

3. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu

Çukurova Bölgesi Gezi Teknesi İşletmeciliğinde Jenerik Stratejiler

Özcan YAMAN

Yrd. Doç. Dr. Bilge AKSAY

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

2016

Çalışmanın Amacı

Çukurova Bölgesi'nde faaliyet gösteren gezi teknesi işletmelerinin Porter'ın (1980) geliştirdiği jenerik stratejiler açısından incelenerek işletme performanslarının artırılmasına yönelik çözüm önerileri sunmaktır.

Kavramlar

Jenerik Strateji

Strateji dilimize Fransızcadaki "**strategie**" kelimesinden geçmiştir. Yunanca "**stratos**" (ordu) ve "**ago**" (yönetmek) kelimelerinden elde edilmiştir.

"Belirli bir amaca ulaşmak için izlenen temel yol veya yaklaşım "

Herhangi bir sektöre, iş alanına veya işletmeye bağlı olmayıp tüm işletmeler için geçerli olan stratejilere **jenerik strateji** denmektedir. Harvard Üniversitesi öğretim üyelerinden Michael Porter tarafından geliştirilen bu jenerik stratejiler işletme yazınına yerleşmiştir.

Porter'ın Jenerik Stratejileri Yaklaşımı

Michael Porter (1980), "**Competitive Strategy**" adlı kitabında geliştirilen "*Jenerik stratejiler*";

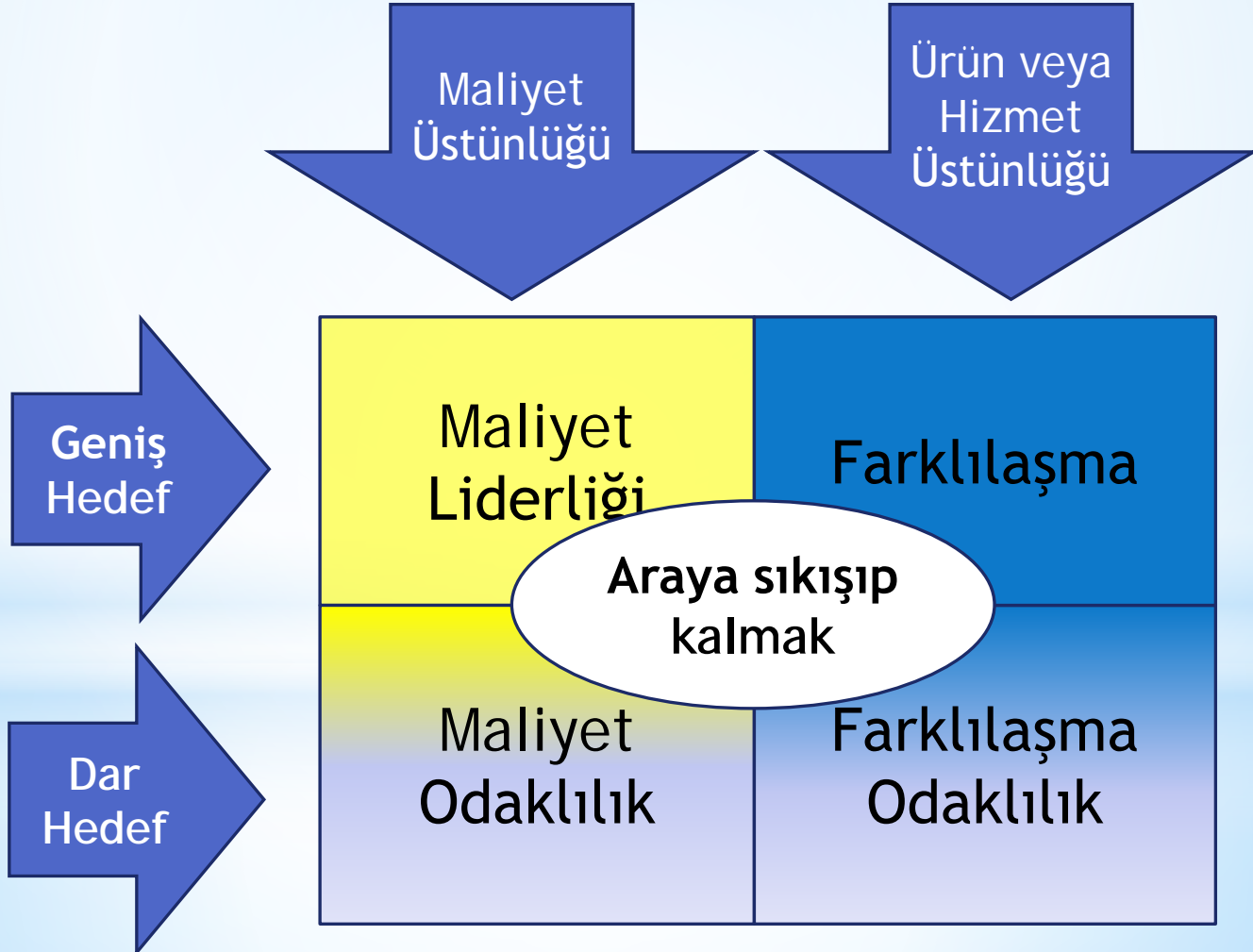
İşletmenin çalıştığı sektörde rakiplerine göre bulunduğu durumu ve rekabet gücünü ifade eden rekabet stratejileridir.

* Maliyet Liderliği Stratejisi

* Farklılaşma Stratejisi

* Odaklanma Stratejisi

Porter'ın Jenerik Stratejiler Matrisi



Metodoloji

- * Araştırma soruları; “Çukurova Bölgesinde faaliyet gösteren gezi teknisi işletmelerinin izledikleri stratejiler nelerdir? İşletme performansını arttırabilmek için işletme çevresine yönelik öneriler nelerdir?”
- * Çevresel düzenlemelerin işletme karlılığı üzerinde yaratabileceği olumlu etkileri tartışılmış ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Yöntem

Bu çalışmada, araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek üzere nitel araştırma yönteminden yararlanılmış ve örneklem sayısının sınırlılığı nedeniyle yüz yüze mülakat tekniği kullanılmıştır.

Örnekleme

- * Araştırmanın örneklemini Mersin'de faaliyet gösteren gezi teknesi kooperatifine bağlı beş işletme oluşturmaktadır.
- * 2015 Eylül ve Ekim aylarında farklı günlerde toplam beş işletme yetkilisi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Bulgular (1)

İşletme Özellikleri	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Sektör Tecrübesi	6 yıl	7 yıl	10 yıl	6 yıl	11 yıl
İşletmenin Tekne Sayısı	1	1	2	1	4
İşletmenin Çalışan Sayısı	5	6	11	5	22

Bulgular (2)

Katılımcı İşletme Sahiplerinin Tecrübeleri

Coğrafi Tecrübe	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
İstanbul	-----	-----	-----	X	-----
Kuşadası	-----	X	-----	-----	-----
Bodrum	-----	-----	X	-----	X
Antalya	-----	-----	X	-----	X
Mersin	X	X	X	X	X
İskenderun	X	-----	-----	-----	-----

Bulgular (3)

Katılımcı İşletmelerin Sorunları

Sorunlar	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Ulaşım	X	X	X	X	X
Reklam Tanıtım	-----	X	X	-----	X
Tekne Bakım Konaklama	X	X	X	X	X
Tekne Bağlama Yeri	X	X	X	X	X
Günlük Vergi Denetimi	X	X	X	X	X
Tekne Alımında Finansman Desteği	X	X	X	X	X
Fiyat	X	X	-----	-----	-----

Bulgular (4)

Katılımcı İşletmelerin Önerileri

Öneriler	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Devlet Desteği	X	X	X	X	X
Tersane İhtiyacı	X	X	X	X	X
Kalifiye İşçi	-----	X	-----	X	-----
Ulaşım	X	X	X	X	-----
Havuz Sistemi	X	X	X	-----	X

Bulgular (5)

Katılımcı İşletmelerin İzledikleri Stratejiler

İzlenen Stratejiler	Katılımcı 1	Katılımcı 2	Katılımcı 3	Katılımcı 4	Katılımcı 5
Maliyet Liderliği Stratejisi	X				X
Farklılaşma Stratejisi	-----		X	-----	X
Odaklanma Stratejisi	-----	-----	-----	-----	-----

Arada sıkışıp kalma

Sonuç ve Öneriler

- * Rekabet Düzeyi Stratejisine uygun
- * Niş Pazar özelliği
- * Tek Tip Fiyat - Havuz sistemi
- * KOBİ yapılanması aşamasında
- * Finansal ve beşeri kaynak kısıtlılığı
- * Farklılaşma ve Odaklanma Stratejisi izlenememektedir
- * Ortada kalma durumu oluşmaktadır

Sonuç ve Öneriler

- * Kamu ve Özel sektörün koordinasyon içinde çalışması
- * İlgili taraflarca fuar ve kongrelerde tanıtım
- * E pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi
- * Tanıtım faaliyetlerinin arttırılması
- * Bölgesel bütünleşik pazarlama
- * Yabancı misafirlere yönelik faaliyetler
- * Diğer sahil kıyılarında da teşvik edilmesi

Pazara yeni giren işletmelerin yarattığı sinerji bütüncül bir etkiyle olumlu performans artışı sağlayabilecektir.

Teşekkürler...