

Cruise Ports in Turkey: Analysis of Market Structure and Competitiveness

Türkiye’de Kruvaziyer Limanlar: Pazar Yapısı ve Rekabetçilik Analizi

Türk Denizcilik ve Deniz Bilimleri Dergisi

Cilt: 4 Sayı: 2 (2018) 167-179

Ersin Fırat AKGÜL^{1,*}

*¹Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Bölümü,
Bandırma, Balıkesir*

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the market structure and competitiveness levels of cruise port sector in Turkey. In this context, initially, the cruise tourist movement for the period of 2003-2017 is presented. For the specified time span, “Concentration Analysis (CR₃-CR₅)” and “Herfindahl-Hirschman Index (HHI)” are used to comprehend the market structure. Then, the competitiveness of regions and cruise ports is analyzed using “Shift-Share

Analysis” for 2003-2007, 2008-2012 and 2013-2017 time periods. According to the findings, although the cruise port sector in Turkey has oligopolistic market structure, it has been observed that the competition pressure has increased in recent years. Especially, Çeşme and Bodrum regions are found as rising stars in spite of sharp decline in 2016 and 2017.

Keywords: Cruise port, Cruise Tourist, Competitiveness, Concentration, Turkey

Article Info

Received: 26 October 2018

Revised: 05 November 2018

Accepted: 08 November 2018

* Corresponding Author

E-mail: eakgul@bandirma.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye’deki kruvaziyer limancılık sektörü pazar yapısının ve rekabetçilik düzeylerinin analizi amaçlanmıştır. Bu bağlamda öncelikle 2003-2017 yılları arasındaki kruvaziyer yolcu hareketlerine verilmiştir. Söz konusu zaman aralığına yönelik olarak “Yoğunlaşma Oranı ($CR_3 - CR_5$)” ve “Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)” yoğunlaşma analizleri uygulanarak sektörün pazar yapısı anlaşılmasına çalışılmıştır. Ardından, 2003-2007, 2008-2012 ve 2013-2017 dönemlerini kapsayacak şekilde üç ayrı zaman aralığına göre Türkiye’deki kruvaziyer bölgelerinin ve limanlarının rekabetçilik düzeyleri, Pay-Değişim Etkisi (Shift-Share Analysis) yöntemi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Türkiye’deki kruvaziyer limancılık sektörünün oligopol pazar yapısına sahip olmasına rağmen, özellikle son yıllarda rekabet baskısının arttığı gözlenmiştir. Özellikle 2016 ve 2017 yıllarında Türk limanlarını ziyaret eden kruvaziyer turist sayısındaki dramatik azalmaya rağmen Çeşme ve Bodrum bölgelerinin, parlayan yıldız olarak beklenenin üzerinde kruvaziyer turisti ağırladığı saptanmıştır.

Anahtar sözcükler: Kruvaziyer Liman, Kruvaziyer Turist, Rekabetçilik, Yoğunlaşma, Türkiye

1. GİRİŞ

Turizm, küreselleşmede anahtar bir role sahip olup, doğası gereği dünya ekonomisinin en uluslararasılaşmış sektörlerinden birisidir (Gui ve Russo, 2011: 129). Turizm endüstrisinin küreselleşmesinde kruvaziyer turizmi; dünya coğrafyası üzerindeki geniş pazar alanı, farklı milliyetlerdeki turistlere yönelik uygulamaları ve mobilize varlıklara sahip olması nedeniyle, adeta bir sembol niteliğindedir (Rodrigue ve Notteboom, 2013: 31).

“Deniz-kum-güneş” şeklindeki geleneksel turizm aktivitelerinden sıkılan turistlere yönelik farklı deneyimler içeren bir alternatif turizm çeşidi olarak kruvaziyer turizmini tercih eden turist sayısı; 1960’lı yılların sonlarından itibaren, yüksek kapasiteli gemilerin kullanılmaya başlanması, yeni destinasyon seçeneklerinin çoğalması, şirketler tarafından yapılan promosyonlar ve gemilerde gerçekleştirilen etkinlik çeşitlerinin artmasına bağlı olarak büyük oranda artış göstermiştir (Sezer, 2014: 51, Dikeç vd. 2014: 73). Bu nedenle kruvaziyer sektörü, turizm endüstrisinin en

dinamik ve en hızlı büyüyen sektörlerinden birisi haline gelmiştir (Sun vd. 2011: 747).

Kruvaziyer turizmi, son 30 yıl içerisinde, öncelikle Kuzey Amerika bölgesinde, ardından Avrupa’da ve son yıllarda da Avustralya ve Yeni Zelanda bölgesinde yaratılan talep ile dinamik büyüme oranına sahip bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Orive vd., 2015: 2). Özellikle Akdeniz havzası, dünya kruvaziyer destinasyonları arasında en çok turist çeken bölgelerden birisi haline gelmiştir (Lekakou vd. 2009: 7). Bu gelişmelere bağlı olarak kruvaziyer sektöründe doğrudan ve dolaylı katma değer ve istihdam artışı gözlenmiş olup, CLIA (2018) raporuna göre dünya genelinde 1 milyonu aşkın seviyede istihdam söz konusudur. Bu istihdamın yaklaşık yarısını, Avrupa tek başına üretmekte olup, sektörde çalışanların maaş ve diğer kazançları toplamı 12.77 milyar € seviyesine ulaşmıştır (CLIA, 2017).

Gemi ve ziyaret edilen limanlar, kruvaziyer turizminin en önemli iki bileşenidir (Oral ve Esmer 2010: 826). Dünya genelindeki pazar payının, 2018 itibarıyla %79,9’unun sadece üç şirket (Carnival Cruise Lines-CCL, Royal

Caribbean International - RCI ve Norwegian Cruise Line - NCL) arasında paylaşıldığı oligopol bir piyasanın var olduğu ve yüksek yatırım maliyetleri içeren kruvaziyer gemi işletmeciliği yerine, kruvaziyer liman işletmeciliğine ağırlık vermek daha yerinde olacaktır (Cruise Market Watch, 2018).

Gemilerin ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılandığı, doğal ve kültürel cazibe noktalarının bulunduğu, yakın gezi bölgelerine turların organize edildiği, alışveriş ve konaklama gibi birçok gemi dışı aktivitenin yapıldığı yerler olan kruvaziyer limanlar, bu özellikleri ile 4-5 yıldızlı yüzer otel şeklindeki ultra lüks gemiler kadar değerli bir çekim gücüne sahiptir (Sun vd., 2011: 747).

Türkiye, yoğun ilgi gören Akdeniz havzasında özellikle 2000’li yılların başından itibaren popüler bir kruvaziyer destinasyonu haline gelmiş olup bu sektördeki hızlı gelişmeden payını almıştır (Atlay ve Cerit, 2015: 65). Geniş bir coğrafi alanı kapsayan ülkemizi tek bir turistik çekim merkezi olarak pazarlamak yerine, destinasyon bazındaki pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmelidir (Ersun ve Arslan, 2011: 229). Bu bağlamda destinasyon pazarlama stratejileri arasında limanlar, kruvaziyer hatların güzergahlarının belirlenmesinde kilit bir role sahiptir. Dolayısıyla, hizmet alınacak limanın kruvaziyer gemilerine uygun altyapı ve üstyapıya sahip olması, kapasitesi ve liman yeri olarak seçilen bölgenin turizm açısından çekim noktası olması, rekabetçi üstünlük elde etmede önemli bir rol oynamaktadır (Oral ve Esmer 2010: 826).

Ulusal ölçekteki çalışmalar incelendiğinde, Türkiye’deki kruvaziyer sektörünün pazar yapısı ve kruvaziyer limanların rekabetçilikleri üzerine yapılmış herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Söz konusu boşluğu doldurmaya yönelik olarak hazırlanan bu

çalışmanın ikinci bölümünde, ulusal ve uluslararası ölçekte kruvaziyer sektörü üzerine yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde; kullanılan veriler, araştırmanın modeli ve analizde kullanılan yöntemler hakkında kısa bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde ise kruvaziyer yolcu hareketleri incelenmiş ve belirtilen zaman aralığındaki pazar yapısını ve rekabetçilik düzeylerini belirlemeye yönelik olarak analiz sonuçları paylaşılmıştır. Elde edilen bulgulara yönelik çıkarımlar ve gelecekte yapılabilecek çalışmalara yönelik öneriler sonuç kısmında belirtilmiştir.

2. YAZIN TARAMASI - KRUVAZİYER LİMANLAR

Kruvaziyer turizmi, yarattığı katma değer ve istihdam olanakları bakımından birçok akademik çalışmada araştırma konusu haline gelmiştir (Wang vd., 2014: 36). Ancak genel eğilime bakıldığında kruvaziyer sektörü ile ilgili olarak genellikle talep ve müşteri davranışları üzerine yoğunlaşıldığı; ulusal ve uluslararası ölçekte kruvaziyer limanları üzerine aynı oranda çalışmanın olmadığı gözlenmiştir (Di Vaio vd., 2011: 30).

Uluslararası ölçekte bakıldığında kruvaziyer limanlar üzerine kısıtlı sayıda çalışmanın olduğu saptanmıştır (Sun vd., 2011: 747). Marti (1990), artan arz tonajı karşısında coğrafi kriterlere göre kruvaziyer liman seçim sürecini analiz etmiştir. McCalla (1998), kruvaziyer limanların mevcut durumu ile konumun liman başarısındaki etkilerini karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Lekakou vd. (2009), kruvaziyer hatların ana liman seçimlerini etkileyen faktörleri belirlemişlerdir. Vaggelas ve Pallis (2010), kruvaziyer limanlarında verilen hizmetleri sınıflandırarak analiz etmişlerdir. DiVaio vd. (2011), İtalya’da faaliyet gösteren kruvaziyer limanlarının göreceli etkinliklerini incelemiştir. Cai vd.

(2013), kruvaziyer ana limanlarının rekabetçiliklerini araştırmışlardır. London ve Lohmann (2014) destinasyon paydaşları ile hatlar arasındaki güç dağılımını karşılaştırmışlardır. Wang vd. (2014), kruvaziyer hatların liman seçim kriterlerini belirlemişlerdir. Castillo-Manzano vd. (2014), kruvaziyer liman kapasitesini etkileyen faktörlerin tespit etmişlerdir. Pallis ve Arapi (2015), Akdeniz bölgesindeki kruvaziyer limanlar arası yolcu hareketlerini istatistiksel olarak analiz etmişlerdir.

Ulusal ölçekte yapılan çalışmalara bakıldığında ise kruvaziyer limanların araştırmacılar tarafından farklı konularda incelendiği görülmüştür. Bu konular arasında; destinasyon marka imajı (Adan, 2014; İnan vd., 2011), destinasyon pazarlama stratejisi (Karabıyık ve İnci, 2012), içsel pazarlama ve hizmet kültürü (Atlay ve Cerit, 2015), bölgesel pazar analizleri (Oral ve Esmer, 2010; Esmer vd., 2012; Sezer, 2014) kruvaziyer turistlerin satın alma davranışları (Dikeç vd., 2014) ile ana liman olma potansiyeli (Bağış ve Dooms, 2014) yer almaktadır. Yıllar itibariyle Türkiye kruvaziyer limanlarını ziyaret eden turist hareketlerine göre pazar yapısının ve söz konusu limanlar arası rekabetçilik seviyelerinin istatistiksel olarak analiz edildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır.

3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI

Bu çalışmada öncelikle, 2003-2017 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden kruvaziyer turistlerin sayısındaki değişime yer verilmiş ve Türkiye'deki kruvaziyer liman işletmeciliğinin pazar yapısını anlamaya yönelik olarak da "Yoğunlaşma Oranı ($CR_3 - CR_5$)" ve "Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)" yoğunlaşma

analizleri uygulanmıştır. Ardından, 2003-2007, 2008-2012 ve 2013-2017 zaman aralıklarına göre Türkiye'deki kruvaziyer bölgelerin rekabetçilik düzeyleri, Pay-Değişim Etkisi (Shift-Share Analysis) yöntemi ile incelenmiştir.

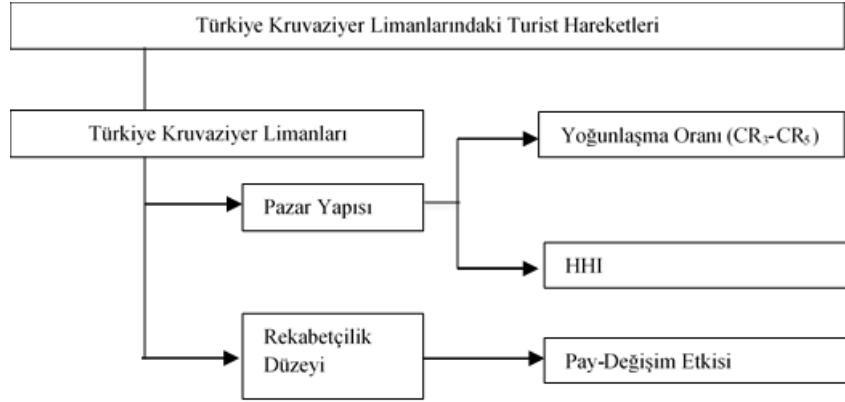
3.1. Veri ve Örneklem

Bu çalışmada, belirtilen zaman aralığında söz konusu limanları ziyaret eden kruvaziyer yolcu sayıları (PAX) analizler kapsamında dikkate alınmıştır. Veriler, "Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü İstatistik Bilgi Sistemi"nden elde edilmiştir. Elde edilen verilere göre kruvaziyer turistlerin belirtilen zaman aralığında toplam Şekil 1'deki haritada gösterilen 26 kruvaziyer limanını ziyaret ettiği saptanmıştır.



Şekil 1. Örneklemeye dahil edilen kruvaziyer limanlar

Söz konusu limanlar, turist hareketleri ve pazar yapısı ile ilgili analizlere dahil edilmiştir. Fakat, limanların rekabetçilik düzeyleri belirlenirken, pazar payı %1'in altında olan toplam 14 liman örneklemden çıkarılmış ve geriye kalan 12 liman göreceli olarak incelenmiştir. Özetle, çalışmanın genel yapısı Şekil 2'de gösterilmektedir. Veriler, Microsoft Excel programı ile analiz edilmiştir.



Şekil 2. Araştırmanın genel yapısı

3.2. Araştırmanın Yöntemi

3.2.1. Pazar Yapısı

Türkiye’deki kruvaziyer liman işletmeciliğinin piyasa yapısının analizi ile tam rekabet, monopol, oligopol gibi piyasa yapılarından hangisinin özelliklerine sahip olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yük ve yolcu limanlarının yoğunlaşmalarını analiz etmek amacıyla “Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)” yöntemi sıklıkla kullanılan yöntemlerden birisidir (Notteboom, 1997; Fageda, 2000; Notteboom, 2010; Liu vd. 2011, Varan ve Cerit, 2014; Pallis ve Arapi, 2015). Bu yöntemin matematiksel ifadesi aşağıda gösterilmektedir.

$$D_j = \frac{\sum_{i=1}^n PAX_{ij}^2}{(\sum_{i=1}^n PAX_{ij})^2} \text{ ve } \frac{1}{n} < D_j < 1 \quad (1)$$

Yukarıdaki formüle göre j kruvaziyer liman sisteminde; D_j yoğunlaşma endeksini, PAX_{ij} i limanının pazar payını, n ise toplam liman sayısını göstermektedir. Eğer turistlerin tamamı tek bir limanı ziyaret ediyorlarsa, endeks tam yoğunlaşma halinde olup 1 değerine sahip olacaktır. Diğer taraftan bakıldığında, eğer toplam turist trafiği mevcut limanlar arasında eşit olarak dağılırsa da endeks en düşük seviyesi olan $\frac{1}{n}$ seviyesinde olacaktır.

Buna göre endeks 0,01 seviyesinin altında

ise yüksek seviyede rekabetin olduğu bir piyasadan bahsedilebilir. Endeksin 0,25 ve üstünde bir değer alması halinde ise yoğunlaşmanın fazla olduğu oligopol bir piyasanın var olduğundan söz edilebilir (Pallis ve Arapi, 2015: 9).

HHI analizi ile birlikte ayrıca “Yoğunlaşma Oranı ($CR_3 - CR_5$)” analizi yapılarak her iki yöntem test edilmiştir. Bu oran, en çok turistin ziyaret ettiği ilk üç ve ilk beş limanın pazar paylarının kareleri toplamı ile hesaplanmaktadır. Söz konusu yöntem matematiksel olarak aşağıda gösterilmektedir.

$$CR_n = \sum_{i=1}^n s_{ij}^2 \quad (2)$$

Yukarıdaki formülde CR_n n adet limanın yoğunlaşma oranını, s_{ij} ise j kruvaziyer sistemi içerisindeki i . limanın pazar payını göstermektedir.

3.2.2. Rekabetçilik Analizi

Örnekleme dâhil edilen kruvaziyer limanlarının rekabetçiliklerini ölçmek için Pay-Değişim Etkisi (Shift-Share Analysis) yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin bazı çalışmalarda “Değişim Payı Analizi” şeklinde Türkçeye çevrildiği görülmüştür. Halbuki bu yöntem ile, analizin yapıldığı zaman aralığının ilk ayağındaki toplam turist sayısına göre elde edilen pazar payı dikkate alınarak, son ayağındaki toplam turist sayısına göre beklenen pazar payı ile

elde edilen pazar payı arasındaki değişim hesaplanmaktadır. Buna göre söz konusu limanı ziyaret eden turist sayısının beklenenden ne kadar geride kaldığı veya tam tersi ne kadar artış gösterdiği analiz edilmektedir. Beklenen pay ve ortaya çıkan değişimin etkisine göre yapılan rekabetçilik analizi nedeniyle söz konusu yöntem “Pay-Değişim Etkisi” olarak bu çalışmada Türkçe’ye çevrilmiştir.

Söz konusu yöntem, ekonomistler tarafından ilk olarak, üretime katılan toplam istihdamın bölgesel değişimlerinin belirlenmesinde kullanılmıştır (Marti, 2008: 742). Ardından bu yöntem limanlar arasındaki rekabetin belirlenmesinde de sıklıkla kullanılan bir yöntem haline gelmiştir (Marti, 1982; Notteboom, 1997; Fageda, 2011; Varan ve Cerit, 2014; Pallis ve Arapi, 2015).

“Pay Etkisi” söz konusu limanı ziyaret eden turist sayısındaki beklenen artışı ifade etmekteyken, “Değişim Etkisi” ise beklenen paydan uzaklığı ifade etmektedir. Her bir limana ait değişim etkilerinin toplamı sıfıra eşit olacaktır. Yöntemin matematiksel ifadesi aşağıdaki gösterilmektedir.

$$\begin{aligned} BÜYÜME_i &= PAX_{it_1} - PAX_{it_0} \\ &= PAY_i + DEĞİŞİM_i \end{aligned} \quad (3)$$

$$PAY_i = \left(\frac{\sum_{i=1}^n PAX_{it_1}}{\sum_{i=1}^n PAX_{it_0}} - 1 \right) \cdot PAX_{it_0} \quad (4)$$

$$DEĞİŞİM_i = PAX_{it_1} - \frac{\sum_{i=1}^n PAX_{it_1}}{\sum_{i=1}^n PAX_{it_0}} \cdot PAX_{it_0} \quad (5)$$

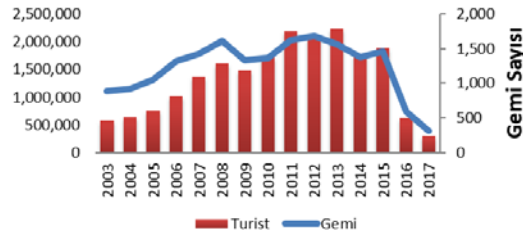
Yukarıdaki formüle göre t_0 ve t_1 zaman aralığında; i limanındaki net büyüme $BÜYÜME_i$, i limanının pay etkisi PAY_i ve i limana gelen turist sayısındaki toplam değişim $DEĞİŞİM_i$ ile gösterilmiştir. PAX_{it} limanı ziyaret eden turist sayısını,

n ise sistemdeki toplam liman sayısını ifade etmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1. Türkiye Limanlarında Kruvaziyer Turist Hareketleri

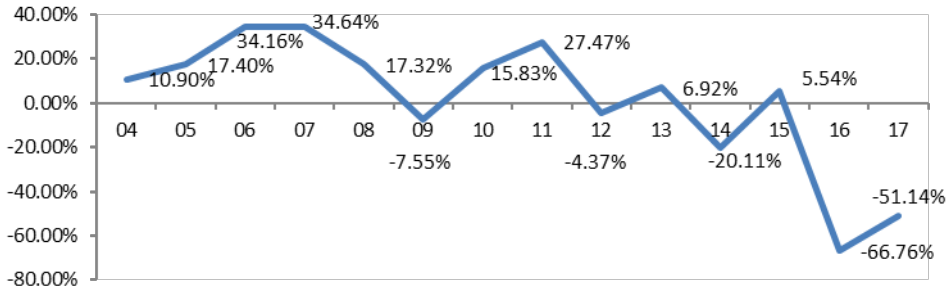
Türkiye’deki kruvaziyer limanlarını yıllar itibariyle ziyaret eden turist ve gemi hareketlerine aşağıdaki grafiklerle özetlenmektedir.



Şekil 3. 2003-2017 yılları arasında Türkiye limanlarını ziyaret eden kruvaziyer turistler

Şekil 3’ te görüldüğü gibi, 2003 yılından itibaren Türkiye’yi ziyaret eden kruvaziyer yolcuların sayısı, 2016 yılına kadar genel itibariyle sürekli artış göstermiştir. 2003 yılında 581.848 turist ziyaret etmişken, 2006 yılında 1 milyon, 2011 yılı itibariyle de 2 milyon sınırı aşılmıştır. 2009, 2012, 2014, 2016 ve 2017 yıllarında, bir önceki yıla göre toplam turist sayısının azaldığı görülmektedir. 2009’da yaşanan düşüşü, sektörün talep kaynağı olarak kabul edilen gelişmiş ülkelerde yaşanan küresel finansal krizin etkisi olarak yorumlanabilir. Diğer yıllardaki düşüşün nedeni olarak, hem komşu ülkelerde hem de ülkemiz sınırları içerisinde, özellikle metropol şehirleri kapsayacak şekilde, yaşanan terör olaylarına bağlı oluşan güvenlik kaygıları gösterilebilir.

Kruvaziyer turist sayısının bir önceki yıla göre yüzdesel değişimi Şekil 4’ te gösterilmektedir.

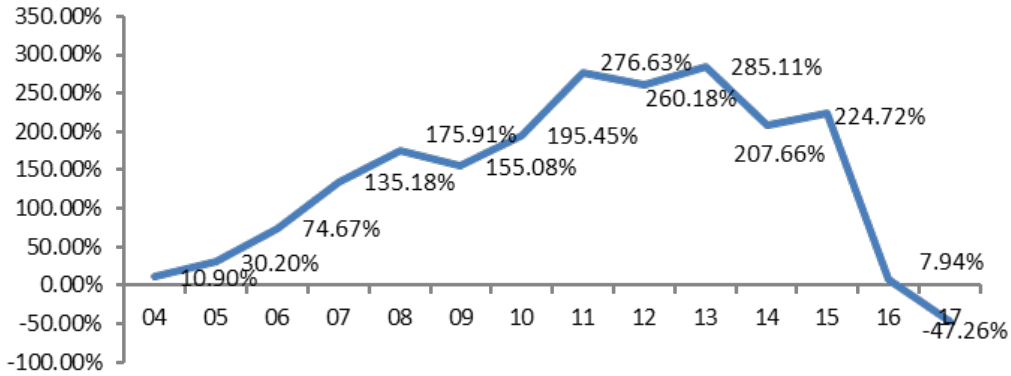


Şekil 4. 2003-2017 Yılları Arası Türkiye Limanları Ziyaret Eden Kruvaziyer Turist Sayısının Bir Önceki Yıla Göre Yüzdese Değişimi

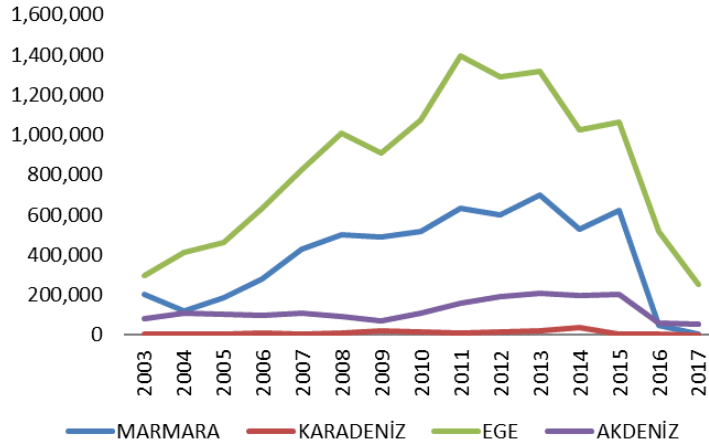
Buna göre, her ne kadar söz konusu zaman aralığında kruvaziyer turist sayısında dikkate değer bir artış yaşansa da yıllık büyüme oranlarının dalgalı bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Özellikle 2016 ve 2017 yıllarında yaşanan dramatik daralmanın büyüklüğü görülmektedir. Zaman aralığının başlangıcı olan 2003 yılı referans alındığında ise yolcu sayılarının yüzdese değişimi ise Şekil 5' te

gösterilmektedir.

Görüldüğü üzere 2017 yılındaki düşüş sonrası gelen seviye, 2003 yılında ülkemizi ziyaret eden toplam kruvaziyer turist sayısı, yarıya düşmüştür. Kruvaziyer turist trafiğindeki bölgesel değişimlerin anlaşılması için, Şekil 6'de gösterildiği gibi söz konusu limanlar buldukları bölgeye göre gruplandırılmıştır.



Şekil 5. 2003-2017 Yılları Arası Türkiye Limanları Ziyaret Eden Kruvaziyer Turist Sayısının 2003 Yılına Göre Yüzdese Değişimi



Şekil 6. Yıllar itibariyle turist trafiğindeki bölgesel değişim

Şekil 6’da görüldüğü üzere, 2003-2015 zaman aralığında, Ege bölgesini ziyaret eden turist sayısında kayda değer bir artış yaşanmıştır. Buna göre, diğer bölgelerle kıyaslandığında Ege bölgesinin kruvaziyer turistler tarafından daha çok tercih edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, Marmara bölgesi de son yıllarda öne çıkan bölgeler arasındadır. 2016 ve 2017 yıllarında yaşanan dramatik düşüş ise etkisini bütün bölgelerde göstermiştir.

4.2. Yoğunlaşma Analizi

Türkiye’deki kruvaziyer limanlarının pazar yapısını analiz etmek amacıyla “Yoğunlaşma Oranı ($CR_3 - CR_5$)” ve “Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)” yöntemleri uygulanmıştır. Elde edilen bulgular kıyaslamalı olarak Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Türkiye’deki Kruvaziyer Limanlarında Yoğunlaşma Analizi Sonuçları

Yıllar	CR ₃	CR ₅	HHI
2003	0.28	0.28	0.28
2004	0.16	0.18	0.19
2005	0.22	0.24	0.24
2006	0.24	0.25	0.25
2007	0.26	0.26	0.26
2008	0.24	0.24	0.24
2009	0.25	0.25	0.25
2010	0.22	0.23	0.23
2011	0.22	0.23	0.23
2012	0.22	0.23	0.23
2013	0.21	0.22	0.22
2014	0.20	0.21	0.22
2015	0.21	0.22	0.22
2016	0.04	0.04	0.04
2017	0.01	0.01	0.01

2003-2015 zaman aralığı dikkate alındığında, Türkiye'deki kruvaziyer limanlarında yüksek seviyede yoğunlaşma olduğu, diğer bir ifadeyle, toplam turist trafiğinin büyük bir kısmının sınırlı sayıda liman üzerinden gerçekleştiği teyit edilmiştir. Buna göre söz konusu zaman aralığı dikkate alındığında oligopol piyasa yapısının var olduğu söylenebilir. Ancak, 2016 ve 2017 yıllarında elde edilen bulgular ile önceki yıllar elde edilen bulgular birbirleri ile çelişmektedir. Buna göre, 2016 yılı sonuçlarına göre yoğunlaşma ortadan kalkmış, hatta 2017 yıl sonu itibarıyla tam rekabet piyasasının varlığını işaret edecek seviyeler ortaya çıkmıştır. Ancak unutulmamalı ki son iki yıla ait veriler bölgemizde ortaya çıkan ve akabinde ülkemiz sınırları içerisinde yansımaları olan güvenlik sorunlarına yönelik kaygılara bağlı olarak dramatik bir şekilde düşüş sergilemiştir. Bu durumda nicel verilerin analizi ve yorumlanması sırasında kesin yargılara varmak oldukça güçtür.

4.3. Rekabetçilik Analizi

Türkiye'de faaliyet gösteren kruvaziyer limanlarının rekabetçilik seviyelerinin belirlenmesine yönelik olarak uygulanan "Pay-Değişim Etkisi (Shift-Share Analysis)" yönteminin bulguları 2003-2007 zaman aralığına yönelik olarak Tablo 2'de, 2008-2012 zaman aralığına yönelik olarak Tablo 3'te ve 2013-2017 zaman aralığına yönelik olarak ise Tablo 4'te verilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, 2003-2007 yılları arasında İzmir yüksek bir turist trafiğine erişmiştir. 2003 yılı referans alındığında 2008 yılında beklenenden çok fazla turist artışı yaşanmıştır. İzmir dışında Akdeniz bölgesinin önde gelen turistik bölgelerinde yer alan Alanya da beklenenin çok üzerinde turist kruvaziyer ağırlamıştır. Antalya, Kuşadası, İstanbul,

Dikili, Bodrum, Trabzon ve Çanakkale beklenen seviyelerin altında kalmışlardır. 2003-2007 yılları arasında beklentilerin çok üzerinde performans sergileyen İzmir, aynı performansı 2008-2012 yılları arasında da göstermiş ve beklentilerin üzerinde kruvaziyer turist ağırlamıştır. Tablo 3'te gösterildiği üzere; Antalya, Çeşme ve Trabzon'u beklenenden daha fazla kruvaziyer turist ziyaret etmiştir. Bu dönemde kaybedenler ise sırasıyla; Kuşadası, Alanya, İstanbul, Marmaris, Bodrum, Dikili, Çanakkale ve Sinop şeklindedir.

Analizin yapıldığı son zaman aralığı olan 2013-2017 yılları arasında büyük değişimler olduğu Tablo 4'te görülmektedir. Çalışmanın yapıldığı zaman aralığı dikkate alındığında en yüksek kruvaziyer turistin ağırlandığı yıl olarak görülen 2013 yılı ile kıyaslandığında, 2017 yılındaki toplam ziyaretin yaklaşık %84 düşmesine rağmen Çeşme'nin 2017 yılında, 2013 yılındaki payının da üzerine çıktığı ve beklentileri fazlasıyla karşıladığı görülmektedir. Hatta, Kuşadası'ndan sonra en çok turist çeken ikinci bölge olarak da dikkat çekmektedir. Çeşme ile paralel şekilde yıldızı parlayan bir diğer bölge olarak Bodrum öne çıkmaktadır. İlk iki zaman aralığında beklentilerin altında kaldığı görülen Kuşadası, her ne kadar eski yıllarını aratan seviyelerde kalsa da, turist kaybı açısından diğer bölgelere kıyasla daha az hasar alan bölge olarak öne çıkmıştır. Antalya, Alanya ve Marmaris beklentilerin üzerinde performans gösteren diğer bölgeler olarak tespit edilmiştir. İlk iki zaman aralığında birinci sırada yer alan İzmir ise son yıllarda beklenenin çok altında kalarak İstanbul'un ardından en kötü performans gösteren ikinci kent olarak saptanmıştır. Beklenenden daha kötü performans gösteren bölgeler sırasıyla; Trabzon, Dikili, Sinop ve Çanakkale şeklindedir.

Tablo 2. Pay-Değişim Etkisi Analizi (2003-2007)

Limn	2003	2007	Pay Etkisi (Beklenen)	Gerçekleşen Büyüme	Değişim Etkisi
1 İZMİR	3.271	287.357	4.422	284.086	279.664
2 ALANYA	30.737	93.937	41.551	63.200	21.649
3 ÇEŞME	0	0	0	0	0
4 SİNOP	0	0	0	0	0
5 ÇANAKKALE	3.629	5.207	4.906	1.578	-3.328
6 TRABZON	3.204	2.950	4.331	-254	-4.585
7 MARMARİS	32.977	60.039	44.579	27.062	-17.517
8 BODRUM	15.416	9.892	20.840	-5.524	-26.364
9 DİKİLİ	16.661	2.631	22.523	-14.030	-36.553
10 İSTANBUL	200.079	422.896	270.470	222.817	-47.653
11 KUŞADASI	225.330	466.677	304.605	241.347	-63.258
12 ANTALYA	48.012	15.680	64.903	-32.332	-97.235
DİĞER	2.532	1.134			
TOPLAM	581,848	1,368,400			

Tablo 3. Pay-Değişim Etkisi Analizi (2008-2012)

Limn	2008	2012	Pay Etkisi (Beklenen Büyüme)	Gerçekleşen Büyüme	Değişim Etkisi
1 İZMİR	318.45	552.764	97.259	234.313	137.054
2 ANTALYA	25.057	159.430	7.653	134.373	126.720
3 ÇEŞME	1.819	4.787	556	2.968	2.412
4 TRABZON	4.813	8.015	1.470	3.202	1.732
5 SİNOP	3.136	3.708	958	572	-386
6 ÇANAKKALE	8.776	4.184	2.680	-4.592	-7.272
7 DİKİLİ	10.424	4.865	3.184	-5.559	-8.743
8 BODRUM	52.862	52.832	16.145	-30	-16.175
9 MARMARİS	101.87	110.279	31.114	8.405	-22.709
10 İSTANBUL	489.54	596.027	149.514	106.483	-43.031
11 ALANYA	57.000	25.743	17.409	-31.257	-48.666
12 KUŞADASI	518.87	564.317	158.471	45.445	-113.026
DİĞER	12.742	8.722			
TOPLAM	1,605,370	2,095,67			

Tablo 4. Pay-Değişim Etkisi Analizi (2013-2017)

	Liman	2013	2017	Pay Etkisi (Beklenen Büyüme)	Gerçekleşen Büyüme	Değişim Etkisi
1	ÇEŞME	62.741	66.021	-54.148	3.280	57.428
2	KUŞADASI	577.68	119.884	-498.568	-457.801	40.767
3	BODRUM	28.546	31.817	-24.636	3.271	27.907
4	ANTALYA	163.57	40.301	-141.172	-123.274	17.898
5	ALANYA	40.843	12.190	-35.249	-28.653	6.596
6	MARMARİS	152.68	23.736	-131.774	-128.949	2.825
7	ÇANAKKALE	7.467	848	-6.444	-6.619	-175
8	SİNOP	7.460	103	-6.438	-7.357	-919
9	DİKİLİ	7.655	99	-6.607	-7.556	-949
10	TRABZON	8.115	103	-7.004	-8.012	-1.008
11	İZMİR	486.49	9.172	-419.865	-477.321	-57.456
12	İSTANBUL	689.41	1.332	-594.997	-688.085	-93.088
	DİĞER	8.094	1.281			
	TOPLAM	2,240,776	306,887			

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye; tarihsel ve doğal güzellikleri ile çeşitli dini ve kültürel özellikleri bir arada barındırmasından, oryantal ve modern kültürün bir arada bulunmasından ve egzotik bir hava yaratmasından dolayı cazibesini kolay yitirmeyecek bir destinasyondur. Bu çalışma ile, kruvaziyer turizmin ana sac ayaklarından birisi olan kruvaziyer limancılık sektörü, istatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgulara göre değerlendirilerek, hem literatür hem de uygulayıcılar için bir katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Türkiye'yi ziyaret eden kruvaziyer turist hareketleri dikkate alındığında, turistlerin kabul edildiği limanlar özelinde oligopol bir piyasa olduğu; yani toplam pazar payının birkaç limanda yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Ancak, son yıllarda piyasadaki yoğunlaşmanın yıllar itibarıyla azalmasına bağlı olarak, bölgeler ve akabinde limanlar arası rekabetçi baskının arttığı sonucu çıkarılabilir. Bu durum, limanların rekabetçi üstünlüklerini korumaları veya arttırmaları adına karar vericilerin farklı stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır.

Güvenlik konusu başta olmak üzere bazı

makro faktörler de ziyaretçilerin ve en önemlisi o limana uğrak yapan hatların tercihleri üzerinde önemli etkilere sahiptir. Türkiye'deki kruvaziyer turizmi son yıllarda, hem çevresindeki bölgelerde yaşanan siyasi ve ekonomik krizlerden hem de kendi içerisinde yaşadığı belli başlı sorunlardan dolayı etkilenmektedir. Bu durum, 2016 ve 2017 yıllarındaki verilerden görülmektedir. Öyle ki, 2017 yıl sonu itibarıyla Türkiye'yi ziyaret eden toplam kruvaziyer turist sayısı 2003 yılı toplamının yaklaşık yarısında kalmıştır ki bu durum 2013 yılı ile karşılaştırıldığında yaklaşık %85 düşüktür. Söz konusu dramatik düşüşe rağmen Çeşme limanının, kruvaziyer hatlarının genellikle tercih ettiği limanları geride bırakarak Türkiye'deki kruvaziyer turizm pazarında dikkate değer bir paya ulaştığı görülmüştür. Aynı şekilde Bodrum, payını gittikçe arttıran destinasyonlardan birisi haline gelmiştir.

Yarattığı katma değer ve sahip olduğu potansiyel düşünüldüğünde şüphesiz bu durumu kabullenmemek gerekir. Her ne kadar güvenlik konusu kruvaziyer hatlar tarafından rotaların belirlenmesinde ana itici faktör olarak görünse de, bu durumun sonsuza kadar sürmeyeceği de açıktır.

Gemilere ve turistlere verilen liman hizmetleri gibi mikro çevresel faktörler ile birlikte bu tür kaygıların giderilmesi için ilgili destinasyonların cazibesinin artırılması ve yeni destinasyonların cazip kılınmasına yönelik tanıtım faaliyetleri bu zorlu sürecin atlatılmasında faydalı olacaktır. Gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik olarak, özellikle 2016 ve 2017 yıllarındaki dramatik düşüş neticesinde pazar yapısındaki bozulma farklı analizlerin uygulanması ile test edilebilir ve bulgular tartışılabilir. Ayrıca, Çeşme ve Bodrum limanlarının böylesine kötü koşullara rağmen pazar paylarını nasıl arttırdıklarının tespit edilmesine yönelik olarak nitel çalışmalar yapılabilir.

6. KAYNAKLAR

Gui, L., Russo, P.A., (2011). Cruise Ports: A Strategic Nexus Between Regions and Global Lines- Evidence From the Mediterranean. *Maritime Policy and Management* 38(2): 129-150. DOI: 10.1080/03088839.2011556678.

Rodrigue, P.J., Notteboom, T., (2013). The geography of cruises: Itineraries, not Destinations. *Applied Geograph*. 38: 31-42.

Sezer, İ., (2014). Kruvaziyer Turizmi'nde Dikkat Çeken Bir Nokta: Kuşadası Limanı. *Doğu Coğrafya Dergisi* 19(32): 49-78.

Dikeç, G., Bayar, Y., Cerit, A.G., (2014). Kruvaziyer Yolcularının Liman Alanında Satın Alma Davranışlarına İlişkin Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi* 6(2): 71-100.

Sun, X., Jiao, Y., Tian, P., (2011). Marketing Research and Revenue Optimization for the Cruise Industry: A Concise Review. *International Journal of Hospitality Management* 30: 746-755.

Orive, C.A., Cancelas, G.N., Orive, F.A., 2015. Infrastructure, Safety and Environmental Measures in Cruise Ports: The Spanish Case, European Conference on Shipping Intermodalism & Port, 24-27 June, Chios, Greece.

Lekakou, M.B., Pallis, A.A., Vaggelas, G.K., 2009. Is This A Home-Port? An Analysis of the Cruise Industry's Selection Criteria. International Association of Maritime Economists Conference, 24-26 June 2009, Copenhagen, Denmark.

Cruise Lines International Association (CLIA), (2018). Cruise Industry Outlook, 5 Ekim 2018, <https://cruising.org/docs/default-source/research/clia-2018-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=2> adresinden alınmıştır.

Cruise Lines International Association (CLIA), (2017). Contribution of cruise tourism to the economies of Europe, 5 Ekim 2018, https://www.cliaeuropa.eu/images/Reports/2017_Europe_Economic_Impact_Report.pdf adresinden alınmıştır.

Oral, E., Esmer, S., (2010). Ege Bölgesi Kruvaziyer Turizminin Mevcut Durumu ve Geleceği. Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları VIII. Ulusal Kongresi, 27 Nisan-1 Mayıs 2010, s. 805-816, Trabzon.

Cruise Market Watch, (2018). 05 Ekim 2018, <https://cruisemarketwatch.com/market-share/> adresinden alınmıştır.

Atlay, I.D., Cerit, A.G., (2015). Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kültürünün Oluşturulmasında İçsel Pazarlamanın Rolü: Kruvaziyer Turizminden Bir Örnek Olay. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 8(2): 61-77. ISSN: 2148-5801, e- ISSN: 1308-4216.

Ersun, N., Arslan, K., (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 31(2): 229-248.

Wang, G.W.Y., Pallis, A.A., Notteboom, T.E., (2014). Incentives in Cruise Terminal Concession Contracts. *Research Transportation Business & Management* 13: 36-42.

Di Vaio, A., Medda, F.R., Trujillo, L., (2011). An Analysis of the Efficiency of Italian Cruise Terminals. *International Journal of Transport Economics* 38(1): 29-46.

Marti, B.E., (1990). Geography and the Cruise Ship Port Selection Process. *Maritime Policy & Management* 17(3): 157-164.

- McCalla, R.J., (1998). An Investigation Into Site and Situation: Cruise Ship Ports. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie* 89(1): 44-55.
- Vaggelas, K.G., Pallis, A.A., (2010). Passenger Ports: Services Provision and Their Benefits. *Maritime Policy & Management* 31(1): 73-89.
- Cai, E., Shi, J., Ding, H., (2013). Quantitative Comparative Analysis of the Cruise Homeport Competitive Situation in China- Taking Shanghai, Xiamen, Tianjin and Sanya for Example. *International Journal of Business and Social Science* 4(12): 279-285.
- London, W.R., Lohmann, G., (2014). Power in the context of cruise destination stakeholders' interrelationships. *Research in Transportation Business & Management* 13: 24-35.
- Wang, Y., Jung, K.A., Yeo, G.T., Chou, C.C., (2014). Selecting a cruise port of call location using the fuzzy-AHP method: A case study in East Asia. *Tourism Management* 42: 262-270.
- Castillo-Manzano, J.I., Fageda, X., Gonzalez-Laxe, F., (2014). An analysis of the determinants of cruise traffic: An empirical application to the Spanish port system. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review* 66: 115-125.
- Pallis A.A., Arapi, K., (2015). Passenger Movements in Cruise Ports in the Med. European Conference on Shipping Intermodalism & Port, 24-27 June, Chios, Greece.
- Adan, Ö. (2014). Turistik Destinasyon İmajının Pazar Bölümleri Algılamaları Arasındaki Farklılıklara Yönelik Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 13(51): 291-306.
- İnan, E.A., Akıncı, S., Kıymalıoğlu, A., Akyürek, M.S., (2011). Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi. *Ege Akademik Bakış* 11(3): 487-497.
- Karabıyık, N., İnci, S.B., (2012). Destinasyon Pazarlamasında Pazarlama Stratejisi ve Konumlandırma Çalışmalarına Kavramsal Yaklaşım. *Istanbul Journal of Social Sciences*, 1, Summer, ISSN: 2147-3390.
- Esmer, S., Altunkayalır, B.H., Esmer, T.G., 2012. İskenderun Bölgesinde Kruvaziyer Turizminin Pazar Potansiyeli. Türkiye' nin Kıyı ve Deniz Alanları IX. Ulusal Kongresi. 14-17 Kasım 2012. Antakya.
- Bağış, O., 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* 13: 6-15.
- Notteboom, T.E., (1997). Concentration and Load Centre Development in the European Container Port System. *Journal of Transport Geography* 5(2): 99-115.
- Fageda, X., 2000. Load Centres in the Mediterranean Port Range: Ports Hub and Ports Gateway. 40th Congress of the European Regional Science Association, 29 August-1 September 2000, Barcelona.
- Notteboom, T.E., (2010). Concentration and the Formation of Multi-Port Gateway Regions in the European Container Port System: An Update. *Journal of Transport Geography* 18(4): 567-583.
- Liu, N., Gan, H., Chen, S. 2011. *An Analysis of the Competition of Ports in the Shanghai International Shipping Hub*. Working Paper, National University of Singapore.
- Varan, S., Cerit, A.G., (2014). Concentration and Competition of Container Ports in Turkey: A Statistical Analysis. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi* 6(1): 91-109.
- Marti, B.E., (2008). Assessing New England's Waterborne Energy Imports 1995-2004. *Marina Policy* 32: 740-748.
- Marti, B.E. (1982). Shift-Share Analysis and Port Geography: A New England Example. *Maritime Policy and Management* 9: 241-250.
- T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, (2018). 10 Ekim 2018, https://atlantis.udhb.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx adresinden alınmıştır.