbul**:** Türkmen Kitapevi,2002) 9.

Kaplan Andreas M. ve Haenlein Michael, Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons* Jan.-Feb. 2010: 59–68

Kaşlı Mehmet, İlban Mehmet Oğuzhan ve Şahin Bayram, "Modern Pazarlama Stratejileri: Ab Ve Türk Turizmi" Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 8.27 (Kış 2009)

Milano R., Baggio R. ve Piattelli R., (2011), "The Effects Of Online Social Media On Tourism Websites", 18th International Conference on Information Technology and Travel & Tourism, Austria.

Nedim Kaya, *`Pazarlamada Sosyal medya Kullanımı`* https://nedimkaya.wordpress.com/2012-2/2012-pazarlamada-sosyal-medya-kullanimi/

Onat Ferah, "Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme" *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Güz 2010: 2

Onat, F. ve Aşman, A. Ö., 'Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirmesi', Journal of Yasar University, 3(9), 1111-1143, 2008.

Sosyal Medya Pazarlama, *MoreClick İnteraktif Pazarlama*, 30 Ocak 2012 http://www.moreclick.com/sosyal-medya-pazarlama.php Erişim Tarihi: 31.12.2015

Trendweek, "Sosyal Medya Nedir?", 1 Şubat 2010, http://www.trendweek.com/sosyal-medya-nedir/ Erişim Tarihi: 31.12.2015

Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. (2012). *Deniz çevresi* http://www.denizcilik.gov.tr/dm/beb/denizcevresi.aspx Erişim Tarihi: 08.02.2013

Uner, M. (2009) "*Pazarlama Karmasi Paradigmasinda Pazarlama Tanimii*". PI, Pazarlama ve Iletisim Kulturu Dergisi, 2009/03

Web Analytics Toolkit http://www.alexa.com Erişim Tarihi: 31.12.2015

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0036

ÇANAKKALE DENİZ MUHAREBELERİNİN DENİZDE DÖNEMİN ŞARTLARINA GÖRE TASARLANMIŞ SAVAŞ GEMİSİNDE KRİTİK OLAYLARIN YAŞANDIĞI YER VE SIRAYA GÖRE TANITILMASI

[1]Barış BULUT

ÖZET

Türk ordusunun I. Dünya Savaşı'nda zafer kazandığı tek cephe Çanakkale Cephesi olmuştur. Bu cephe, İtilaf Devletleri'nin saldırısı sonucu açılmış bir cephedir.

Bu savaşta İngilizlerin dünyaca meşhur deniz donanmaları, Nusret mayın gemisinin döşediği mayınlar ve Türk topçusunun isabetli atışları neticesinde Boğazın derin sularına gömülmüş, adeta savaşın kaderi değişmiştir. Düşman askerlerinin Gelibolu Yarımadasına yaptıkları çıkartma ve günlerce süren kanlı muharebelerin sonucunda Türk askeri yüzbinlerce şehit vermesine karşın düşmanı Çanakkale'den geçirmemiştir.

Bu çalışmanın amacı tarihte eşine ender rastlanır Çanakkale Zaferinin dünya açısından önemini tarihsel araştırma yöntemleri kullanarak ortaya koymak, alternatif deniz turizm yöntemlerinin nasıl geliştirilebileceğini açıklayabilmektir.

Çalışma; bu amaç çerçevesinde tarihsel araştırma yöntemleri kullanarak Çanakkale Zaferinin deniz muharebeleri kısmının denizde kritik olayların yaşandığı yerde ve yaşandığı sırayla dönemin şartlarına uygun tasarlanmış savaş gemisi içinde anlatılmasını alternatif turizm önerisi olarak açıklayacak, elde edilen bulgulara dayanılarak, işletmecilere, yerel yönetimlere yol gösterecek öneriler üretilecektir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Çanakkale Zaferi, Deniz Turizmi.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, Lojistik Yönetimi Programı, İzmir, bulutbarisbulut@gmail.com

1. GİRİŞ

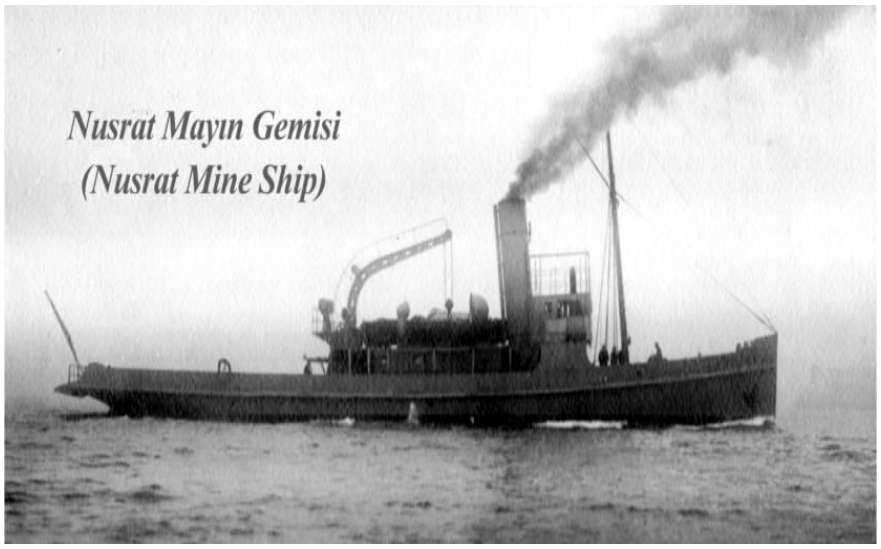
İngiltere ve Fransa, daha savaşın başlarında Boğazlan ve İstanbul'u alarak, Osmanlı Devleti'ni savaş dışı bırakmak, müttefikleri olan Rusya'ya bu yolla yardım ulaştırmak, Batı cephesindeki yüklerini hafifletmek üzere, Çanakkale'de bir cephe açmaya karar vermişlerdi. İngiliz Bahriye Bakanı Churchill'e ait olan bu düşünce, İngiliz ve Fransız gemilerinin 19 Şubat 1915'te Kumkale ve Seddülbahir tabyalarını dövmeye başlamasıyla uygulamaya kondu. İngiltere bu harekâtta, Balkan Savaşı sonucunda 1914'te Yunan egemenliğine verilmesini sağladığı Ege adalarını ve özellikle Limni adasını harekât üssü olarak kullandı.

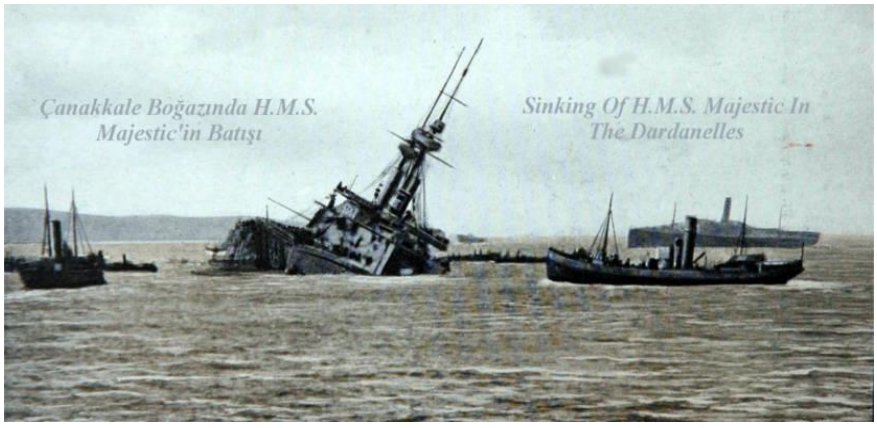
Müttefikler asıl hücumlarını ise 18 Mart 1915te yaptılar. Ancak, Çanakkale Boğazını kolayca geçebileceklerini düşünen İngiliz ve Fransızlar, büyük bir yenilgiye uğrayarak geri çekilmek zorunda kaldılar ve deniz yolundan Boğazı geçemeyeceklerini anladılar. Bunun üzerine Gelibolu Yarımadasına asker çıkardılar. Böylece Çanakkale cephesinin kara savaşları (muharebeleri) dönemi başladı. Ancak Müttefikler burada da Türk askerlerinin şiddetli karşı koymasıyla karşılaştılar. Ağustos ayı başlarından itibaren Gelibolu'ya daha büyük birlikler çıkardılar. Fakat Mustafa Kemal'in komutasındaki Türk askerinin Anafartalar ve Conkbayırı savaşlarında gösterdiği başarı üzerine, buradan da ilerleyerek amaçlarına ulaşamayacaklarını anladılar. Bunun üzerine İngiliz ve Fransızlar, 19 Aralık 1915'ten itibaren, Çanakkale cephesindeki askerlerini geri çekmeye başladılar ve 8-9 Ocak 1916'da da burayı tamamen boşalttılar.

Böylece, Çanakkale'de Türk Ordusu, sekiz buçuk ay süreyle yarım milyonluk bir kuvveti karşısında tutmuş oldu. Bununla da batıdaki müttefiklerine büyük yardımda bulundu. Savaşı bir an önce bitirerek amaçlanna ulaşmak isteyen İtilaf Devletlerini durdurmayı başardı. Dolayısıyla bir süre için de olsa İstanbul'u vve İmparatorluğu işgal edilmekten kurtardı.

Çanakkale Savaşı (Muharebeleri), ilk gününden itibaren çok hareketli başladı ve sonuna kadar da aynı şekilde sürüp gitti. Yakın tarihin bu çok önemli ve kendine özgü gelişmeleri olan Çanakkale Savaşı'nda, Türk Ordusu ile Müttefik kuvvetleri yaklaşık olarak 465.000 kişi kayıp verdiler44. Ancak, Türk Ordusu'nun verdiği büyük kayıplara karşılık Çanakkale'de kazandığı büyük zafer, çökmekte olan yıpranmış bir imparatorluğun içinden dinç ve güçlü Türk ulusunun varlığım ortaya koydu. Bu da, zaferin anlamını ve önemini daha da artırdı. (Uçarol, 2008: 589–590)

2. DENİZ MUHAREBELERİ (18 Mart 1915)





19 Şubat'ta başlayan bombardımanlarda İtilaf Donanması'nın başında Amiral Carden bulunmaktaydı. Carden, yapılan bu bombardımanların Boğaz'daki tabyalara zarar vermediğini, boşuna cephanelik harcamakta öteye gitmediğini üst makamlara iletmiştir. Fakat üst makamları ikna edemeyen Carden geçirdiği bir sinir krizi sonucu görevden alınarak yerine Amiral de'Robeck Birleşik Filo Komutanlığı'na getirilmiştir. Amiral de'Robeck komutasındaki Birleşik Filo, destek ve lojistik gemileriyle birlikte toplam 103 parça gemiden oluşmaktaydı. Bu filonun amacı; Merkez tahkimatları ve seyyar bataryaları susturmak ve

sonrasında mayın gemileri ile Boğaz'daki mayınları temizleyerek İstanbul yolunu açmaktır.

Birleşik Filo;

- 1. Filo (İngiliz): Queen Elizabeth, Agamemnon, Lord Nelson, Inflexible, Triumph.

- 2. Filo (İngiliz): Albion, Irresistable, Vengeance, Swiftsure, Majestic, Prince George, Ocean, Cornwallis.

- 3. Filo (Fransız): Bouvet, Gaulois, Souffren, Charlemagne, Canopus.

1. Filo, saat 10:30'da Boğaz'a girer. Bu filo Merkez Tabyaları'nı bombalar. Kumkale gerisindeki Türk obüsleri karşı atışa başlamıştır. 1. Filo gemilerinden Agamemnon ve Inflexible isabet alırlar. 12 isabet alan Agamemnon uzaklaşır. Inflexible ise aldığı hasarla muharebeye devam eder.

Fransız Filosu, Türk Bataryaları'na karşı yakın mesafeden yaptığı bombardımanda etkili olur. Türk topçusu da atış menzilindeki gemilere oldukça zarar verir. Bunlardan Gaulois büyük bir yara alır. 3. Filo geri çekilirken saat 14:00'da Bouvet, Nusrat'ın döktüğü mayınlardan birine çarpar ve büyük bir patlama olur. 3 dakika içinde 603 personeliyle sulara gömülür. Kalan 30 personeli yetişen küçük gemilerce denizden toplanır.

Saat 15:14'te Irresistable'ın yanında bir patlama olur ve gemi yan yatmaya başlar. Bölgeyi terk etmeye başlayan gemi 16:15'te mayına çarpar. Ocean kurtarmaya gitse de başarılı olamaz çünkü Merkez Tabyalar ve seyyar bataryalar tarafından çapraz atışa tutulmuştur. Irresistable'nin personeli saat 17:50'de gemiyi terk eder. Terk edilmiş gemi 19:30'da Karanlık Liman'da topçu bataryalarımız tarafından batırılmıştır.

Saat 16:05'te Inflexible baş kısmından mayına çarpar. Gemi yan yatar ve baş tarafı suya gömülür. Harekat alanından uzaklaşan gemi Bozcaada'ya ulaşmayı başarır.

Saat 17:50'de Irresistable'dan uzaklaşan Ocean, Mecidiye Tabyası'ndan Seyit Onbaşı'nın attığı mermiyle dümen aksamından yara alır. Dümeni tahrip olan gemi kontrolden çıkarak Nusrat'ın döşediği mayınlardan birine çarpar. Akıntıyla Morto Koyu hizasına kadar sürüklenen Ocean burada batar.

Saat 18:00'da Amiral de'Robeck gerçekçi bir kararla tüm gemilere geri çekilme emrini verir. Boğazı donanmayla zorlayıp geçme düşüncesi büyük bir yenilgiyle son bulmuştur. İtilaf Donanması büyük kayıp vererek savaş gücünün 1/3'ünü kaybetmiştir. Böylece İngiliz Deniz

Bakanı Winston Churchill ve Akdeniz Sefer Kuvvetleri Komutanı Sir Ian Hamilton da kara harekatı olmaksızın boğazın denizden geçilemeyeceğine ikna olmuşlardır.

Deniz Harekatı sonucunda İtilaf Donanması'nda Irresistable, Ocean, Bouvet zırhlıları batmış; Inflexible, Agamemnon, Goulois, Souffren ağır yara alarak saf dışı kalmıştır. Batan gemilerle 44 top kaybedilmiş, 800 denizci ölmüştür. Bu harekat esnasında Türkler 79 şehit ve yaralı, Almanlar 18 ölü ve yaralı vermiştir.

Bu ağır yenilgiden sonra İtilaf Kuvvetleri 25 Nisan'daki Kara Savaşları'na kadar yaralarını sarmaya ve Kara Savaşları için hazırlıklara başlamışlardır.

3. KARA MUHAREBELERİ VE ÇANAKKALE ZAFERİNİN ÖNEMİ

Düşman Çanakkale Boğazı'nı denizden aşmayı başaramayınca, bu kez hedefine kara yoluyla ulaşmayı denedi. Çünkü İtilaf donanmasının uğradığı yenilgi dünyada büyük yankılar yapmış, İngiltere ve Fransa'nın prestijlerine ağır bir darbe indirmişti. Bunun hem tarafsız devletler, hem de İslam dünyasında derin politik etkileri olabilirdi. Böylece düşmanın 25 Nisan 1915'te giriştiği çıkarma harekatıyla kara savaşları başladı. İtilâf Kuvvetleri 8 ayı aşkın bir süre devam eden kara savaşlarında da başarılı olamadı. Bu kez Mehmetçiğin azmi ve genç bir komutanın askeri dehasının yarattığı strateji ile karşılaştı.Churchill'in "kaderin adamı" olarak nitelendirdiği 19. Tümen Komutanı Mustafa Kemal aynı gün, kolordu ve ordu komutanlarının emirlerini beklemeden 57. Alay'ı ileri sürerek Conkbayırı ve Kocaçimen tepelerine yaklaşmakta olan Anzak Kolordusu'nu geriye sürdü. Kolordunun ele geçirdiği bütün önemli noktaları geri aldı. O, bu savaşta askerlerine sadece taarruzu değil, ölmelerini emretti. Ordunun genel yedeğini oluşturan ve sadece ordu komutanının emri ile savaşa katılabilme yetkisi bulunan 19. Tümen bu emri bekleyerek yerinde durmuş olsaydı,Çanakkale'nin savunması düşebilir ve Boğaz düşman donanmasına açılabilirdi. 10 Ağustos 1915'teki Conkbayırı Taarruzunda bir şarapnel parçası Mustafa Kemal'in göğsünün sağ tarafına çarparak cebindeki saati parçalamış ve göğsünde derince bir kan lekesi bırakmıştı. Çanakkale Cephesi'ndeki kara savaşları İngilizlerin 19/20 Aralık 1915 gecesi Arıburnu ve Anafartalar, 8/9 Ocak gecesi de Seddülbahir bölgelerini boşaltmalarıyla son buldu.

Türk tarihinin kuşkusuz en şanlı zaferlerinden biri olan Çanakkale zaferinin sonuçları da aynı önem ve büyüklükte oldu. Türk askeri bu cephede inançla ve yeni bir ruhla kendi öz vatanını savunmak için savaştı. Bu bir bakıma Milli Mücâdele ruhunun doğuşu oldu. Çanakkale savunması hem Türkiye'nin İslâm dünyasındaki saygınlığını arttırmış, hem de sömürge dünyasında milli kurtuluş fikrinin uyanışında

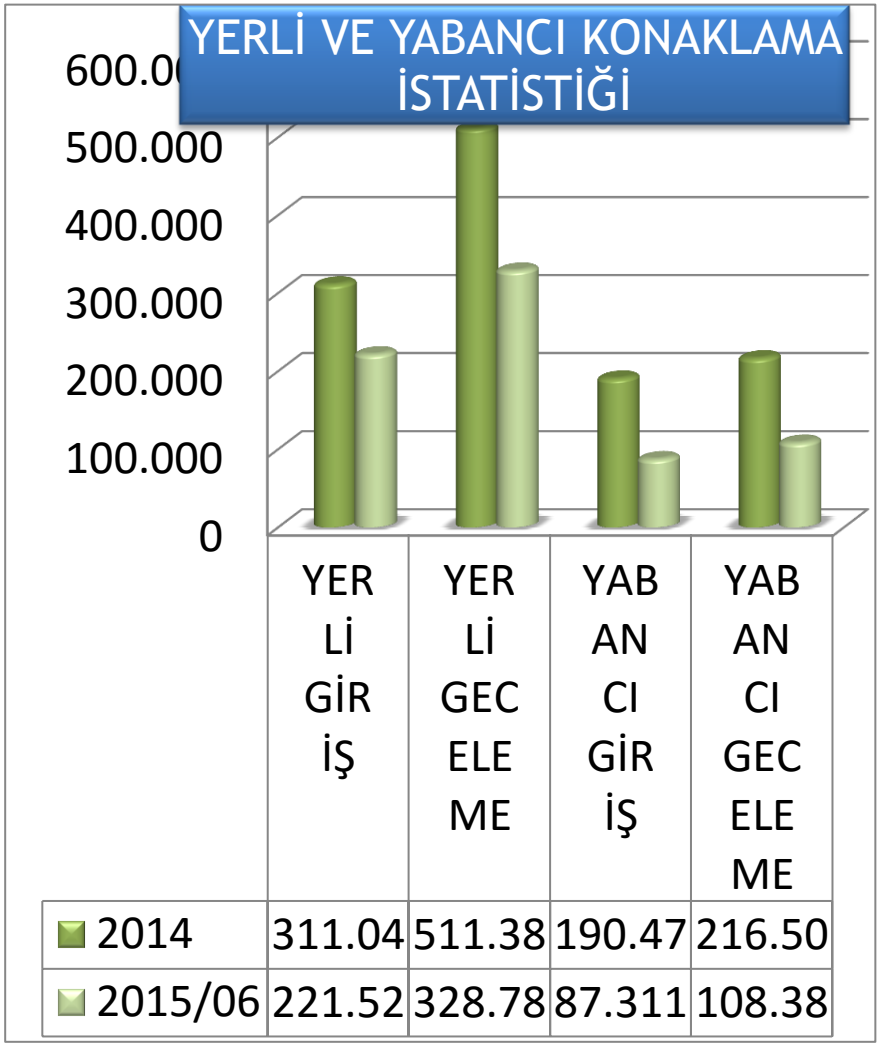
ve doğuşunda etkili olmuştu. Türk askeri Balkan bozgunu ile uğradığı prestij kaybını fazlasıyla gidermiş, mazlum milletlerin yenilmez gözüyle gördükleri İngiliz ve Fransız imparatorluklarının pekâla bilinçli ve kararlı bir direnişle geriletilebileceklerini bütün dünyaya kanıtlamıştı. A.B.D. basınında İttifak grubunun diğer üyelerinin kazandıkları başarıların hiçbirinin, Çanakkale savunmasıyla kıyaslanamayacağı yazılmıştı. Bu savaşta Türk askerinin cesaret ve kahramanlığına, sevk ve komuta yeteneğine, civanmertliğine dost, düşman herkes tanık olmuştu. Çanakkale Zaferi Türkün özyurdunu paylaşma projelerini boşa çıkarmış, savaşın üç yıl daha uzamasını sağlayarak düşmanı güçsüz bırakmak suretiyle Türk Milleti'ne milli kurtuluş mücadelesini başlatma ve başarıyla sonuçlandırma imkanı sağlamıştı. Zaferin modern tarihimiz açısından en önemli sonucu Mustafa Kemal'i ön plana çıkarması ve ona Milli Mücadele'nin önderliği için gerek silah arkadaşları, gerekse Türk Milleti nezdinde gerekli karizmayı sağlamış olmasıydı.

Çanakkale Zaferi Rusya'nın sıkıntılarını arttırmak suretiyle Bolşevik ihtilalinin başgöstermesinde ve sonuçta da Çarlık rejiminin yıkılmasında etkili oldu. Çanakkale'de İngiltere ve Fransa'nın umdukları başarıya ulaşamaması Balkan Devletlerinin tutumlarını da etkilemiş, Bulgaristan Almanya safında yer alırken, Romanya ve Yunanistan bir sure daha savaşın dışında kalma siyasetlerini yürütebilmişlerdi.

Zaferin stratejik sonuçlarına gelince, serbest kalan 20 Türk tümeninin artık Rusya ve Mısır'a karşı kullanılabilme imkanı doğdu. Bunlardan bazıları Galiçya'da Alman ve Avusturyalılarla birlikte Ruslara karşı savaştı. Batı'nın Rusya ve Romanya ile bağlantısı tamamen kesildi ve Romen petrol havzası yakıta şiddetle ihtiyaç duyan İttifak Devletlerinin eline geçti. Müttefikler Rus buğdayından yoksun kaldılar. İtilaf Devletleri Osmanlı Devleti silahlarını bırakmadan önce Selanik'e büyük askeri güçler sevketmişler, 300.000 Kişilik bir İngiliz ordusu üç yılda Mısır'dan çölü aşarak Kudüs ve daha sonra Şam'a varabilimişti. Böylece kesin sonucun alınacağı Batı Cephesi yaklaşık bir milyon tecrübeli askerle, bunların silah ve malzemesinden yoksun kalmıştı.

Proje sahibi Churchill'in de uzunca bir süre gözden düşmesine neden olan Çanakkale Zaferi'nin kuşkusuz bedeli de ağır olmuş, Türk Milleti bu savaşta yüz binlerce evlâdını kaybetmişti. Şehit ve yaralı olarak Türk kayıpları hakkında verilen rakamlar 190.000 veya 218.000'dir. Buna karşılık İngiliz ve Fransız kayıpları toplam 146.500 Kişidir. Osmanlı İmparatorluğu kaynakları son derece kıt bir devlet olduğundan, bu kayıpların yeri doldurulamamış, bundan diğer cepheler de olumsuz yönde etkilenmişlerdi. Düşman ise, sınırsız kaynaklara sahip olduğundan aynı ölçüde etkilenmemişti. Bu büyük ölçüdeki insan kaybı sonraki yıllarda Türkiye'nin kalkınmasını da yıllar boyu olumsuz yönde etkilemeye devam etmiştir.

4. ÇANAKKALE İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ ZİYARETÇİ İSTATİSTİKLERİ (2014-2015/06)



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu savaşın başında, birçok bilinmeyen vardı. Avustralya'dan Jeff Sims, Yeni Zellanda'dan Nigel Day, İngiltere'den David Goodwood, Hindistan'dan Kamran Raj Hashmi, Senegal'den Yosep Gurka'lar, Rus

denizciler savaşa katılan diğer milletlerin askerleri de, çanakkale savaşına, onların deyimiyle Gelibolu seferlerine katılmadan önce, binlerce kilometre uzaklıktaki ne Çanakkale'nin, ne boğazının, ne de Gelibolu'nun neresi olduğunu bilmiyorlardı. Türkiye'nin, Anadolu'nun neresi olduğunu bilmiyorlardı. Neden gittiklerini de bilmiyorlardı. Kiminle savaşacaklarını da ...

Bouvet gemisindeki 600 Fransız denizcisi, Ocean ve İresistible'daki İngiliz denizciler, 18 Mart 1915'te mezarlarının Çanakkale Boğazının tuzlu suları olacağını bilmiyorlardı.

Amiral de Robeck, harekattan bir gün önce getirildiği itilaf devletleri filo komutanlığında, bir gün sonra büyük bir bozguna uğrayacağını bilmiyordu.

Fransız amiral, yanlış rapor veren oğlunun idam edilme kararına imza atacağını bilmiyordu.

Büyük cesaretle planlanan bir taktik harekatla Nusrat gemisiyle dökülen 26 mayının stratejik kayıplar yaratabileceğini bilmiyorlardı.

Mustafa Kemal gibi müstesna bir askerin, bütün kara harekatı planlarını bozacağını bilmiyorlardı.

Gelibolu'da az sayıdaki türk askerinin, her türlü olumsuz şarta rağmen eşi görülmemiş bir şekilde denizden yapılan marmara ve boğazlar lojistik nakliyatıyla ve yüzlerce seferle 22 tümenlik bir güce çıkarılacağını bilmiyorlardı.

Daha o kadar çok bilemeyecekleri şeyler vardı ki, o bilinmeyenler, bir bilineni tekrar tarihe ve bilmeyenlere öğretti.

ÇANAKKALE GEÇİLMEZ!

Bu kadar önemli ve büyük bir zaferi ne kadar biliyoruz ve ne kadar öğretebiliyoruz? Nusrat mayın gemisinin deniz savaşının kaderini nasıl değiştirdiğini, sonucunda hiç hesapta olmayan kara savaşına nasıl neden olduğunu gerçekten kaçımız biliyoruz? Deniz savaşlarında bu başarı elde edilmemiş olsaydı kara savaşları olmayacak, kara savaşları olmazsa Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk belki de tarih sahnesinde öne çıkmayacak ve belki de Kurtuluş Savaşımız hiç olmayacaktı. Bu olaya bu açıdan acaba kaçımız bakabildik? Tarihte eşine ender rastlanır bu müstesna zaferin Kurtuluş Savaşı ve ATATÜRK'le doğal olarak TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLETİ ile doğrudan ilgili olduğunu ne kadar biliyoruz?

Tarihimizin önemli dönüm noktalarından biri olan deniz zaferimizin öncelikle kendi evlatlarımıza, vatandaşlarımıza sonra da yurtdışından gelen turistlere deniz muharebelerine ve deniz zaferine ağırlık verilerek anlatılmasının ardından kara muharebelerine geçilmesinin daha bütüncül ve faydalı olacağına inanıyorum. Bu nedenle dönemin şartlarına uygun tasarlanmış gemilerle, hiç olmazsa günümüz gemileri ile ziyaretçilere önce deniz muharebelerin ana hatları ile geçtiği bölgelerde o günü canlandırarak anlatılmasının daha faydalı olacağını

düşünüyorum. Böylece Nusrat mayın gemisinin mayınlarını nereye, hangi maksatla döşediğini, diğer mayın hatlarından farklarını göstererek anlatılması şüphesiz öneminin anlaşılmasına katkıda bulunacaktır.

Düşman donanması hangi kuvvetlerle nerede, nasıl tertiplenmişlerdir? Deniz muharebeleri nerede başlamıştır? Düşman donanmasına ait gemiler nerede manevra yapmışlar, mayın gemileri nereleri kontol etmiş, neden Nusrat mayın gemisinin döktüğü mayınları bulamamıştır? Nusrat mayın gemisinin diğer hatlara dik hatta mayın döşemesinin nedeni nedir? Seyit Onbaşının önemi nedir, Nusrat mayın gemisinin döşediği mayınlarla ilgisi nedir? Bütün bu soruların cevabının denizde olayların sırasına göre anlatılması şüphesiz çok etkileyici olacak ve ziyaretçilerin akıllarına kazınacaktır.

Deniz muharebelerinin denizde anlatılmasını müteakip günümüzde olduğu gibi kara harekatının anlatılmasına karada devam edilmesi ziyaretçilerin dikkatini daha çok çekerek daha kolay anlamalarına aralarında daha rahat bağlantı kurmalarına sebep olacağına inanmaktayım. Bu sayede de ziyaretçi sayısının artacağını ve ülkemize hem maddi hem manevi kazanç sağlayacağını değerlendirmekteyim.

KAYNAKÇA

Uçarol, R. (2008). Siyasi Tarih, DER Yayınları, İstanbul

Çanakkale Valiliği Çanakkale Deniz Savaşları. http://www.canakkale.gov.tr/tr/canakkale-savaslari/deniz-savaslari Erişim Tarihi: 15.12.2015

Çanakkale Valiliği Çanakkale Savaşlarının Önemi. http://www.canakkale.gov.tr/tr/canakkale-savaslari/canakkale-savaslarinin-onemi Erişim Tarihi: 15.12.2015

TC Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi. http://www.atam.gov.tr/dergi/sayi-57/canakkale-savaslarinin-onemi-ve-sonuclari Erişim Tarihi: 15.12.2015

Çanakkale Il Kültür ve Turizm Müdürlüğü Ziyaretçi Istatistikleri (2014-2015/06) iktm17@kulturturizm.gov.tr

III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

SPOR TURİZMİ FAALİYETLERİ ÇERÇEVESİNDE MASTERLAR YÜZME YARIŞLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: MARMARİS BÖLGESİ ÖRNEĞİ

[1]Mehmet Altuğ ŞAHİN

ÖZET

Alternatif bir turizm türü olarak, turizmin mevsimsellik özelliğini azaltıcı bir etki ortaya koymakta olan spor turizmi; çeşitli spor federasyonları tarafından düzenlemekte olunan organizasyonlar sayesinde desteklenen bir konu olarak ön plana çıkmaktadır. Son yıllarda farklı branşlar ve kategorilerde hızla gelişim göstermekte olan bu turizm türü; kendi bünyesinde niş pazarlar yaratarak, spor turizmi ürününde çeşitlendirme çabalarına katkıda bulunmaktadır. Çeşitli yarışmalara ve organizasyonlara ev sahipliği yapmakta olan destinasyonlar ise hem sporculara turistik ve sportif faaliyetler açısından imkanlar sunmakta, hem de bu bölgelerde bulunan turistlere rekreasyonel birer aktivite olanağı sağlamaktadır.

Bu kapsamda gerçekleştirilmekte olunan masterlar yüzme yarışları, spor turizmi faaliyetleri kapsamında ele alınarak; Marmaris bölgesinde gerçekleştirilmiş olunan masterlar yüzme yarışları, spor turizmi olgusu çerçevesinde değerlendirilecektir. Organizasyon bünyesinde bulunan paydaşlar ile gerçekleştirilecek olunan yarı yapılandırılmış mülakatlarla, spor turizmi faaliyetleri açısından organizasyonun betimsel analizinin yapılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Masterlar, Spor Turizmi, Yüzme

[1] Araş. Gör., İstanbul Üniveritesi, İktisat Fakültesi, İstanbul
masahin@istanbul.edu.tr.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

1. SPOR TURİZMİ

1.1.Spor Turizmi Kavramı

Spor turizmi olgusu, 1990'lardan itibaren akademik açıdan çalışılan konulardan biri haline gelmiştir (Weed, 2014). Belirli bir spor dalında aktivitelerde bulunan, ilgi duyan ve ilişkili kişilerin; sportif açıdan etkinliklere ve benzeri olaylara katılması veya bu etkinlikleri izlemesi amacıyla yapmakta olduğu turizm hareketi olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2008: 13). Turizm ve spor olguları, organizasyonlar ve etkinlikler çerçevesinde ortak bir noktada buluşmakta ve birbirlerini tamamlayıcı özellikler göstermektedirler. Bunun sonucu olarak ise, spor turizmi ürünü ortaya çıkmaktadır.

Turizm ve spor faaliyetlerinden yararlanan kitlelerin paylaşılıyor olması, ortak bir disiplinin ortaya çıkmasına temel oluşturmuştur. Hitap edilmekte olunan kitleler hem kendini gerçekleştirme, hem de yeni insanlar ile tanışarak yeni tecrübeler kazanma amacı taşımaktadırlar (UNWTO, 2001: 19).

Spor turizmi, uluslararası düzeyde rekabet ortamının bir parçası olarak rol oynamaktadır. Spor faaliyetlerine katılımın sağlanabildiği çatı organizasyonlar sayesinde belli bir pazara hitap edilmektedir. Böylece spor turizmi faaliyetlerinden faydalanılması olası kılınmaktadır (Ratten ve Ratten, 2011: 618).

Turizm sektörünün spor turizmine olan bakış açısının gelişmesinde, olası ek gelirlerin sağlanabileceği fikri yer almaktadır. Ev sahipliği yapmakta olan destinasyonlara; konaklama, tüketim, alışveriş ve markalaşma gibi konularda olumlu katkıları bulunmaktadır (UNWTO, 2002: 20).

Birleşilen ortak faydalar olduğu gibi, iki sektör arasında farklılıklar da bulunmaktadır. Turizm tecrübe odaklı bir aktivite iken, spor ise performans odaklı bir aktivitedir. Turizmden yararlanmakta olan kişiler, bir ürünü farklı boyutlarda tecrübe etmek istemektedirler. Spor aktivitesini gerçekleştiren ve turizm faaliyetine katılan kişilere ise, yarışma ortamında ödül kazanma adına bir performans sergileme arayışı içerisindedirler (Viliers, 2002: 66).

1.2. Spor Turizmi Pazar Yapısı

Spor turizminin pazarının da kendi içerisinde yaratmakta olduğu bir arz ve talep yapısı bulunmakta; bir denge sağlanması durumunda pazarda bir uyum ortaya çıkmaktadır. Pazarın öğelerini oluşturmakta olunan talep ve arzın ayrı ayrı incelenmesi daha doğru olacaktır.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

1.2.1. Spor Turizmi Talebi

Spor turizmi sayesinde, farklı turist gruplarından talep fırsatlarının ortaya çıkması olasıdır. Ancak spor turizminde yer almakta olan talep segmentlerin doğru şekilde ayrıştırılması gerekmektedir. Çünkü spor turistleri birbirine benzer özellikler göstermekle beraber, ayrıştıkları noktalar da bulunmaktadır (Thwaites, 1999: 514).

Dünya Turizm Örgütü ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından düzenlenmiş olunan Spor ve Turizm temalı konferans kitapçığında, spor ve turizm öğelerine talep yaratıcı gruplar tanımlanmıştır. Bu çerçevede talep grupları yedi adet farklı başlıkta birleştirmiştir. Grupların belirlenmesinde belirli gereklilikler ve özellikler dikkate alınmıştır. Bu başlıklar organizasyon süresi boyunca talep edilen spor tesisleri seviyesi, destekleyici tesisler, yiyecek ve içeceklere verilen önem, seyahat paketleri, tercih edilen konaklama türü, hava durumu, turistik çekicilikler olarak belirlenmiştir. Bu başlıklara göre belirlenmiş olunan gruplar (UNWTO, 2002: 22-24);

- En üst seviye atletler
- İkincil seviye atletler
- Gençlik grupları
- Spor meraklıları ve amatörler
- Seyahatlerinde sportif faaliyetlerde bulunmak isteyen turistler
- Spor faaliyetlerini gündelik gerçekleştiren turistler
- Seyirciler

1.2.2. Spor Turizmi Arzı

Spor ve turizm konferansı çerçevesinde, spor turizmi çekicilikleri yaratmakta olan turistik arz faktörleri şöyle sıralanmıştır (UNWTO, 2002: 25-27);

- **Faaliyet Tabanlı**
    - **Sportif organizasyonlar;** Gerçekleştirilecek olunan organizasyonun yapısına göre iki tür etkinlikten bahsedilebilir. Bunlardan ilki olimpiyat oyunlarının örnek gösterilebileceği büyük ölçekli etkinlikler; ikincisi ise ulusal ya da bölgesel şampiyonaların örnek gösterilebileceği küçük ölçekli etkinliklerdir.
    - **Turizm merkezleri;** Spor turistlerine hitap eden çekicilikleri barındıran destinasyonlardır.
    - **Çekicilikler;** Heterojen bir grup olmakla birlikte; bünyesinde müzeler, ulusal parklar, tarihi yerler gibi çekicilikleri bünyesinde barındırmaktadırlar.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

  - **Turlar;** Belirli spor etkinliklerine katılmak isteyen seyirciler için düzenlenen turlar ve spor yapmak isteyen turistler için düzenlenen turlar olmak üzere ikiye ayrılır. Bunlardan ikinci grup kendi içerisinde üçe ayrılmaktadır; spor takımları, profesyoneller ya da amatörlere düzenlenen ve içeriği önceden düzenlenmiş turlar, tatil ile sportif aktiviteleri birleştirmek isteyen turistler için düzenlenen turlar, belirli zamanlarda olmak üzere tek tük aktivitelere katılımın olduğu turlar.
  - **Kruvaziyer;** Sportif açıdan yeni turizm çekiciliği olarak ön plana çıkmaktadır.
- **Altyapı Tabanlı**
  - **Kamuya ait spor tesisleri;** Turizm merkezlerinde kamu tarafından yapılan yatırımlar ve spor faaliyetlerini gerçekleştirmek isteyen spor turistlerine fayda sağlayan tesislerdir.
  - **Özel sektöre ait spor tesisleri;** Spor kulüpleri, turizm merkezleri ve konaklama işletmelerinin sağlamakta oldukları tesislerdir. Profesyonel ve amatör atletlere, yüksek kalite seviyelerinde hizmet verebilmeleri beklenmektedir.
  - **Profesyonel spor tesisleri;** Yüksek performans merkezleri ve benzer özellikler sergileyen tesislerdir. Profesyonel atletlerin eğitilmesi ve idman yapabilmesi adına düzenlenmişlerdir.

Bu çerçevede yer alan her başlığın tek tek ele alınması gerekliliği bulunmakla birlikte; bütünleşik bir spor turizmi ürünü sunulabilmesi adına paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması da gerekmektedir.

Yerel paydaşlar, sportif organizasyonların düzenlenmesi adına yapılan turizm girişimlerinin etkinliğinin artırılabilmesi adına, somut ve soyut kaynakların kullanımında süreçlere dahil edilmelidirler. Uzun vadeli stratejilerin belirlenmesinde yerel halk ve kuruluşların mevcudiyeti önem arz eden bir konudur. Stratejilerin belirlenmesinde yaşanacak sorunlar, destinasyonun rekabet edebilme kabiliyetini olumsuz şekilde etkileyecektir. Yaşanacak bu tür aksaklıklar, yetersiz pazarlama çabalarına sebebiyet verecektir. Bu çerçevede, ev sahibi destinasyonda gerçekleştirilen etkinliklerde hem yerel halkın katılımı hem de turistik çekicilikler olumsuz etkilenecektir (Presenza ve Sheehan, 2013: 137).

Gerçekleştirilecek olan spor organizasyonlarında, ev sahibi bölgenin belirlenmesi adına Merkezi Yer Teorisi kullanılarak destinasyonlar arasında karşılaştırmalar yapılmalıdır. Elde edilen sonuçlara göre organizasyonun gerçekleştirileceği destinasyon belirlenerek spor turizmi yatırımları gerçekleştirilmelidir. Gerçekleştirilen

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

analizlerin bir bütünlük oluşturulabilmesi adına, destinasyonlara ait kaynakların da analizlere tabii tutulması gerekmektedir (Daniels, 2007).

Sportif faaliyetler ve organizasyonlardan fayda sağlamak isteyen konaklama işletmeleri; kimlikleri, görev tanımları, müşteri tipleri, fonksiyonları, yiyecek içecek menüleri, çalışanları, mimari yapısı, pazarlaması ve hakla ilişkileri konularında değişikliklere gitmektedirler. İşletmelerin bünyelerinde gerçekleştirecekleri bu tip değişiklikler sayesinde, spor otelleri olarak tanımlanabileceklerdir. Sportif faaliyet gerçekleştirme amacı ile bu tip otellere gelen müşterilerin, tatminleri yüksek oranlarda gerçekleşmektedir (Hernstein ve Jaffe, 2008: 41).

Gerçekleştirilen analizler sonucunda, spor turizmi merkezi yatırımları sonucunda fayda/maliyet oranı 13,85 Euro olarak bulunmuştur. Her 1 birim yatırımın karşılığında, 13,85 birim getiri sağlanabildiği gözlemlenmektedir. Bu yüzden bu tip etkinliklerin sosyo-ekonomik olarak pozitif bir etki bıraktığını da belirtebiliriz (Jimenez-Naranjo vd., 2015: 7).

1.3. Spor Turizminin Sağlamakta Olduğu Faydalar

Kişileri turizm faaliyetlerine yönlendiren iç faktörlerden birisi olarak sayılan spor (Usta, 2008); spor turizmi faaliyetlerinin güdüleyicisi konumundadır. Ancak birincil ve ikincil motivasyon faktörleri açısından spor turizmi değerlendirildiğinde, turizm ve spor başlıklarının değişkenlik gösterdiği gözlemlenmektedir. Birincil motivasyonun ne olduğu ile ilgili yapılacak saptamalar, spor turizminden yararlanan bütün paydaşların sağlamakta oldukları faydaların maksimizasyonunu temin altına alacaktır (UNWTO, 2002).

Spor turizmi, turizmin dönemsellik özelliğini alternatif bir yöntemle tamamlayıcı bir yapıya bürünmektedir. Sektörün sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi ve turizmdeki dönemsellik olgusunun azaltılabilmesi adına; etkin kararlar ile yönetimsel başarıların sağlandığı ve elde edilen faydaların sürekli kılındığı spor etkinlikleri gerçekleştirilerek, analizlerinin yapılması önem arz etmektedir (Jimenez-Naranjo vd., 2015: 7).

Spor turizmini gerçekleştirilmekte oldukları destinasyonlar açısından değerlendirecek olursak, ev sahibi konumunda olan destinasyonun markalaşması sürecinde olumlu etkiler yarattığı görülmektedir (Presenza ve Sheehan, 2013: 136). Gerçekleştirilen etkinlikler sonucunda destinasyonun markalaşması açısından ortaya çıkan pozitif etkiler, destinasyondaki diğer turizm faaliyetlerinin de doğrusal bir yapıda gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Jimenez-Naranjo vd., 2015: 8). Spor turizmi açısından kültürler arası farklılıkların birer deneyim haline gelmesinde, farklı kültür anlayışına sahip destinasyonlar seyahat

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

sebebi olarak tercih edildiği de gözlemlenmektedir (Funk ve Brunn, 2007: 815).

Eğlence ve sportif açıdan çekim merkezi olan destinasyonlarda yapılacak olan yatırımlar, turizm sektöründe istihdam oranının yüksek seviyelerde olmasını sağlamaktadır. Ayrıca eğlence ve sportif çekim merkezlerinin hane gelirlerini pozitif yönde etkilediği ve bölgede bulunan işletme sayısına katkıda bulunduğu gözlemlenmektedir. Spor, bölgesel ekonomi üzerinde de pozitif etkiler bırakmaktadır. Spor ve eğlence tesisleri ekonomik açıdan gelişim göstermek isteyen destinasyonlar açısından, kamuya ait finansal kaynaklarını kullanabilecekleri ve geri dönüş sağlayabilecekleri bir yatırım aracı olarak ön plana çıkmaktadırlar (Rosentraub ve Joo, 2009: 767).

Ayrıca kamu kurumları ile gerçekleştirilen ortaklıklar ve destekler, şehrin bünyesinde bulunmakta olan diğer sektörlere de ekonomik açıdan katkıda bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında spor etkinliklerinin, turizmi tamamlayıcı bir yapıda olduğu söylenebilir (Jimenez-Naranjo vd., 2015: 7). Geliştirilecek etkinliklerde sağlanacak olunan pozitif iletişim sayesinde ise, paydaşlar arasındaki iletişim ağının kuvvetlenmesi sağlanabilecektir. (Presenza ve Sheehan, 2013: 136). Spor turizmi orta ve uzun vadelerde ortaya çıkaracağı pozitif etkiler sayesinde, bölgesel kalkınma açısından da yardımcı rol oynayacaktır.

Spor turizmine katılmakta olan bireyler, başarı ile gerçekleştirilmiş olunan spor organizasyonların şehir adına birer gurur kaynağı olduğu fikrini belirtmişlerdir. Etkinliklere izleyici olarak katılmakta olan gruplar, yarışmacı olarak katılmakta olan gruplara göre bu konuda daha kuvvetli eğilim göstermektedirler (Jimenez-Naranjo vd., 2015: 8).

Büyük ve küçük ölçekli spor organizasyonları spor turizmi açısından değerlendirildiğinde, farklı etkileri olduğu görülmektedir. Kim ve arkadaşlarının (2015) gerçekleştirmiş oldukları çalışmalar neticesinde, büyük ölçekli organizasyonlar çerçevesinde sağlanan yararlar karşılaştırmalı bakıldığında; pozitif sosyal etkilerin, pozitif ekonomik etkilere oranla daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Negatif sosyal etkiler açısından ise önem arz eden konular yüksek kat sayı oranlarına göre ekonomik maliyetler, trafik sorunu ve güvenlik sorunu olarak sıralanmaktadırlar.

Karadakis ve Karlis (2010: 178) olimpiyat oyunlarının düzenlenmesinde ev sahibi destinasyon ile ilgili olarak gerçekleştirmiş oldukları çalışmada şu noktalara değinmişlerdir;

- Güçlü Yönler; altyapı, yeterli güvenlik, gönüllü toplayabilme kabiliyeti, spor aktiviteleri düzenlemede tecrübe, güçlü ekonomi, ülke içerisinde iyi bir politik düzen

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

- Zayıf Yönler; gerekli altyapı düzeninin kurulmasında yetersizlik, ülkenin boyutları, ekonomik ve politik süreklilik, spor ile alakalı tarihleri, yerel halkın desteği, tekliflerdeki yetersizlik
- Fırsatlar; turizm endüstrisinin gelişimi, iş geliştirmeler ve ortaklıklar, Yerel halkın hayat kalitesinde iyileşmeler, farklı kültürler ile tanışma, gelişen altyapı, olimpiyat oyunlarından sonra gelişen mirasların kullanımı, personelin geliştirilmesi, olimpiyatların tecrübe edilmesi, aktif oalrak organizasyonlara dahil olma, kurulabilecek iletişim ağları
- Zayıflıklar; Olimpiyat oyunlarının sergilenmesinde oluşan büyük maliyetler, kirlenme ve trafik gibi çevre sorunları, güvenlik (terörizm tehdidi), ekonomiyi canlandırabilmek adına Olimpiyat oyunlarına duyulan aşırı güven, yerel halkın dahil edilmemesi

Büyük ölçekli organizasyonların düzenlenmesinde faaliyet denetleyicileri, faaliyeti düzenleyicileri ve turizm endüstrisi arasında hiyerarşik bir yapıdan kaçınılmalıdır. Ayrıca düzenlenecek etkinliklerde, ev sahibi olan bölgenin kabiliyetlerine uygunluğu ve fayda sağlanabilirliğinden emin olunması durumlarında spor turizmini faaliyetleri düzenlenmelidir. Bu kabiliyetler arasında fiyatlama ve rezervasyon stratejilerinin şekillendirilebilmesi adına, bölge ile turizmin karakteristiklerinin belirlenmesi yatmaktadır (Sun vd., 2013: 477).

Küçük ölçekli sportif organizasyonlar açısından ise, Gibson ve çalışma arkadaşları (2003) üniversiteler arasında gerçekleştirilen futbol turnuvaları ile ilgili bir araştırma yapmışlardır. Sonuç olarak ise bu tür küçük ölçekli etkinliklerin, ev sahibi konumda olan destinasyonlarda turizmin gelişmesi açısından olumlu katkıları olduğundan bahsetmişlerdir.

Küçük ölçekli spor turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmekte oldukları destinasyonlara yapmakta oldukları ekonomik katkıların hangi boyutlarda olduğunun ölçümlenmesi, araştırılması gereken konulardan biri olarak literatürde yer almaktadır (Weed, 2014: 2).

1.4.Dünyada ve Türkiye'de Spor Turizmi

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği tarafından 2015 senesinde yayınlamış olunan Spor Turizmi Raporu'nda şu noktalara değinilmektedir;

- 2014 yılında toplam 1.2 triyon dolar büyüklüğe dayanmış olan turizm sektöründe, spor turizmi etkinliklerinin pazar payının 180 milyar dolar olduğu,
- 2014 yılında 550 bin yabancı turistin üzerinde Türkiye'ye sportif amaçlı olarak geldiği ve 900 milyon doların üzerinde harcama yaptıkları; Türkiye spor turizminin, turizmden aldığı payın % 1,5 düzeyinde olduğu,

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

- Küresel turizmin %4 civarında gelişim göstermekte olduğu bir ortamda, spor turizminin %14 gelişim gösterdiği,
- Son 8 yılda dünyada 90 milyon kişinin büyük ölçekli spor etkinlikleri için seyahat ettiğini, bunların 13 milyonunun etkinlikleri seyir etmek için yurtdışına çıktığını ve yapılan harcamaların 10 milyar dolar olduğu,
- Dünyada küresel ve bölgesel spor etkinlikleri sayısı bakımından ise 18. sırada bulunduğu, ancak etkinliklerin yaratmakta oldukları etkiler açısından endeksinde Türkiye'nin 14. sırada bulunduğu.

Rapor kapsamında, Türkiye'nin spor turizmi ile ilgili atması gereken adımlara da yer verilmektedir.

2. MASTERLAR

Çeşitli spor dallarında faaliyet halinde bulunmakta olan master sporcular, birçok organizasyonda yarışmacı olarak bulunmakta olan bir sporcu grubunu oluşturmaktadırlar. Bu açıdan da turistik faaliyetlerde etkin olarak yer alabilecek potansiyel bir grubun yapısını barındırmaktadırlar.

Koşu, bisiklet ve yüzme gibi birçok spor branşında aktif olarak yarışmalara katılmakta olan bu sporcular; sene içerisinde düzenletilmekte olunan farklı organizasyonlar ve yarışmalara katılmak için farklı destinasyonlara hareket etmektedirler.

Günübirlik olarak da bu destinasyonlara gelmekte olan bu sporcu grubu, müsabakalardan önceki gece dinlenebilmek adına genellikle konaklama gerçekleştirmeyi tercih etmektedirler. Gecelemenin gerçekleştirilmesi ve geceleme sayıları; düzenlenmekte olunan turnuvanın süresi, ev sahibi destinasyonun yakınlığı, ev sahibi destinasyonda ki konaklama olanakları, turnuva çerçevesinde katılacakları yarış sayısına ve dağılımına göre değişiklik göstermektedir.

2.1. Yüzme Branşında Masterlar

Uluslararası Yüzme Federasyonu (FINA) masterlar programını, yayınlamış oldukları Fina Masterlar Kuralları kitapçığında; yüzme, dalma, senkronize yüzme, su topu ve açık su yüzme disiplinlerinde, minimum 25 yaşında olma koşulu aranan yarışmacılar olarak tanımlamaktadır (Fina, 2015b).

Bu çerçevede Türkiye Yüzme Federasyonu aracılığı ile T. C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlüğü'nden 17.12.2015 tarihli alınan bilgilere göre; Türkiye'de yüzme branşında lisanslı ve faal bulunan yüzücü sayısı Tablo 1'de belirtilmektedir. Ayrıca bu tabloda 25 ile 90 yaş aralığında bulunan ve potansiyel master yüzücüler grubunu oluşturmakta olan lisanslı ve faal sporcu sayısı da verilmektedir.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

Tablo 1. Lisanslı ve faal yüzücü sayıları

	Yüzme Branşı			25-90 Yaş Aralığında Yüzme Branşı		
	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam
Lisanslı Sporcu	78.556	56.079	134.635	404	449	853
Faal Sporcu	17.403	12.835	30.238	381	431	812

Tablo 1'de görülmekte olduğu üzere masterlar seviyesinde sayabileceğimiz lisanslı sporcu sayısı genel toplama göre düşük bir sayıda kalmış olmasına rağmen; faal olarak bu spor branşının sürdürülmesi açısından çok daha iyi bir oran yakalamakta olduğu görülmektedir. Bu açıdan yüzme branşını aktif olarak sürdürmekte olan bir grup oluşturdukları söylenebilir.

2.2. Masterlar Yüzme Yarışları

Türkiye'de gerçekleştirilmekte olunan masterlar yüzme yarışları, açık su ve kulvar yarışları olmak üzere ikiye ayrılmaktadırlar. Açık su yüzme yarışları kendi bünyesinde farklılıklar göstermekle birlikte, FINA tarafından açık su yüzme yarışları ve açık su yüzme maratonları olarak tanımlanmaktadır (Fina, 2015a).

Kulvar yarışları ise kendi bünyesinde iki farklı kategoride gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilki 25 metrelik olan havuzlarda gerçekleştirilen kısa kulvar yarışları iken, 50 metrelik kulvarlarda gerçekleştirilmekte olunan yarışlar ise uzun kulvar yarışları olarak tanımlanmaktadır. Havuz uzunlukları, derinlikleri, genişlikleri ve benzerleri konularda, FINA tarafından belirlenmekte olunan standartlar kullanılmaktadır (Fina, 2015c).

Türkiye Yüzme Federasyonu sene içerisinde toplam dört adet kulvar yarışı düzenlemekte olup, bunlardan iki tanesi kısa kulvar, diğer ikisi ise uzun kulvar yarışlarıdır. Bu açıdan fiziki koşulları sağlamakta olan illerde yarışların düzenlenmesi adına çalışmalar yapılmaktadır.

Yarışlara katılmak adına Türkiye Yüzme Federasyonu (TYF)'ndan ferdi ya da takım statüsünde lisanslar çıkartılmaktadır. Ancak Türkiye'de gerçekleştirilmekte olunan masterlar yarışlarında, sadece Türkiye Yüzme Federasyonu'nun düzenlemekte oldukları yarışlar çerçevesinde yüzme lisansı zorunluluğu bulunmaktadır. Diğer yarışlarda ise genel olarak bu durum opsiyoneldir. Ancak gerçekleştirilen bazı

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

etkinliklerde, lisanslı yüzücülerin yarışlara kayıt aşamalarında avantajları bulunabilmektedir.

Türkiye'de gerçekleştirilmekte olunan masterlar yüzme yarışları, TYF tarafından düzenlenmekte olanlar ile kısıtlı kalmamaktadır. 2015 senesi içerisinde gerçekleştirilmiş ve hedef kitlesini master yüzücülerin oluşturmuş olduğu bazı yarışlar Tablo 2'de sıralanmaktadır.

Tablo 2. Türkiye masterlar yüzme yarışları

Sıra No	Faaliyet Adı	Tarih Aralığı	Yapıldığı Yer
1	9. Datça Kış Yüzme Maratonu	28.02.2015	Datça/Muğla
2	Bahar Festivali Yarışması	27.03.2015-29.03.2015	Lefkoşa/ KKTC
3	Uluslararası Aquamasters Yüzme Şampiyonası İlkbahar Kupası	16.05.2015-18.05.2015	Marmaris/ Muğla
4	Uluslararası Aquamasters Açık Su Yüzme Şampiyonası İlkbahar Kupası	19.05.2015	Marmaris/ Muğla
5	11. Meis Kaş Yüzme Yarışması	14.05.2015	Meis-Kaş/ Antalya
6	26. Kıtalararası Boğaziçi Yüzme Yarışı	26.07.2015	İstanbul
7	10. Ulusal Açık Su Yüzme Yarışları	02.08.2015	Gölcük/ Kocaeli
8	Marina Açık Su Yüzme Yarışması	23.08.2015	Artvin
9	29. Çanakkale Boğazı Yüzme Yarışması	30.08.2015	Çanakkale
10	Katibim Şenlikleri Kız Kulesi Yüzme Yarışı	20.09.2015	Üsküdar/ İstanbul
11	Urla Açık Su Yüzme Yarışması	11.10.2015	Urla/İzmir
12	23. Alanya Uluslararası Yüzme Maratonu	20.10.2015	Alanya/ Antalya
13	Uluslararası Aquamasters Cumhuriyet Yüzme Şampiyonası Sonbahar Kupası	28.10-2015-30.10.2015	Marmaris/ Muğla
14	Uluslararası Aquamasters Cumhuriyet Açık Su Maratonu	31.10-2015	Marmaris/ Muğla
15	Erdem Sanvar Adına Uzun Kulvar Master Yüzme Şampiyonası	04.12.2015-06.12.2015	Adapazarı/ Sakarya

Tablo 2'de belirtilmekte olunan yarışların haricinde de hem açık su yüzme yarışları hem de kulvar yarışları düzenlenmektedir. Bu çerçevede düzenlenen organizasyonlar farklı destinasyonlarda gerçekleşmekte ve bu sayı gün geçtikçe çoğalmaktadır.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

3. ARAŞTIRMA VE BULGULAR

Marmaris bölgesinde gerçekleştirilmiş olunan Kısa Kulvar Cumhuriyet Kupası ve Açık Su Yüzme Yarışması ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaya ait veriler ve bulgular alt başlıklar çerçevesinde incelenmektedir.

3.1.Araştırma Yöntemi

Araştırma çerçevesinde, sosyal bilimlerde kullanımı yaygın olan nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği uygulanmıştır. Sözlü iletişim yolu ile veri toplama tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yönteminin uygulanılması (Karasar, 2005), yanıtlayıcılara esnek cevaplama imkanı sağlamasından ötürü uygun görülmüştür.

Çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş olunan bulguların özetlenmesi ve yorumlanması adına kullanılan betimsel analiz yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2003), çalışma kapsamında ki bulguların analizlerinin gerçekleştirilesinde kullanılmıştır.

Marmaris bölgesinde Cumhuriyet Yüzme Kupası başlığı altında düzenlenmiş olunan, 28-30 Ekim tarihleri aralığındaki kısa kulvar ve 31 Ekim tarihinde düzenlenen açık su yarışlarında faal olarak bulunmakta olan farklı paydaş grupları ile görüşmeler yapılmıştır. Bu çerçevede, masterlar seviyesinde yarışmacılar, organizasyon şirketi ve organizasyonun ana sponsoru olan konaklama işletmesi grubu evren olarak belirlenmiştir.

Masterlar seviyesinde yarışmacılar ile 4-6 Aralık tarihlerinde Sakarya'da gerçekleştirilen yarışlarda 14 adet görüşme gerçekleştirilmiş olunup; örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme metodu uygulanmıştır. Organizasyon şirketini temsilen yönetim kurulu başkanı, konaklama işletmesi grubunu ise temsilen marka yöneticisi ile randevular alınarak görüşmeler sağlanmıştır.

Ayrıca masterlar seviyesindeki yarışmacıların yaratmakta oldukları talebin yapısının belirlenebilmesi adına, Dünya Turizm Örgütü'nün (2002) belirlemiş olduğu talep sınıfları ile ilgili sorular sorulmuş ve sınıflandırma yapılması amaçlanmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakatların gerçekleştirilmiş olduğu 14 yarışmacının, başlıklar ile alakalı olarak görüşleri ve tercihleri sorulmuştur.

Belirtilmesi gerekilen önemli konulardan birisi de, TYF tarafından gerçekleştirilmekte olunan kısa kulvar yüzme yarışları organizasyonunun, 2015 senesi çerçevesinde bir sivil toplum kuruluşu olan Aquamasters grubuna bırakıldığıdır. Bu çerçevede Türkiye Yüzme Federasyonu yerine organize edici konumunda yer alan Aquamasters grubu ile görüşmeler sağlanmıştır.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

Diğer bir paydaş durumunda olan ve Marmaris bölgesinde organizasyona katılan paydaşlara uygun konaklama koşulları sağlayan; aynı zamanda da organizasyonun ana sponsorlarından biri durumundaki Martı Grubu ile görüşmeler yapılmıştır.

3.2.Araştırmanın Bulguları

Gerçekleştirilmiş araştırma çerçevesinde elde edilen bulguların katılımcı sayıları açısından ve yarı yapılandırılmış mülakatlar açısından farklı başlıklarda sunulması uygun görülmüştür.

3.2.1. Katılımcı Sayısı

28-30 Ekim tarihleri aralığında düzenlenmiş organizasyonda 88 adet bayan ve 174 adet erkek sporcu kısa kulvar yarışlarına katılmıştır. 3 gün sürmüş olan kısa kulvar yarışlarında toplamda 262 kişinin katılımı sağlanmış olup; 222 kişinin bir spor kulübü bünyesinde, geriye kalan 40 kişinin ise ferdi olarak katıldığı görülmektedir. Kulüp bünyesinde katılan yarışmacıların, yüzme branşında ihtisaslaşmış 49 adet spor kulübünü temsil ettiği gözlemlenmektedir.

31 Ekim tarihinde düzenlenmiş olunan ve 1,5 km, 3 km ve 6 km açık su yüzme yarışlarına 75 bayan sporcu, 170 adet erkek sporcu katılmıştır. Toplamda sağlanmış olan katılım sayısı 245 kişidir.

Türkiye'de toplamda 134.635 adet yüzme lisanslı sporcu bulunmakta iken, bunların 30.238'i faal olarak yer almaktadır. FINA tarafından gerçekleştirilmiş master yüzücüler tanımı göz önünde bulundurulduğunda; 25-90 yaş aralığında 853 adet yüzme lisanslı, 812 adet de faal sporcu olduğu gözlemlenmektedir.

Marmaris' de düzenlenmiş olunan yarışlar değerlendirildiğinde, kısa kulvar yarışlarında sağlanmış olunan 262 kişilik katılımın, toplam faal yüzme lisanslı sporcu sayısına oranı %32,27'lik bir oran sağlamaktadır. Açık su yüzme yarışlarında ise katılımın 245 kişi olduğu ve bu oranın %30,17 olarak gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

3.2.2. Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar

Çalışma çerçevesinde görüşülmüş olunan üç paydaş gruptan biri konumundaki masterlar seviyesindeki yüzücülere, gerçekleştirilmiş olunan organizasyon ile ilgili olarak olumlu ve olumsuz görüşleri sunulmuştur. Cevaplardan ortaya çıkan dağılım şöyledir;

- **Destinasyon;** Organizasyona katılmış olan yarışmacılar, destinasyon seçiminden memnun olduklarını belirtmiştir. Gerçekleştirilen tarih aralığında Marmaris' de ki hava durumunun iyi olarak

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

nitelendirmekte ve yarışların düzenlenmesi açısından uygun bulmaktadırlar.

- **Konaklama;** Konaklama açısından memnun olduklarını belirtmekte, otel tarafından sağlanmakta olan yiyecek ve içecek açısından memnun olduklarını vurgulamaktadırlar.
- **Ulaşım;** Konaklama işletmesi ile yüzme tesisi arasında sağlanmakta olunan ring hatların ulaşım açısından kolaylık sağladığını; ayrıca Marmaris' de yer almakta olan spor ve konaklama tesislerine ulaşmada Dalaman Havalimanı'nın bir avantaj olduğunu belirtmektedirler,
- **Organizasyon ve Spor Tesisleri;** Organizasyonu genel olarak olumlu değerlendiren grup, yüzme tesisi ile alakalı sorunlarını da dile getirmektedir. Soyunma odalarının yetersiz olması ve daha iyi bir hijyen ortamının sağlanabileceği konularına değinilmiştir. Havuz ile alakalı olarak ise herhangi bir olumsuz görüş belirtilmemiştir.

Organizasyonun gerçekleştirilmesinde sorumlu olan organizasyon komitesi adına yönetim kurulu başkanı ile yapılan görüşmeler çerçevesinde şu sonuçlara ulaşılmıştır;

- **Destinasyon;** Marmaris destinasyonunun marka değerine katkıda bulunmakta olan bu tip organizasyonlar çerçevesinde, spor turizmini destekleyici çalışmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- **Organizasyon;** 2015 senesi içerisinde gerçekleştirmekte oldukları ikinci organizasyondur, bu kapsamda Marmaris ve spor turizmi açısından olumlu geri dönüşler almaktadırlar.
- **Spor Turizmi;** Bir senelik periyot içerisinde turizmde ürün çeşitlendirilmesinin sağlanarak, yeni bir pazara hitap edilmesi ve ileride bu tip organizasyonların uluslararası düzeylere getirilerek yeni bir spor turizmi pazarı yaratılması olasılığı bulunmaktadır.
- **Paydaşlar;** Bir sivil toplum kuruluşu olarak; federasyon, kamu kurumları ve kuruluşları, sponsor firmalar gibi paydaşlar ile ortak çalışmalar yürütülmesi gerekliliğinden bahsedilmiştir. Spor turistinin ilgisini çekebilecek ve katılımı sağlayacak olan çekim merkezlerinin yaratılması konusuna değinilmiştir.

Organizasyon bünyesindeki dört ana sponsor firmadan biri olan konaklama işletmesi grubu ile yapılan görüşmeler çerçevesinde elde edilen bazı başlıklar şöyle sayılabilir;

- **Destinasyon;** Bu tip ortaklıklar, destinasyon markalaşmasına sürecine yardımcı olmakta ve olumlu bir imaj yaratmaktadır. Açık su yüzme yarışlarının düzenlenmesi açısından Marmaris bölgesinin uygunluk içermektedir. Sponsorluk düzeyinde yer almakta olan anlaşmalar sayesinde pazarlama çabalarının etkin olarak kullanımını sağlanmaktadır.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

- **Spor Turizmi;** Uluslararası bir boyut kazandırılması ve katılımcı sayısının artırılması ile yeni bir spor turizmi pazarı yaratılması mümkündür.
- **Organizasyon ve Sponsorluk;** Bu tip organizasyonlarda yapılan sponsorluk anlaşmalarının birbirini tamamlayıcı özellikler de olmasının pozitif etkiler bırakmaktadır. Böylece birbirini destekleyici olan sektörlerin, turizm sektörü çerçevesinde buluşması sağlanabilmektedir. Açık su yüzme yarışları çerçevesinde dağıtılan promosyon ürünler sayesinde olumlu geri bildirimler alınmaktadır. Gelecekte gerçekleştirilecek sportif organizasyonlar sayesinde sağlanabilecek olası sponsorluklar ve ortaklıklar seviyesinde, spor turizminde gelişmeler yaşanabileceği konularına değinmişlerdir. Ayrıca organizasyon çerçevesinde Marmaris bölgesinde oluşan çarpan etkisi sayesinde, turizm ve turizmden girdi sağlamakta olan diğer sektörlere de ekonomik açıdan da faydalar sağlanabilmiştir.

Ayrıca master yüzücülere sorulan ve Dünya Turizm Örgütü'nün spor turistlerinin sınıflandırmasında kullanmış olduğu başlıklar çerçevesinde elde edilen yarı yapılandırılmış mülakat sonuçlarından bazı başlıklar çerçevesinde alınan cevaplar Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Spor Turizmi Talep Yapısı

Katılımcı	Spor Tesisleri	Konaklama Türü	Turistik Çekicilikler	Motivasyon
K1	Ulusal Standartlar	2-3 Yıldızlı Otel	Önemli Değildir	Spor
K2	Ulusal Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemli Değildir	Spor
K3	Uluslararası Standartlar	2-3 Yıldızlı Otel	Az Önem Arz Eder	Spor
K4	Ulusal Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemli Değildir	Spor
K5	Uluslararası Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Az Önem Arz Eder	Spor
K6	Ulusal Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemlidir	Spor
K7	Olimpik Standartlar	2-3 Yıldızlı Otel	Az Önem Arz Eder	Spor ve Turizm
K8	Olimpik Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Az Önem Arz Eder	Spor
K9	Ulusal Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemli Değildir	Spor ve Turizm
K10	Olimpik Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemlidir	Spor
K11	Ulusal	2-3 Yıldızlı	Az Önem	Spor

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

	Standartlar	Otel	Arz Eder	
K12	Ulusal Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemlidir	Spor
K13	Uluslararası Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Az Önem Arz Eder	Spor
K14	Uluslararası Standartlar	4-5 Yıldızlı Otel	Önemli Değildir	Spor

Bu başlıklar haricinde, spor turizmi talebi yapısının belirlenmesinde önemli rol oynayan diğer başlıklar ile ilgili alınan cevaplar ise şöyle sıralanabilir

- Destekleyici tesisler ve servisler; Organizasyon tesisi haricinde yer alan medikal ve spor merkezlerinin kendileri için fazla bir önem arz etmediğini ancak varlıklarının olumlu olabileceğini,
- Yiyecek ve içeceklere verilen önem; Müsabaka döneminde diyetlerine verilen önemin, antrenman dönemlerinde verilmekte olan öneme nazaran daha düşük olduğunu; ancak stabil olarak önem arz ettiğini,
- Seyahat paketleri; Sağlanmakta olunan tur ve seyahat paketlerinin turnuva ile ilgili olması durumunda olumlu etkileri olduğunu, ancak sunulacak ekstra turlar ile ilgilenmediklerini,
- Hava durumu; Açık su yüzme yarışlarında önemli bir konu olarak gördüklerini, kulvar yarışlarının ise üstü kapalı tesislerde gerçekleştirilmesi nedeni ile hava durumunun herhangi bir önemi olmadığını,

Düzenlenen organizasyonlar süresince ev sahibi destinasyonda konaklamayı tercih ettiklerini bildiren grup; fazladan geceleme yapmanın ise organizasyonlara göre değişkenlik gösterdiğini eklemişlerdir. 2015 senesi içerisinde düzenlenmiş olunan 4 adet kulvar yarışına katılım ortalamaları 3,64 olan grup; açık su yarışmalarına ise 3,5 yarış ortalaması yakalamaktadır. Ancak bu konuda dikkat çeken kısım ise, açık su yarışlarında dağılımın uç noktalarda gerçekleşmesidir.

4. SONUÇLAR

Çalışma kapsamında Marmaris bölgesinde geliştirilmiş ve hedef kitlesini masterlar seviyesindeki yüzücülerin oluşturmuş olduğu, 28-30 Ekim aralığında gerçekleştirilmiş olunan kısa kulvar ve 31 ekim tarihinde gerçekleştirilmiş olunan açık su yüzme yarışları analiz edilmiştir. Bu kapsamda yarışmaların üç paydaş grubu olan master sporcular, organizasyon komitesi ve sponsor konaklama işletmesi ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Küçük ölçekli spor organizasyonu olarak tanımlanabilecek Marmaris Masterlar Yüzme Yarışları, spor turizmi açısında

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

gerçekleştirilmekte oldukları destinasyona ekonomik açıdan katkı sağlamaktadır. Yarışmalara katılan sporcu rakamlarından sağlanan sonuçlar göz önüne alındığında, üç günlük bu periyot çerçevesinde toplamda 746 adet geceleme yapıldığı varsayılmaktadır. Katılımcı sayısı açısından sağlanan rakamların tatmin edici düzeylerde olduğu, ancak orantısal açıdan bu rakamın daha yüksek seviyelere çıkarılabileceği gözlemlenmektedir.

Marmaris destinasyonunun hava durumunun ve ulaşım kolaylığının olumlu açıdan değerlendirmekte olan master yüzücüler; ayrıca spor ve konaklama tesisleri açısından da destinasyona olumlu bir bakış açısına sahiptirler. Ancak spor tesislerinde sağlanmakta olunan ve altyapısını oluşturmakta olan imkanların, hijyen koşulları açısından daha iyi bir düzeyde olmasını arzuladıklarını belirtmişlerdir.

Yüzme branşı ile ilgilenmekte olan master sporcularla yapılan görüşmeler sonucunda, Dünya Turizm Örgütü'nün sınıflandırmasında yer almakta olan, ikincil seviye atletler olarak değerlendirilmesinin doğru olacağı fikri ön plana çıkmaktadır. Özellikleri açısından spor turizminin talebini oluşturmakta olan bu grup, masterlar seviyesindeki sporcular ile benzer özellikler göstermektedirler.

Organizasyon komitesi ile sağlanan görüşmelerde, Marmaris bölgesinde düzenlenmekte olan spor organizasyonları sayesinde turizmde ürün çeşitlendirmesinin sağlanabildiği görüşü bildirilmiştir. Marmaris bölgesinin markalaşma sürecinde, spor turizminden fayda sağlayabileceği; çekim merkezleri ve unsurlarının yaratılması sayesinde paydaşların da spor turizminden yararlanabileceği görüşleri bildirilmiştir.

Ana sponsorlardan biri olan konaklama işletmesi grubu ile gerçekleştirilen görüşmeler çerçevesinde, spor organizasyonlarının ev sahibi destinasyonların markalaşma süreçlerinde olumlu etkileri olacağı görüşüne varılmıştır. Gerçekleştirilmiş olunan organizasyonun, hem Marmaris bölgesinin hem de firmanın imajı üzerinde olumlu etkiler yarattığı; sağlanmış olunan gelirlerin destinasyonda çarpan etkisi ile etkilerinin üst düzeylere taşınabileceği görüşü bildirilmiştir. Spor turizmine de fayda sağlamakta olan bu tip organizasyonlar sayesinde, pazarlama çabaları açısından olumlu etkilerin de gözlemlendiği söylenebilmektedir.

Spor turizmi sayesinde, Marmaris bölgesine alternatif bir turizm geliri kaynağı yaratıldığı söylenebilmektedir. Farklı paydaş grupları tarafından düzenlenmekte olunan küçük ölçekli spor organizasyonları sayesinde, destinasyonun

Tatil dönemlerinde düzenlenmekte olunan bu yarışlar, potansiyel turizm talebinin spor turizmine aktarılması manasına da gelebilmektedir. Spor turizmine katılmakta olan bu kişilerin, bu dönemler için kendilerine oluşturmakta oldukları planlamalar ile ilgili olarak çalışmaların

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

gerçekleştirilmesi; spor turizminin, alternatif bir turizm çeşidine ait talebin transferine etkisinin olup olmadığı araştırılması gerekmektedir.

Çalışma kapsamında belirtilmiş olunan masterlar seviyesinde yüzücülerin bulunmakta oldukları talep grubunun belirlenmesi adına kapsamlı bir çalışmanın gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Çalışmaların kapsamlı anketler ile desteklenerek, bu grubun özellikleri ve yapısının saptanması gerekmektedir.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

KAYNAKLAR

Daniels, M. J. (2007). *"Central Place Theory and Sport Tourism Impacts"*. Annals of Tourism Research, Cilt: 34, Sayı: 2. ISSN: 0160-7383. s:332-347.

Fina. (2015a). *Fina Open Water Swimming Rules 2015-2017* http://www.fina.org/sites/default/files/finaowrules_20152017.pdf Erişim Tarihi: 14.12.2015

Fina. (2015b), *Fina Masters Rules 2015-2017* http://www.fina.org/sites/default/files/finamarules_20152017.pdf Erişim Tarihi, 14.12.2015

Fina. (2015c), *Fina Facilities Rules 2015-2017* http://www.fina.org/sites/default/files/finafacilities_rules.pdf Erişim Tarihi, 14.12.2015

Funk, D. C. ve Brunn, T. J. (2007) *"The Role Of Socio-Psychological And Culture-Education Motives In Marketing International Sport Tourism: A Cross-Cultural Perspective"*. Tourism Management, Cilt: 28, Sayı:3. ISSN: 0261-5177. s:806-819.

Gibson, H. J., Willming, C. ve Holdnak, A. (2003) *"Small-Scale Event Sport Tourism: Fans As Tourists"*. Tourism Management, Cilt: 24, Sayı: 2. ISSN: 0275-6668. s:181-190.

Herstein, R. ve Jaffe, E. D. (2008) *"Sport Hospitality As A Business Strategy"*. Journal of Business Strategy, Cilt: 29, Sayı: 6. ISSN: 0275-6668. s:36-43.

Jiménez-Naranjo, H. V., Coca-Pérez, J. L., Gutiérrez-Fernández, M. ve Sánchez-Escobedo, M. C. (2015). *Cost–Benefit Analysis Of Sport Events: The Case Of World Paddle Tour* http://ac.els-cdn.com/S1135252315000246/1-s2.0-S1135252315000246-main.pdf?_tid=d941aa2a-ac36-11e5-b79d-00000aacb360&acdnat=1451178907_12bbdf8a2c6bf4324998d062d437e61a Erişim Tarihi: 28.11.2015

Karadakis, K., Kaplanidou, K. ve Karlis, G. (2010) *"Event Leveraging Of Mega Sport Events: A SWOT Analysis Approach"*. International Journal of Event and Festival Management, Cilt: 1, Sayı: 3. ISSN: 1758-2954. s:170-185.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi,* Beta Yayıncılık: Ankara.

Kim, W., Jun, H. M., Walker, M. ve Drane, D. (2015) *"Evaluating The Perceived Social Impacts Of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events: Scale Development And Validation"*. Tourism Management, Cilt: 48. ISSN: 0261-5177. s:21-32.

Presenza, A. ve Sheehan, L. (2013) *"Planning Tourism Through Sporting Events"*. International Journal of Event and Festival Management, Cilt: 4, Sayı: 2. ISSN: 1758-2954. s:125-139.

Doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0037

Ratten, V. ve Ratten, H. (2011) *"International Sport Marketing: Practical And Future Research Implications"*. Journal of Business & Industrial Marketing, Cilt: 26, Sayı: 8. ISSN: 0885-8624. s:614-620.

Rosentraub, M. S. ve Joo, M. (2009) *"Tourism And Economic Development: Which İnvestments Produce Gains For Regions?"*. Tourism Management, Cilt: 30, Sayı:5 . ISSN: 0261-5177. s:759-770.

Sun, Y.-Y., Rodriguez, A., Wu, J.-H. ve Chuang, S.-T. (2013) "*Why Hotel Rooms Were Not Full During A Hallmark Sporting Event The 2009 World Games Experience?".* Tourism Management, Cilt: 36. ISSN: 0261-5177. s:469-479.

Thwaites, D. (1999). *"Closing The Gaps: Service Quality In Sport Tourism"*. Journal of Services Marketing, Cilt: 13, Sayı: 6. ISSN: 0887-6045. s:500-516.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2015). *Spor Turizmi Raporu* http://www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi-raporu_12195_5670173.pdf Erişim Tarihi: 17.12.2015

Usta, Ö. (2008). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Detay Yayıncılık: Ankara.

Weed, M. (2014) *"After 20 Years, What Are The Big Questions For Sports Tourism Research?"*. Journal of Sport & Tourism, Cilt: 19, Sayı: 1. ISSN: 1477-5085. s:1-4.

World Tourism Organziation (2002). *Sport and Tourism*, World Tourism Organization: Madrid.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri,* Seçkin Yayınları: Ankara.