

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ DENİZCİLİK FAKÜLTESİ DERGİSİ

Özel Sayı

II. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
DENİZCİLİK FAKÜLTESİ
DERGİSİ

www.deu.edu.tr



Cilt:6
Sayı: 2
Yıl: 2014



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ DENİZCİLİK FAKÜLTESİ DERGİSİ

Cilt : 6

Sayı : 2

Yıl : 2014

Özel Sayı
II. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU

ISSN : 1309-4246

İzmir - 2014

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

DENİZCİLİK FAKÜLTESİ DERGİSİ

Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Özel Sayı - II. ULUSAL DENİZ TURİZMİ SEMPOZYUMU

Yayın No: 09.7777.1003.000/BY.014.027.762

ISSN: 1309-4246

1. Baskı

Derginin Sahibi : Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi adına Prof. Dr. A. Güldem CERİT

Sorumlu Müdür : Prof. Dr. D. Ali DEVECİ

Yönetim Yeri : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi - Denizcilik Fakültesi Buca - İZMİR

Yayının Türü : Akademik Hakemli Dergi - 6 ayda bir yayınlanır.

Editör : Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR

İngilizce Editörü : Doç. Dr. Mustafa KALKAN

Yayın Komisyonu : Prof. Dr. Okan TUNA, Prof. Dr. D. Ali DEVECİ, Prof. Dr. Ender ASYALI,

Doç. Dr. Selçuk NAS

Yayın Hazırlama Kurulu : Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR

Prof. Dr. Hakkı KİŞİ

Doç. Dr. Mustafa KALKAN

Yrd. Doç. Dr. Nurser Gökdemir IŞIK

Yrd. Doç. Dr. Didem ÖZER ÇAYLAN

Yrd. Doç. Dr. Emrah ERGİNER

Öğr. Gör. Güven ŞENGÖNÜL

Bora KAYACAN

Sayı Hakem Kurulu :

Doç.Dr. Burcu Selin YILMAZ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	Trakya Üniversitesi
Doç.Dr. Işıl ÖZGEN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Doç.Dr. Ersan BAŞAR	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Metin KOZAK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Yusuf ZORBA	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Okan TUNA	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Serim PAKER	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Ender ASYALI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Oğuz ATIK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. D. Ali DEVECİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Ali Cemal TÖZ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Mustafa KALKAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Gürhan AKTAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Soner ESMER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Derya ATLAY IŞIK	Muğla Üniversitesi	Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi

Dizgi Sekreteryası : Öğr. Gör. Güven ŞENGÖNÜL

Yazışma Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi Tınaztepe Yerleşkesi 35160 Buca-İZMİR

Tel: (232) 453 49 92 Fax: (232) 301 88 48 e-mail: dfdergi@deu.edu.tr

<http://web.deu.edu.tr/denizcilik/dfdergi>

Kapak Tasarım : Yrd. Doç. Dr. Volkan ÇAĞLAR

Mizanpaj : Öğr. Gör. Güven ŞENGÖNÜL

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Basım Yeri : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

Basım Tarihi : 22 Ocak 2015

Basım Yeri Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

DEÜ Tınaztepe Kampüsü 35390 Buca - İzmir

Tel : 0(232) 301 93 00 - Fax : 0(232) 301 93 13

© Tüm Hakları Saklıdır.

Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014

İÇİNDEKİLER

SAYFA

Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlere Yönelik Talimatlar ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Uygulamaları Zeynep GÖÇMEN Berna DOĞAN	1
Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetler: Bugünü Geleceği Murat ÖZBEK	27
Yat Satın Alma Kararında Yat Tipi Tercihi: İÇ Çeşme Marina'daki Yat Sahipleri Üzerinde Bir Uygulama Nur KAN Selçuk NAS	49
Kruvaziyer Yolcuların Liman Alanında Satın Alma Davranışlarına İlişkin Bir Araştırma Görkem DİKEÇ Yavuz BAYAR A. Güldem CERİT	71
Gulet Tatili ve Kadınların Gulet Tatili Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Araştırma Serim PAKER Özlem ÖZGEZMEZ	101
Turizm Yazınında “Deniz Turizmi”nin Olgusal Gelişimi Gökçe Yasemin KOZAN Sami Sonat ÖZDEMİR Ebru GÜNLÜ	115
Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi Osman ERKURT Serim PAKER	131
Yazarlara Duyuru	145

EDİTÖRDEN

Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi'nin 2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu özel sayısı değerli okuyucularımızın ilgisine sunulmaktadır. İlki 1998 yılında düzenlenen sempozyumun ikincisi 28 Şubat 2014 tarihinde Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi ve İşletme Fakültesi ev sahipliğinde İzmir'de gerçekleştirilmiştir. Sempozyumda, deniz turizminin farklı alanlarında faaliyet gösteren sektör temsilcilerinin, kamu kurumlarının ve ilgili alanda çalışan akademisyen ve öğrencilerin katılımıyla sektörün belli başlı konuları, sorunları ve çözüm önerileri tartışılmıştır. Sempozyumda sunulan bildiriler içerisinde yayın kurulumuz tarafından seçilen çalışmalar dergimizin bu özel sayısının içeriğini oluşturmaktadır. Dergimizin bu özel sayısında 2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu'nda sunulan ve deniz turizminin farklı alanları ile ilgili bakış açısı sunan yedi adet çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalardan ilki Zeynep GÖÇMEN ve Berna DOĞAN tarafından hazırlanmıştır. Bu çalışma, İzmir İli'nde gerçekleştirilen su altı ve su üstü sportif faaliyetleri, sunulan hizmetleri, spor alt ve üstyapısının sportif ihtiyaçları karşılama düzeyleri ile ilgili değerlendirmeler gerçekleştirip, sorunların belirlenmesi ve çözüm yollarının önerilmesini hedeflemektedir. Murat ÖZBEK tarafından hazırlanan ikinci makale, su altı ve su üstü sportif faaliyetlerin incelemesini gerçekleştirerek, gelecekte su sporları alanında ortaya çıkabilecek alternatifleri de değerlendirmektedir. Nur KAN ve Selçuk NAS tarafından hazırlanan bir diğer makale, yapılandırılmış görüşme tekniği ile satın alma sürecinde yat tipi tercihini etkileyen değişkenleri ortaya koymayı hedeflemektedir. Keşifsel özellikteki bu çalışma, yelkenli ve motor yat tercihlerine yönelik kriterleri belirlemeyi hedeflemektedir. Dergimizde yer alan dördüncü çalışma, Görkem DİKEÇ, Yavuz BAYAR ve A. Güldem CERİT tarafından kaleme alınmıştır. Kruvaziyer yolcuların liman alanındaki satın alma davranışlarını inceleyen bu çalışmada, anket yöntemi ile veriler elde edilmiş ve ilgili hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, yerel ekonomilere oldukça önemli katkı sağlayan kruvaziyer turizmdeki yolcuların demografik özelliklerinin ve aynı zamanda memnuniyet düzeylerinin satın alma davranışı ile ilişkisi incelenmiştir. Satın alma tercihlerine yönelik tespitler sunan bir diğer makale, Serim PAKER ve Özlem ÖZGEZMEZ tarafından hazırlanmıştır. Odak grup tekniği ile katılımcıların gulet tercihinde rol oynayan faktörleri belirlemeye yönelik olan bu çalışma, gulet turizminin mevcut durumu ile ilgili de değerlendirmeler sunmaktadır. Dergimizin bu sayısında yer alan bir diğer çalışma, Gökçe Yasemin KOZAN, Sami Sonat ÖZDEMİR ve Ebru GÜNLÜ tarafından hazırlanmıştır. Deniz turizmi yazınının geçmişten günümüze nasıl bir gelişme gösterdiğini inceleyen bu çalışma, deniz turizmi yazınının kapsamlı bir taramasını gerçekleştirmekte ve

gelecekte deniz turizmi alanında incelenebilecek ana konulara yönelik değerlendirmeler sunmaktadır. Dergimizde yer alan son çalışma ise, Osman ERKURT ve Serim PAKER tarafından hazırlanmıştır. Deniz turizmi alanından önemli bir yere sahip sualtı arkeoparkları ve müzeler ile ilgili incelemeleri içeren bu makalede yazarlar, ülkemizdeki örnekleri değerlendirerek dergimizin okuyucularına bu alandaki belirli başlı örnekleri sunmaktadırlar. Görüldüğü gibi, dergimizin 2.Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu zel sayısı, deniz turizminin çok farklı alanları ile ilgili çeşitli değerlendirmeler ve araştırmalar içeren değerli makaleleri bir araya getirmektedir. Bu çalışmaların deniz turizminin ilgili alanlarında akademik çalışmalar gerçekleştiren akademisyenler, öğrenciler ve aynı zamanda deniz turizminde faaliyet gösteren çeşitli kurumlarda çalışanlar tarafından ilgili ile değerlendirilmesini dileriz. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi'nin bu sayısına değerli çalışmalarıyla katkıda bulunan çok değerli katılımcılar başta olmak üzere, derginin yayın hazırlama kurulunun değerli üyelerine, dergi çalışanlarına ve çok değerli görüşleri ile dergimizdeki çalışmaların bilimsel kalitesini arttıran sayı hakemlerimize şükranlarımızı sunmayı bir borç biliriz. Son olarak, dergimizin basımında gösterdikleri özverili ve titiz çalışmalarından dolayı Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası'na da teşekkürlerimizi sunarız.

Doç.Dr. Gül DENKTAş şAKAR
Editör

Yayın Geliş Tarihi : 29.03.2014
Yayına Kabul Tarihi :31.07.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:1-26
ISSN: 1309-4246

TURİZM AMAÇLI SU ALTI VE SU ÜSTÜ SPORTİF FAALİYETLERE YÖNELİK TALİMATLAR VE İZMİR İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ UYGULAMALARI

Zeynep GÖÇMEN¹
Berna DOĞAN²

ÖZET

Günümüzde spor sadece insanların bedensel ve ruhsal açıdan güçlenmesi için sürdürülen bir faaliyetler bütünü olmaktan daha öteye gitmiş, kitlesel boyutlara ulaşarak ekonomik bir değer yaratma yönüyle de dikkatleri çekmeye başlamıştır. Dünyadaki turizm eğilimlerine bakıldığında, spor organizasyonlarının önemli bir sektör oluşturduğu spor amaçlı seyahat sayısının hızla artmakta olduğu görülmektedir. Bu nedenle spor hizmetleri kamu yönetimlerinin önemli hizmet alanlarından birisi olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla, sporun geliştirilip yaygınlaştırılmasında, sunulan hizmetlerin belli kalite standartlarına kavuşturulmasında gerek yerel yönetimlerin, federasyonların ve gerekse ilgili kamu kurum/kuruluşlarının önemi ve gerekliliği ortadadır.

Bu çalışmada; turizm amaçlı sportif faaliyetlerle ilgili literatür araştırması yapılmış, İl Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Liman Başkanlığı ve federasyonlar ile görüşülerek gerekli istatistik veriler temin edilmiştir. Bu doğrultuda; Türkiye'deki kamu yönetimi örgütlerinin yerel yönetimlerin ve federasyonların spora ilişkin görev ve sorumlulukları ile su sporları faaliyetlerine ilişkin uygulama esasları belirlenmiştir. Turizm amaçlı sportif faaliyetler su altı sporları, su üstü sporları, kara sporları ve benzeri turizm faaliyetine konu diğer spor türlerinden oluşmaktadır. Ancak, çalışmada sadece su altı ve su üstü sportif faaliyetlerden bahsedilecektir. Çalışma ayrıca, İzmir İli'nde gerçekleştirilen su altı ve su üstü sportif faaliyetler, sunulan hizmetler, spor alt ve üst yapısının sportif ihtiyaçları karşılama düzeyleri, yöneticilere, tesis işletmecilerine ve sporculara göre sorun

¹ Şb. Md., İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü, zeynep.gocmen@turizm.gov.tr

² İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İşletmeler Şube Müdürlüğü, berna.dogan @kulturturizm.gov.tr

olan durumlar ile çözüm yollarının belirlenmesi yönünde yapılmış bir araştırmadır. Belirtilen konulara ilişkin ilgili taraflarla yapılan toplantılar, alanda yapılan incelemeler, gözlemler ve denetimler sonucu elde edilen bulgulara dayanılarak bir uygulama talimatı oluşturulmuştur.

Araştırma çıktılarının kamu kurumlarına, özel ve gönüllü spor kuruluşlarına ve sportif faaliyet gösteren işletmelere yararlı olabilecek veriler sağlayacağına ve katkıda bulunacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sportif faaliyetler, turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler, sportif faaliyet kurulu.

THE CODES REGARDING TOURISM INTENDED UNDERWATER AND SURFACE WATER SPORTS ACTIVITIES AND PROVINCIAL CULTURE AND TOURISM DIRECTORATE PRACTICES

ABSTRACT

Nowadays, the sport is more than being a set of activities just to strengthen people's physical and mental aspects but by reaching a massive dimension also began to stand out with its economic value-creating function. When looking at trends in world tourism, sport organizations forming an important sector and the rapidly increasing number of visits for sport purposes are remarkable. For this reason, services concerning sports are perceived as one of the important service areas in public administration. Accordingly, in developing and disseminating sports, for implementing certain quality standards of the services offered, the importance and necessity of local governments and federations as well as relevant public institutions/organizations is obvious.

In this study, the literature review relevant with sport activity has been conducted and the Provincial Directorate of Youth Services and Sports, the Provincial Culture and Tourism Directorate, the Port Authority and the related federations have been consulted for supplying the necessary statistical data. In this context, the duties and responsibilities of the public administration organizations, local authorities and federations regarding sports are determined as well as the codes of practice about water sports activities. Tourism intended sportive activities are underwater sports, surface water sports, land sports and other tourism intended sports. But in this study, of these, only the mentioned underwater and surface water sports are involved.

This study seeks to determine the underwater and surface sports activities, services offered, the extent to which the requirements are met by the sports infrastructure and superstructure in Izmir and also the problems and solutions to these problems according to the relevant managers, entrepreneurs and athletes. According to the findings obtained as a result of the meetings with

relevant parties on the issues mentioned, observations and inspections, an application instruction has been created and put into effect.

Research outcomes are believed to contribute and will provide useful data to public institutions/organizations, private and voluntary sports organizations and to businesses on sports activities.

Keywords: *Sportive activities, tourism intended underwater and surface water sportive activities, the council of sports activities.*

1. GİRİŞ

Spor gerek performans, gerek boş zaman değerlendirme, gerekse iyileştirici ve koruyucu boyutu ile insan yaşantısının vazgeçilmez bir parçasıdır (<http://www.sporbilim.com>). Ülkemiz sporun her türünün yapılabileceği başta gençler olmak üzere her toplumsal kesime yönelik imkânlar sunan bir coğrafik konuma sahiptir.

Türkiye, Ege Denizi'ndeki 2564 kilometrelik kıyısı ile Akdeniz ülkelerinin birçoğundan daha uzun bir kıyı şeridine sahiptir. Ege Bölgesi, korunaklı koyları, uygun deniz koşulları ve elverişli iklimi nedeniyle deniz turizmi için uygun bir coğrafyadadır. Bölgenin kıyı çizgisi kuzeyde Çanakkale'ye güneyde de Batı Akdeniz Bölgesi'ne kadar uzanmaktadır (Bezirgan, 2000). Böylesine uzun bir kıyı hattına sahip olan bölge su altı ve su üstü sporları için son derece elverişli ortamlar sunmaktadır.

Önceleri turistlerin eğlence ve boş zamanını değerlendirme gibi amaçlarla tercih ettikleri, ancak günümüzde su sporları bakımından uluslararası platformlarda öne çıkan dalış, kitesurf, windsurf ve yelken branşları profesyonel spor türleri olarak federasyonlara bağlı gerçekleştirilmektedir. Bunların yanı sıra özellikle turistlerin yoğun olduğu kıyı kesimlerinde tercih edilen jet-ski, deniz paraşütü, su kayağı, kano, banana, katamaran, deniz bisikleti vb. gibi deniz turizmi araçları ile yapılan eğlence amaçlı spor türleri de bulunmaktadır. Ancak, su sporları konusunda ülkemizin yeterli altyapı ve üstyapıya sahip olduğunu söyleyemeyiz. 629 km.lik kıyı bandına sahip olan İzmir İlinde yukarıda bahsedilen su sporlarının tamamını yapmaya uygun alanlar mevcut olmasına rağmen yeterli alt yapı, tesis, donanım, kalifiye hizmet elemanı ve eğitmen olmadığından bu alanlardan yeterince faydalanılamamaktadır.

Halen aktif olarak işletilen bazı alanlardaki faaliyetlerin su sporları konusunda belgelendirilmemiş işletmeler kanalıyla yapılması, belgelendirilmiş olan bazı işletmelerin ise kıyıda irtibat bürosu olarak derme-çatma yapılarda hizmet sunmaya çalışması, altyapı ve üstyapı

eksikliği, yaşanan sorunlardan bazılarıdır. Ayrıca, uygulamalar konusunda İlçe Belediyeleri arasında farklı yaklaşımlar söz konusu olmaktadır. Kimi belediyeler işyeri açma ruhsatı verirken, kimileri Kıyı Kanunu'nun yasal bir engel olduğu gerekçesiyle ruhsat verememektedir. Keza, tesis sahiplerinin uygulamalar konusundaki bilgisizliği ve sadece ticari kazanç beklentisinde olup, gelişigüzel uygulamaların yaratacağı riskleri göz ardı etmeleri, hizmet sunan personelin yetersizliği ve eğitimsizliği, turistlerin ve denizden yararlanan yöre halkının can güvenliğinin dikkate alınmaması ciddi sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ancak, yaşanan tüm bu sorunların önüne geçmek üzere son yıllarda Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlere yönelik yasal düzenlemeler yapılmakta, hizmetlerde standardizasyon sağlanması ve faaliyetlerin güvenli biçimde sürdürülebilmesi için uygulamaya yönelik önlemler alınmaktadır. Sportif Turizm Kurulları tarafından turizm sezonunda daha yoğun olmak üzere denetimler yapılmaktadır.

Deniz turizmi etkinliklerinden olan turizm amaçlı su sporları faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde altyapı ve üstyapıya ilişkin düzenlemelerin yanı sıra ulusal mevzuatın hızla gelişmekte olan turizm amaçlı su sporlarına adaptasyonu ve kalifiye hizmet personeli yetiştirilmesi konusunda yapılacak çalışmalarla birlikte üstyapıya ilişkin birçok etkinliğin uyum içinde yürütülmesiyle azami fayda ve profesyonellik sağlanacaktır. Şüphesiz ki, plansız ve yetersiz bir şekilde yönetilen sektördeki büyüme ve gelişme doğal çevreye, turizme, deniz turizminden yararlanan kesimlere ve hatta sporcuya zarar verecektir.

2. İZMİR İLİNDE YAPILAN TURİZM AMAÇLI SPORTİF FAALİYETLER

Sporun literatürde farklı tanımları yapılmıştır. Çünkü yapılış amacına göre spora değişik anlamlar yüklenebilmektedir. Erkal (1982)'a göre spor; *“ferdin tabii çevresini beşeri çevre haline çevirirken elde ettiği kabiliyetleri geliştiren, belirli kurallar altında araçlı ve araçsız, ferdi veya toplu olarak, boş zaman faaliyeti kapsamı içinde veya tam zamanını alacak şekilde meslekleştirerek, yaptığı sosyalleştirici, toplumla bütünleştirici, ruh ve fiziği geliştiren, rekabetçi, dayanışmacı ve kültürel bir olgudur”* (s. 119). Başka bir tanıma göre; spor, tek basına ve toplu olarak yapılan, kendine özgü kuralları olan, genelde yarışmaya dayanan bedensel ve zihinsel yeteneklerinin gelişimini sağlayan, eğitici ve eğlendirici uğraşlardır (Morpa, 1997; 249).

Sosyal yararları dışında spor, yapıldığı yerleri ve organizasyonları, buldukları bölgeleri tanıtmakta, sosyal içerik bakımından geliştirmekte ve bölgelerin gelişimini hızlandırabilmektedir. Dolayısıyla bu başlıca sebepler sporun ve spor ile ilgili yerin, mekânın, alanın, tesislerin ve organizasyonların önemini ortaya koymakta yeterli göstergelerdir. Sporun sosyal birleşme, kişisel gelişim, ulus ve ülke tanıtımı gibi konulara olan büyük etkisi, spor yerleri, alanları, mekânları ve tesislerinin de önemini ortaya koymaktadır (Dere, 2010). Dolayısıyla, spor faaliyetlerinin belli kurallara dayandırılması ve alınacak ilke kararlarına göre hareket edilerek uygulamaya yönelik hizmet standartlarının belirlenmesi gerekmektedir.

Sporun doğasında olan karşılaşmalar, beraberinde seyahatleri zorunlu kılarken, birçok doğa ve macera sporu için de sporcular değişik bölgelere seyahat etmektedirler. Diğer yandan yapılan çalışmaların, turizmde talebin daha aktif tatillere yöneleceğine ve geleneksel güneş-deniz-kum tatillerinin toplamdaki payının azalacağına işaret etmesi, turizm ve spor sektörlerinin birbirleri için önemini açıkça ifade etmektedir (Sönmez, 2006). Günümüz turist profilinde artık klasik turizm anlayışından farklı olarak, değişik sportif faaliyetlere katılan, amatör veya profesyonel olarak spor yapmak amacı ile seyahat eden ve spor yapmaya elverişli çeşitli turizm bölgelerini ziyaret eden turizm anlayışı vardır. Bu durum turizm arzını çeşitlendirmekte, turizm gelirinin artmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, Turizm amaçlı sportif faaliyetler; herhangi bir spor disiplininin veya birden fazla spor disiplininin kurallarının tamamen veya kısmen uygulanması ile turiste yaptırılan, turistlerle birlikte yapılan veya turistler için organize edilen su altı, su üstü sporları, kara sporları ve benzeri turizm faaliyetlerine konu spor türleri ve turizm çeşitliliği olarak gelişecek diğer sportif faaliyetler olarak belirtilmektedir (Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği, R.G.2011).

Sportif turizm faaliyetleri sadece, 23.02.2011 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanan Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Yönetmeliği’nce belirtilen usul ve esaslar çerçevesinde gerekli izinleri alan, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan işletme belgeli tesis, seyahat acentesi (sadece karadaki sportif faaliyetleri yapar) ve deniz turizmi aracı işletmeleri vasıtasıyla yapılabilmektedir. Ancak, denizde turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetlerde bulunacak tesis ve diğer işletmelerin, ayrıca 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ve 24.7.2009 tarih, 27298 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği uyarınca belgelendirilmiş Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi alması zorunlu kılınmıştır. Sportif turizm faaliyetlerinin, her yıl Valiliklerce ilan edilecek parkur alanları içinde yapılabileceği ve

işletmelerin, her yıl turizm amaçlı sportif faaliyetin her türü için ve her parkur için ayrı ayrı izin alması yönünde yasal zorunluluk getirilmiştir.

Sporda ön koşul can güvenliğinin sağlanarak olası risklere karşı önlem alınmasıdır. Dolayısıyla Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet İşletme Belgesinin alınması ve hizmet standartlarına uyulması şarttır. Bu amaçla ülkemizde Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği ile belirlenen görevleri yapmak, Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet taleplerini incelemek, Yeterlilik Belgesi verilmesini uygun görmek, Yönetmeliğin uygulanması için gerekli çalışmaları yapmak ve denetimi sağlamak üzere Valiliklerce belirlenen bölgelerde Sportif Turizm Kurulları oluşturulmuştur.

Sportif Turizm Kurulları; sekreteryasını İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün yaptığı, Kaymakam başkanlığında, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sahil Güvenlik Komutanlığı, bağlı bulunan Liman Başkanlığı, İl Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü, Deniz Ticaret Odası Başkanlığı, Su Sporları Federasyonu Başkanlığı temsilcilerinin yanı sıra mevzuatta belirtilmemişse de Kurul tarafından uygun görüldüğü üzere İlçe Belediye Başkanlığı temsilcilerinden oluşur.

Turizm amaçlı su sporları faaliyetlerinde bulunmak isteyen işletmeler; mevzuatta belirtilen belgeler ve talep dilekçesi ile birlikte İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerine müracaat etmektedirler (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013).

23.02.2011 tarih, 27855 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği gereğince, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan sportif faaliyet izni alınabilmesi için, yapılacak başvuruya Sportif Turizm Kurulu tarafından verilecek Yeterlilik Belgesi ve Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi'nin eklenmesi zorunludur. Gerçek ve tüzel kişiler tarafından denizde gerçekleştirilecek turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler için, deniz turizmi aracı işletmesi belgesi, diğer faaliyet türleri için acente belgesi alınması söz konusu Yönetmelikte şart koşulmuştur. Sportif Turizm Kurulu'nca değerlendirilip Yeterlilik Belgesi almaya uygun görülen işletmelere, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nce düzenlenen ve Valilik tarafından onaylanan Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi verilmektedir.

Yönetmelikte belirtilen bir diğer husus; tesis önündeki kıyılarda yapılan sportif faaliyetlerde öncelik hakkının tesislere tanınmış olmasıdır.

Deniz turizminin önemli bir ayağı olan su sporları gelişme potansiyeli en yüksek olan sektörlerden birisidir. Özellikle İlimizde son yıllarda ciddi gelişme göstermiştir. Bunun en iyi göstergesi, son beş yıldır Çeşme-Alaçatı'da düzenlenen Uluslararası PWA Windsurf Dünya Kupası'dır. Kupa, windsurf sporunun ülkemizde gelişmesine ve Alaçatı'nın bu alanda dünyanın önde gelen sörf merkezleri arasında yer almasına katkıda bulunmaktadır. Dünya çapında bilinen bir windsurf merkezinin İlimizde bulunması, artık su sporları faaliyetlerine daha profesyonel yaklaşılmasını ve bir standarda kavuşturulmasını kaçınılmaz hale getirmiştir.

İzmir İli'nde resmi kayıtlara göre 21 adet su altı, 5 yelken, 14 windsurf, 5 kitesurf merkezi ve eğlence amaçlı olarak hizmet sunan 38 adet su üstü sporları tesisi mevcuttur. Söz konusu tesislerin ilçelere göre dağılımı Tablo 1.'de görülmektedir.

Tablo 1. Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgeli Tesislerin İlçelere Göre Dağılımı

İlçe	2012 Yılı		2013 Yılı	
	Su Altı	Su Üstü	Su Altı	Su Üstü
Çeşme	30	2	3	26
Dikili	3	2	2	2
Foça	2	1	2	4
Menderes	4	11	4	16
Karaburun	3	2	4	2
Seferihisar	3	2	5	7
Selçuk	1	4	1	5
Urla	1	2	-	-
TOPLAM	47	26	21	62

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Brifing Dosyası, 2013.

İzmir İli'nde 2013 yılında turizm amaçlı su sporları faaliyetinde bulunan ve Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgeli işletme sayısı 83 olup, bu rakam 2012 yılsonu itibarıyla 73 olarak tespit edilmiştir. Yine 2013 yılında en fazla Çeşme ve Menderes (Özdere-Gümüldür kesimi) İlçelerinde İşletme Belgeli Tesis faaliyet göstermiştir (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013).

Su üstü sporlarından kitesurf, windsurf ve yelken sporları rüzgâr kuvveti ile yapıldığından ve kontrol edilmesi oldukça zor sporlar olduğundan, deniz trafiği ve can güvenliği açısından risk teşkil eden spor türleridir. Dolayısıyla, parkur alanlarının belirlenmesinde, rüzgar hakim

yönü, plajın coğrafi konumu ve ikinci konutların yoğunluğu, halk tarafından plajın kullanımı gibi hususların mutlaka dikkate alınması gerekmektedir. Bu durum göz önüne alınarak, bahsedilen spor türlerinin yapılacağı parkurlar; alanda yapılan incelemeler, gözlemler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Sportif Turizm Kurulu'na yapılan şikâyetler neticesinde gerçekleştirilen denetimler ile birlikte yöre sakinlerinin talep ve önerileri göz önünde bulundurularak belirlenmektedir. İzmir'de 2014 yılında su üstü ve su altı sportif faaliyetlerin yapılacağı parkur alanları Tablo 2.'de görülmektedir.

Tablo 2. 2014 Yılı Turizm Amaçlı Su Sporları Parkur Alanı Listesi

	İlçe-Alan-Yer-Mevkii	Faaliyet Türü
1	Balçova-İnciraltı Gençlik Merkezi	Su Altı ve Su Üstü
2	Çeşme-Altinyunus Otel Plaj Tarafı	Su Üstü
3	Çeşme-Altinyunus Otel Marina Tarafı	Yelken Sporü
4	Çeşme-Pırlanta Plajı Çiftlik Mevkii	Kitesurf
5	Çeşme-Alaçatı Liman Mevkii	Windsurf
6	Çeşme-Alaçatı Koçak Mevkii	Kitesurf
7	Çeşme-Altinkum Çiftlik Mevkii	Su Üstü
8	Çeşme-Top Burnu Mevkii Dalyan	Su Üstü
9	Çeşme-Çark Plajı Alaçatı	Su Üstü
10	Çeşme-Germiyan Yalısı, Mersin Körfezi Mevkii	Kitesurf
11	Çeşme-BKK.ile Belirlenen Serbest Dalış Alanları	Su Altı
12	Çeşme-Altinyunus Otel Boyalık	Su Altı-Kıyı Dalışı
13	Çeşme-Ontur Otel Dalyan	Su Üstü
14	Çeşme-Kerasus Otel Ayasaranda	Su Üstü
15	Çeşme-Sheraton Otel Ilıca	Su Üstü
16	Çeşme-Ilıca Otel Önü Boyalık	Su Üstü
17	Çeşme-Soito Alaçatı Otel	Su Üstü
18	Çeşme-Boyalık Beach Hotel Boyalık	Su Üstü
19	Çeşme-Luba Beach Otel Ilıca Plajı Bitimi	Su Üstü
20	Çeşme-Alaçatı Beach Resort Plajı	Su Üstü
21	Çeşme-Alaçatı Liman Mevkii Çark Plajı Önü	Su Üstü
22	Selçuk-Efes Prenseler Otel Önü	Su Üstü-Su Altı-Kıyı
23	Selçuk-Aqua Fantasy Otel Önü	Su Üstü
24	Selçuk-Richmond Ephesus Otel Önü	Su Üstü
25	Selçuk-Efes Sürmeli Otel Önü	Su Üstü
26	Aliağa-Yenişakran Belediye Plajı	Su Üstü
27	Aliağa-Bozburun Adaları Açığı	Su Altı
28	Dikili-Çandarlı Sahil Plajları Batı Plajı 2863 Sk.	Su Üstü
29	Dikili-Salihler Köyü	Su Üstü
30	Dikili-Gülkent Plajı	Su Üstü
31	Dikili-Karamürsel Mevkii	Su Üstü
32	Dikili-Kalem Adası Oliviera Resort Otel Önü	Su Üstü
33	Dikili-Kalem Adası Oliviera Resort Otel Önü	Su Altı-Kıyı Dalışı
34	Dikili-Çandarlı Tatil Köyü Plajı	Su Üstü
35	Dikili-Çandarlı Çiçekli Sitesi Plajı	Su Üstü

Tablo 2. 2014 Yılı Turizm Amaçlı Su Sporları Parkur Alanı Listesi (Devam)

	İlçe-Alan-Yer-Mevkii	Faaliyet Türü
36	Dikili-Çandarlı Doğu Sahili Plajı	Su Üstü
37	Dikili-Çandarlı Eyko Plajı	Su Üstü
38	Çandarlı İlk Yankı Mavikum Deniz Kabuğu Plajı	Su Üstü
39	Dikili-Çandarlı Bimeyko Kooperatifi Plajı	Su Üstü
40	Dikili-Denizköy Plajı	Su Üstü
41	Dikili-Merkez Mah. 152 Sk.No:21 Çandarlı	Windsurf
42	Karaburun-Karareis Liman	Su Altı Kıyı Dalış
43	Karaburun-Karaburun Sahili Yeniliman	Su Altı Kıyı Dalış
44	Karaburun-Mordoğan Karaburun Sahil Şeridi	Yelken Spor
45	Karaburun-Mordoğan Ayı Balığı Koyu	Su Üstü
46	Karaburun-Sahil Cd. No:2 Ardıç Mordoğan	Su Üstü
47	Karaburun-Duma Beach Kafeterya Önü	Windsurf
48	Foça-Birinci ve İkinci Mersinaki Koyları	Su Üstü
49	Foça-Club Phokai Otel Plajı	Yelken, Windsurf
50	Foça-Orak Adası Azmağı	Su Üstü, Yelken
51	Foça-Orak Adası Açığında Kitesurf	Kitesurf
52	Foça-Üçüncü Mersinaki Koyu Hanedan Plajı	Su Üstü
53	Foça-Üçüncü Mersinaki Koyu Hanedan Plajı	Windsurf
54	Foça-Foça-Küçükayarı Koyu Plajı	Su Üstü
55	Foça-Foça-Kosova Plajı	Su Üstü
56	Foça-Acar Camping Plajı	Su Üstü
57	Foça-Mambo Beach Club	Su Üstü
58	Foça-Yeni Foça Halk Plajı	Su Üstü
59	Foça-BKK. İle Belirlenen Serbest Dalış Alanları	Su Altı
60	Foça-İngiliz Br. 394 Sk.Halk Plajı Windsurf Mrk.	Su Üstü
61	Foça-İsmet Paşa Mah. Bueno Beach Plajı Önü	Su Üstü
62	Menderes-14 Evler Havacılar Kampı	Su Üstü
63	Menderes-Ondörteveler Sahili	Su Üstü
64	Menderes-Orta Mahalle Doğanbey Motel Yanı	Su Üstü
65	Menderes-Ahmetbeyli Sahil Plajı	Su Üstü
66	Menderes-Otelalan Carpe Diem Otel Plajı	Su Üstü/Su Altı
67	Menderes-Denizati Tatil Köyü	Su Üstü
68	Menderes-Club Yalı Resort	Su Üstü/Su Altı
69	Menderes-Cactus Hotels Club Yalı	Su Üstü/Su Altı
70	Menderes-Cactus Club Cactus Paradise	Su Üstü/Su Altı
71	Menderes-Club Hotel Maksima	Su Üstü/Su Altı
72	Menderes-Grand Efe Otel Sahili	Su Üstü
73	Menderes-Grand Efe Otel Sahili	Su Altı-Kıyı Dalış
74	Menderes-Club Yalı Paradise Beach	Su Üstü
75	Menderes-Club Sultan	Su Üstü-Su Altı
76	Gümüldür Belediye Plajı Damla Hotel Yanı	Su Üstü
77	Menderes-Eski Damla Hotel Yanı Yeni Cactus Paradise Otel Sahil Plajı Güney Kısmı	Su Üstü
78	Menderes-Pasha Otel Önü Plaj Parkuru	Su Üstü
79	Menderes-Özdere Mh. Doğan Motel Yanı, Orta Mh.Plajı Gençlik Parkı	Su Üstü
80	Gümüldür Resort Otel Batı Halk Plajı Arşa Cafe	Su Üstü
81	Menderes-BKK. ile Belirlenen Serbest Dalış Alan.	Su Altı
82	Seferihisar-Doğanbey Galinos Mevkii	Su Üstü
83	Seferihisar-Eforya Otel Plajı	Su Üstü
84	Seferihisar-Doğanbey Sahil Plajı	Su Üstü

Tablo 2. 2014 Yılı Turizm Amaçlı Su Sporları Parkur Alanı Listesi (Devam)

	İlçe-Alan-Yer-Mevkii	Faaliyet Türü
85	Seferihisar-Ürkmez Sahil Plajı	Su Üstü
86	Seferihisar-Taşkesen Kayası Civarı	Su Üstü
87	Seferihisar-Çiçek Ada Plajı	Su Üstü
88	Seferihisar-Club Teos Tatil Köyü Plajları	Su Üstü-Su Altı-Kıyı
89	Seferihisar-Kır Atlantis Otel	Su Üstü-Su Altı-Kıyı
90	Seferihisar-BKK.ile Belirlene Serbest Dalış Alan.	Su Altı
91	Urla-İçmeler Koyu	Windsurf-Kitesurf
92	Urla- BKK. ile Belirlenen Serbest Dalış Alanları	Su Altı

Kaynak: www.izmirkulturturizm.gov.tr

İşletmelerin Yeterlilik Belgesi ve Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi alabilmeleri için aşağıdaki belgeleri ve şartları sağlamış olmaları gerekmektedir:

- 1- Başvuru dilekçesi,
- 2- Sportif faaliyette görevlendirilecek personelin niteliklerini belirtir liste,
- 3- Personelin sahip olduğu ehliyetin aslı ya da onaylanmış sureti, (Ayrıca yaptığımız çalışmalar sonucu; kitesurf, windsurf ve yelken için; Türkiye Yelken Federasyonundan alınmış Eğitim Belgesi ve Yetki Belgesinin zorunlu olması gerektiği tespit edilmiş ve tarafımızca hazırlanan Uygulama Talimatları arasında yer almıştır. Su altı sporları için ise; 2 Yıldız Eğitim sertifikalı eğitimci, Rehber-Balık Adam sertifikasına sahip en az 1 adet uzman personel ve Gemici Belgesi ibrazı gerekmektedir.)
- 4- Faaliyette kullanılacak malzeme veya araçların ilgili mevzuata uygun kullanım belgeleri,
- 5- Eğlence amaçlı sporlar için; tesis önünde yapılacaksa tesisle yapılan sözleşme, münferit olarak halk plajlarında yapılacak faaliyetler için ise ilgili belediyesinden alınacak işyeri açma ve çalışma ruhsatı, (Kitesurf, windsurf ve yelken için; Türkiye Yelken Federasyonu, Gençlik Hizmetleri ve Spor Bakanlığı, Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği, Türkiye Yelken Federasyonu Özel Yelken Eğitimi ve Spor Tesisleri Talimatnamesine uygun olarak kıyıda bir irtibat bürosunun oluşturulması zorunluluğu getirilmiş, ancak büronun nitelikleri çalışmalarımız sonucu hazırlanan talimatname ile detaylandırılmıştır.)
- 6- Müşteri portföyüne göre en az 3 dilde uyarı levhası konulması,
- 7- Eğlence amaçlı sporlarda; belirlenen parkurlarda deniz araçlarının kullanımı için 15 m. genişliğinde denize doğru 150-200m. mesafede belirgin şamandıralarla markalanmış olarak bir giriş çıkış parkuru

oluşturulmaktadır. Markalanmış alanların yüzme alanı olarak kullanılmaması için ise parkurun her iki tarafına yüzme alanı olmadığına dair levha konulmalıdır. İlçe Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Kurullarınca kitesurf ve windsurf parkurları halka açık yüzme alanlarından ayrı tutulmuştur. Su altı ve su üstü sporları için; 2565 sayılı Askeri Yasak Bölgeler ve Güvenlik Bölgeleri Kanunu, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamında belirlenmiş olan tarihi ve doğal sit alanlarında faaliyet yasağı getirilmiştir.

Müracaatı mevzuata uygun bulunan başvurular toplanarak Sportif Turizm Kurulu tarafından yerinde inceleme yapıldıktan sonra Kaymakam başkanlığında değerlendirilerek karara bağlanmaktadır. Uygun görülenlere Valiliğin onayladığı “Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi” verilir. Söz konusu belgenin geçerlilik süresi 1 takvim yılıdır.

Sektörün sağlıklı bir şekilde yapılanması, disipline edilmesi ve teknik açıdan sağlıklı kontrolünün yapılabilmesi için belli standartların oluşması ve yasal bir zemine kavuşturulması önem taşımaktadır. Bu amaçla, İzmir İlinde yapılan sportif faaliyetlerin belli standartlar çerçevesinde uygulanması ve kaliteli hizmet sunumu için yapılan çalışma, uygulamada birlik sağlayacak ve bu alanda İlimizin sektördeki rekabet gücünü artıracaktır.

3. ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ

İzmir İlinde turizm amaçlı su sporları faaliyetlerine yönelik sunulan hizmetler, spor alt ve üstyapısının sportif ihtiyaçları karşılama düzeyleri hızlı bir gelişme gösteren sektörün gereksinimlerini karşılamada yetersiz kalmaktadır. Bu durum yöneticiler, tesis işletmecileri ve su sporları faaliyetlerine katılanlar açısından ciddi sorunlar yaratmaktadır. Hatta bu alandaki gelişigüzel uygulamalar hem su sporlarını yapan, hem de deniz turizminden yararlanan çevredeki diğer insanlar için hayati tehlike oluşturabilmektedir. Bahsettiğimiz bu sorunların yanında su altı ve su üstü sporlarına son yıllarda gittikçe artan bir talebin olması ve Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği'nin uygulamasındaki belirsizlikler ilgili tarafların şikayetlerine neden olmaktadır. Bu çalışma ile uygulamada yaşanan sorunlara ve belirsizliklere çözümler ve bir yol haritası oluşturulması amaçlanmıştır.

4. ALAN ÇALIŞMASI

Çalışmada iki yönlü yürütülmüştür. Birincisi Sportif Turizm Kurulları ile gerçekleştirilen toplantılar, ikincisi ise sportif faaliyetlerin yapılacağı ilçelere bizzat gidilerek parkur alanlarında yapılan inceleme, gözlem ve denetimlerdir. Turizm amaçlı sportif faaliyet sektörüne yön veren kurum, kuruluş temsilcileri ve işletmecilerin görüşlerini hedefleyen saha araştırmasında Sportif Turizm Kurulu ile “toplantılar” düzenlenmiş, katılımcılarla turizm amaçlı sportif faaliyetler gerçekleştirilirken yaşanan sorunlar ve çözüm önerilerinin neler olduğu sorularına yanıt aranmıştır. Ayrıca, sportif faaliyet alanlarında yaptığımız incelemeler, gözlemler, denetimler ile birlikte yöre sakinlerinin talep ve önerileri değerlendirilerek sorunların tespiti ve giderilmesine yönelik sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır.

4.1. Toplantı Katılımcılarının Belirlenmesi

Sportif faaliyet yapılan ilçelerin her birinde işletmelerden gelen taleplere göre ayrı bir Sportif Turizm Kurulu oluşturulur. İzmir’de başta Çeşme İlçesi olmak üzere, Menderes, Foça, Dikili, Karaburun, Seferihisar, Selçuk, Urla ve Kemalpaşa (bu İlçenin Sportif Turizm Kurulu turizm amaçlı kara sporlarına yönelik oluşturulmuştur) ilçelerinde Sportif Turizm Kurulu vardır. Söz konusu Kurul üyeleri Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği’ne dayanarak oluşturulur. 2013 yılı boyunca da her ilçenin Sportif Turizm Kurulları ile ayrı ayrı toplantılar gerçekleştirilmiştir.

Kurul üyesi kurum ve kuruluşlar;

1-Kaymakam (başkan)

2-Kültür ve Turizm Müdür Yardımcısı,

3-Sahil Güvenlik Komutanlığı,

4-Bağlı bulunan Liman Başkanlığı temsilcileri,

5-İl Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü,

6-Deniz Ticaret Odası Başkanlığı,

7-Su Sporları Federasyonu Başkanlığı,

8-İlçe Belediye Başkanlığı temsilcisi (gerekli görüldüğü takdirde)

9-Fiilen sektörde faaliyet gösteren taraflardan da katılımcılar toplantıya kabul edilmektedir. Örneğin tesis önündeki plajlarda yapılan sportif faaliyetlerle ilgili konularda Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK) temsilcisi toplantıya davet edilmektedir.

Toplantılarda tüm Kurul üyelerine davet yazısı gönderilmiş ve davet edilenlerin çoğunluğu toplantıya iştirak etmiştir.

4.2. Toplantı Yeri ve Zamanı

2013 yılı boyunca turizm sezonu başlamadan önce Sportif Turizm Kurulları ile toplantılara başlanmış ve sezon süresince de devam etmiştir. Toplantılar İlçe Kaymakamlık binalarının toplantı salonlarında gerçekleştirilmiştir. İzmir İl genelinde sportif faaliyet türü ve sayısı bakımından en yoğun ilçeler başta Çeşme olmak üzere, Menderes (Özdere ve Gümüldür kesimi) ve Selçuk İlçeleridir. Bu İlçelerde yapılan toplantılar sonucu alınan ilke kararları İl genelinde uygulanacak talimatların alt yapısını oluşturmuştur. İlçelerde yapılan toplantılar ve karar tarihleri sırasıyla;

Çeşme İlçesi;

12.12.2012 – 2012/11 No’lu karar (2012 yılında karşılaşılan sorunlar değerlendirilerek, çözüm önerileri getirilmiş ve 2013 uygulama talimatları bu doğrultuda oluşturulmuştur.)

04.03.2013 tarihli toplantı -2013/1 No’lu karar,

16.05.2013 tarihli toplantı -2013/2 No’lu karar,

20.06.2013 tarihli toplantı -2013/3 No’lu karar,

09.07.2013 tarihli toplantı -2013/4 No’lu karar,

Menderes İlçesi;

14.01.2013 tarihli toplantı -2013/1 No’lu karar,

27.03.2013 tarihli toplantı -2013/2 No’lu karar,

24.04.2013 tarihli toplantı -2013/3 No’lu karar,

30.04.2013 tarihli toplantı -2013/4 No’lu karar,

12.06.2013 tarihli toplantı -2013/5 No’lu karar,

02.08.2013 tarihli toplantı -2013/6 No’lu karar,

Foça İlçesi;

15.01.2013 tarihli toplantı -2013/1 No’lu karar,

11.04.2013 tarihli toplantı -2013/2 No’lu karar,

23.05.2013 tarihli toplantı -2013/3 No’lu karar,

27.06.2013 tarihli toplantı -2013/4 No’lu karar,

Dikili İlçesi;

28.03.2013 tarihli toplantı -2013/1 No’lu karar,

21.05.2013 tarihli toplantı -2013-2/1 ve 2013-2/2 No’lu kararlar,

Karaburun İlçesi;

17.01.2013 tarihli toplantı -2013/1 No’lu karar,

21.02.2013 tarihli toplantı -2013/2 No’lu karar,

10.05.2013 tarihli toplantı -2013/3 No’lu karar,

28.06.2013 tarihli toplantı -2013-4/1 ve 2013-4/2 No’lu kararlar,

Seferihisar İlçesi;

05.04.2013 tarihli toplantı -2013/1 No'lu karar,

06.05.2013 tarihli toplantı -2013/2 No'lu karar,

02.07.2013 tarihli toplantı -2013/3 No'lu karar,

Selçuk İlçesi;

21.01.2013 tarihli toplantı -2013/1 No'lu karar,

14.06.2013 tarihli toplantı -2013/2 No'lu karar,

15.07.2013 tarihli toplantı -2013/3 No'lu karar,

Kemalpaşa İlçesi;

10.07.2013 tarihli toplantı -2013/1 No'lu karar,

Her toplantıdan önce sportif faaliyet yapmak amacıyla gelen talepler doğrultusunda, başvuru için gerekli evrakların bulunduğu başvuru dosyaları ile alana gidilerek parkur alanı, çalışan personel, yapılacak spor türüne göre kullanılan malzemeler vb. yerinde incelenmiştir. Yapılan bu incelemeler ve denetimler sonucunda denetim raporu oluşturmuş, toplantılarda denetim raporları incelenerek, Kurul üyelerinin değerlendirme ve görüşleri alınmıştır.

5. İZMİR İLİ TURİZM AMAÇLI SPORTİF FAALİYET UYGULAMA TALİMATI

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği'nin alanda nasıl uygulanacağı hususunda bir yol haritası oluşturmak, uyulması gerekli kuralları ortaya koymak, belirsizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla ve sahada uygulamaya yönelik yaşanan sorunlara çözüm üretmek, sportif faaliyetlerde belirli standartları ve bu standartlara uyulmasına sağlamak amacıyla kıyı ilçelerindeki Sportif Turizm Kurulları ve fiilen sektörde faaliyet gösteren tarafların katılımıyla 2013 yılı boyunca toplantılar gerçekleştirilmiştir. Sportif faaliyet yapan tesis sahipleri, sporcular, yerli-yabancı turistler ve yerel halkla görüşmeler yapılmıştır. Tüm bu toplantı ve görüşmeler sonucunda belirlenen sorunlar, görüş ve öneriler değerlendirilmiştir. İlgili mevzuatın irdelenmesi, toplantılardan elde edilen çıktılar, öneriler ve parkur alanlarında yaptığımız incelemeler, gözlem ve değerlendirmeler doğrultusunda Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Uygulama Talimatı oluşturulmuş, İzmir İlinde uygulamaya başlanmıştır.

Çalışmanın ana çerçevesini oluşturan Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Uygulama Talimatı, söz konusu faaliyetlerin yasal bir zeminde profesyonel hizmet anlayışıyla sürdürülebilmesi, çevreye ve denizden yararlanan tüm kesimlere risk teşkil etmeyecek şekilde, turist sağlığını ve

can güvenliğini koruyacak tedbirlerin alınması için korunarak kullanma düşüncesiyle oluşturulmuştur.

Bu çalışma su altı, su üstü ve kara sporlarına yönelik yapılmıştır, ancak burada sadece su altı ve su üstü sportif faaliyetlerin uygulamasına yönelik olanlar ele alınmıştır. Söz konusu Uygulama Talimatları, Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği'nin yayımlandığı 23.02.2011 tarihinden itibaren, parkur alanlarındaki çalışmalarımız ve gerçekleştirilen Kurul toplantıları doğrultusunda her yıl güncellenmektedir.

5.1. Uygulama Talimatı Genel Şartları

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Uygulama Talimatında işletmelerin uymak zorunda olduğu su altı ve su üstü sporlarına ilişkin genel şartlar aşağıda sıralanmıştır:

1-Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler için Valilikten belge alan, işletmeler, söz konusu belgeyi başkalarına devredemeyecek ve kiraya veremeyeceklerdir,

2-Turizm Amaçlı sportif faaliyetin türüne göre; her ilçede İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sahil Güvenlik Komutanlığı, Liman Başkanlığı, İlçe Gençlik Hizmetleri ve Spor Müdürlüğü, İlçe Jandarma Komutanlığı ve Deniz Ticaret Odası temsilcilerinin katılımıyla bir denetim komisyonu oluşturulacaktır. Gelecek ihbar ve şikayetler denetim komisyonunca ivedilikle değerlendirilecektir,

3-Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi verilen ve yıl içerisinde kurul tarafından yapılan denetimler sonucunda tespit edilen eksiklikler, Kurul gündemine alınarak değerlendirilecektir. İzinsiz olarak turizm amaçlı sportif faaliyette bulunanlar, buldukları yerlerin en büyük mülki amirleri tarafından faaliyetten men edilerek, ilgililer hakkında 30.03.2005 tarih ve 5326 sayılı Kabahatler Kanununun 32. maddesi hükmü uyarınca işlem yapılacaktır,

4-Turizm amaçlı sportif faaliyet izin belgesi ve "Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi" bir takvim yılı için geçerlidir,

5-Su üstü sportif faaliyet parkur alanı ilan edilmiş alanlarda can güvenliği amacıyla halk plajlarının ve konaklama tesisi önündeki plajların yüzme alanları ile tesis önlerindeki yüzme-dalış eğitim alanları

şamandıralarla belirlenecek; belirlenen alanda zıpkınla balık avlama yapılmayacak, hiçbir deniz aracı ile belirlenen alana girilemeyecektir,

6-İşletmeciler; çevre kirliliğine neden olmayacak bir biçimde faaliyet gösterecek, bu amaçla gerekli tedbirleri alacak, ayrıca doğal hayatı koruma konusunda ülkemizin taraf olduğu uluslar arası antlaşmalara ve yürürlükteki mevzuata uygun hareket edeceklerdir,

7-Sportif faaliyetlerde görevli personelin kılık kıyafeti temiz ve düzenli olmak kaydıyla, PVC kaplı; Adı-Soyadı, T.C. Kimlik No.su, görevi ve bağlı bulunduğu “Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet İşletmesi” adının yazılı olduğu tanıtım kartını yanında bulundurulacaktır. Çalışan personel ve üçüncü şahsa ait kaza sigortası ve mali mesuliyet sigortası yılsonunu kapsayacak şekilde yaptırılacaktır,

8-Windsurf ve kitesurf turizm amaçlı sportif faaliyeti yapma talebinde bulunan her bir (mevcut ve yeni açılacak) işletmenin; 2013 yılından itibaren, 15.10.1999 tarih ve 23847 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren “*Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliği*”nin tesislerin niteliğiyle ilgili 9. maddesindeki şartları taşımaları zorunludur. Söz konusu nitelikleri taşımayan kitesurf, windsurf ve yelken sporu yapan işletmelerin müracaatları Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Kurulu’nca değerlendirmeye alınmayacaktır,

9-Turizm Amaçlı sportif faaliyet; konaklama ve günübirlik vb. tesis bünyesinde yapıyorsa; tuvalet, duş, soyunma kabini ve yeme içme alanı şartı aranmaz. Söz konusu ihtiyaçlar tesis bünyesinden karşılanacaktır,

10-Münferit olarak halk plajlarında yapılan su üstü turizm amaçlı sportif faaliyet yapacak olan işletmelerin ilgili belediyeden gerekli izinlerinin alınmış “Kıyı Kanununun Uygulamasına Dair Yönetmelik”in 13.maddesinin c bendi kapsamında kıyıda 6 m².’yi geçmeyen ilk yardım malzemesi, can yelekleri ve müşteri ile irtibatının sağlanacağı doğal görünümü bozmayan bir irtibat bürosunun bulunması zorunludur,

11-Münferit olarak halk plajlarında yapılan su üstü turizm amaçlı sportif faaliyet yapacak olan işletmelerin ilgili belediyesinden gerekli izinleri alınmış “Kıyı Kanununun Uygulamasına Dair Yönetmeliğin”18. Maddesi kapsamında sahil şeridinde en az 10 m² lik alana sahip bir irtibat bürolarının bulunması zorunludur,

12-Windsurf ve kitesurf spor türünde faaliyet gösterecek turizm amaçlı sportif faaliyet işletmelerinde istihdam edilmesi zorunlu olan

eğiticilerin; Türkiye Yelken Federasyonundan alınmış, windsurf için asgari RS4 TÜYEB eğitmenlik belgesine; kitesurf için KB4 TÜYEB eğitmenlik belgesine sahip olması zorunludur. Söz konusu belgenin, anılan türlerde yapılacak sportif faaliyet başvurularında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne sunulması gereklidir,

13-Yelken spor türünde faaliyet gösterecek turizm amaçlı sportif faaliyet işletmelerinde istihdam edilmesi zorunlu olan eğiticilerin; *Türkiye Yelken Federasyonu'nun 04.04.2011 tarih ve 126/2 No'lu Yelken Öğretici/Eğitmen Talimatının 6. maddesinde belirtilen* ve Türkiye Yelken Federasyonu'nca düzenlenmiş asgari eğitmenlik belgesine sahip olması zorunludur. Söz konusu belgenin, yelken türü sportif faaliyet başvurularında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne sunulması gereklidir,

14-Yelken, windsurf ve kitesurf spor türündeki turizm amaçlı sportif faaliyetlere; işyeri açma çalışma ruhsatı olan ve Türkiye Yelken Federasyonu'ndan yetki belgesi almış işletmeler başvuruda bulunabilir. Söz konusu belgenin, anılan türlerde yapılacak sportif faaliyet başvurularında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne sunulması gereklidir,

15-Tesisler, bünyelerinde aynı tür spor için sadece 1(bir) işletme ile sözleşme yapabileceklerdir. Eğer işletme, tesis önü öncelik hakkını üçüncü şahıslara kullanıyorsa, tesis ve 3. şahıslar arasında sözleşme yapılarak, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne sunulacaktır. Sözleşmede; sportif faaliyet yapan işletme ile tesisin; müşterilerin can ve mal güvenliğini sağlamaya yönelik gerekli tedbirlerin alınması konusunda 3. Şahıslara karşı müteselsil sorumlu olduklarına ilişkin madde konulacaktır,

16-İzin belgesinde belirtilen faaliyet türünün ve parkurun dışında faaliyette bulunulmayacak, su üstü sportif faaliyeti yapılan parkurda aynı anda windsurf ve kitesurf yapılmayacak, windsurf ve kitesurf alanı olarak ilan edilen alanlarda eğitmen belgeli kişiler eşliğinde eğitimler verilecektir. Belgede kayıtlı olmayan hiçbir deniz aracı kullanılmayacaktır. Her parkur için ayrı belge alınacaktır,

17-Su altı ve su üstü sporlarında deniz araçlarını kullanacak personelde, uygun yeterlilik belgesi yapılan spor türüne göre (STCW, cankurtaran, gemi adamı cüzdanı, en az 2 sınıf dalış eğitmeni vb.) uygun olması şartı aranacaktır ayrıca cankurtaran ve kaptan olarak görevlendirilen kişiler aynı zamanda başka bir işle görevlendirilemezler. Bir parkur için ibraz edilen çalışan belgeleri başka bir parkur için kullanılamaz,

18-Belge verilmesine esas malzeme ve çalışanlara ilişkin değişiklikler, resmi belgeler ile birlikte üç iş günü içerisinde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne bildirilecektir. Bu süre içerisinde faaliyet göstermeyeceklerdir,

19-Su üstü ve sualtı spor faaliyetleri; deniz trafiğinin yoğun olduğu alanlarda, “2565 Sayılı Askeri Yasak Bölgeleri ve Güvenlik Bölgesi Kanunu” uyarınca belirlenmiş alanlar ile 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu uyarınca belirlenmiş tarihi ve doğal sit alanlarında yapılmayacaktır. “3289 sayılı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Kanunu ile ilgili Yönetmeliği”, “1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu”, Yönetmeliği ve Sirkülerleri ile açıklanan genel kurallara uyulacaktır,

20-Sportif faaliyete katılanların listesi; işletmeler tarafından “Turizm Amaçlı Sportif Faaliyete Katılanlar” adındaki tabloya işlenerek kayıt altına alınacaktır,

21-Faaliyet sırasında meydana gelen kazalar, faaliyeti yapan işletme tarafından rapor edilerek derhal Kurula bildirilecektir. Denizde meydana gelen, yaralanma veya ölümlü sonuçlanan kazalar en kısa zamanda Alo 158 Sahil Güvenlik ve Liman Başkanlığının İhbar Hattına bildirilecektir,

22-Belge alan işletmeler sportif turizm kurulu kararlarını yerine getirmekle yükümlü ve sorumludur. Aksine hareket edenler hakkında ilgili Yasa ve Yönetmelikler çerçevesinde işlem yapılacaktır. Söz konusu kararlar, belge verilmesi uygun görülen işletmelere tebliğ edilecektir,

23-Su altı ve su üstü sporu yapan kişi ve kuruluşlar, kıyıların toplum yararına kullanılmasını engellemeyecek şekilde kendilerine tahsis edilen alanda faaliyette bulunacaklar ve yapmış oldukları faaliyetler nedeni ile 3. kişileri rahatsız etmeyeceklerdir.

5.2. Su Altı Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Uygulama Talimatlarında su altı sporları için uyulması gereken şartlar aşağıda verilmiştir:

1-Su altı dalışlarında Türk Bayraklı tekneler kullanılacaktır. Dalış Yetki Belgesi olmayan işletmelere Deniz Turizmi Aracı İşletme Belgesi verilmeyecektir,

2-Sportif amaçlı tüplü dalışlarda su ürünleri avcılığı yapılmayacak, canlı ya da cansız hiçbir varlık su üstüne çıkarılmayacaktır,

3-Dalış yapacakların dalış emniyeti ve can güvenliği, dalış yapana ait olmakla beraber, eğitimler esnasında kursiyer dalıcıların tüm sorumlulukları dalış eğitmenine aittir. Dalış esnasında kültür ve tabiat varlıklarının korunması, dalıcıların dalışları esnasında mal ve can güvenliğinin sağlanması rehber balıkadamın mesuliyeti ve sorumluluğundadır. Ancak, dalışlardan önce ve sonra dalış sırasında, dalış emniyet kurallarını ihlal eden dalıcının kişisel hatasından doğacak her türlü problemden dalış yapan sorumludur,

4-Yabancı uyruklu kişilerin, sportif dalışları Türk Rehber Balıkadam refakatinde yapmaları zorunludur. İşletmeler, yabancı uyruklu dalıcıya dalış kurallarını bildiğini ve risklerini kabul ettiğini belirten İngilizce-Türkçe düzenlenmiş belgeyi imzalattıracaktır,

5-Sportif amaçlı aletli dalışlar için derinlik limiti maksimum 30 m.'dir. 14 yaşından küçük çocuklara dalış yaptırılmayacak, 14-18 yaş arası çocuklara ise velilerinin imzalı izinleri ile dalış yaptırılacaktır. Dalış kuruluşları, her dalıcıya dalış öncesi güvenli dalış kurallarını bildiğini ve risklerini kabul ettiğini belirten Türkçe ve İngilizce dillerinde düzenlenmiş belgeyi imzalatacaklardır,

6-Sportif amaçlı dalışlarda hiçbir malzeme tahdidi yoktur. Teknelerde ilk yardım ekipmanı, aletli dalışlarda denge yeleği, can yeleği, B.C., tüp basınç göstergesi, zaman saati, flamalı dalış şamandıraları bulundurmamak zorunludur. Kaldırma balonu veya aynı amaçlı malzemeler kullanılamaz. Kesinlikle dekompresyonlu dalışlar yapılamaz,

7-Sportif amaçlı dalış düzenleyen işletmeler, balıkadamların sahip oldukları ve kullandıkları dalış malzemelerinin (tüp, regülatör, kompresör, denge yeleği gibi) periyodik test ve bakımlarını yaptıracak ve belgelerini muhafaza edecektir,

8-Dalışlar esnasında 2 kişilik arkadaş sistemi uygulanacak, dalış ikilisinin emniyeti açısından flamalı dalış şamandıraları kullanılacaktır,

9-Eğitim amaçlı sportif gece dalışları, eğitmenlerin kontrolünde ve önceden izin alınmak şartı ile yapılacak, bunun dışında gece dalışları yapılmayacaktır,

10-Dalış eğitmeni ve rehber dalıcılar, yetki belgesi almış yalnız bir dalış kuruluşunda görev alabilirler. Dalış eğitmenleri ve rehber dalıcılar, yetki belgesi almış bir dalış kuruluşuna kayıtlı olmaksızın eğitimlik ve rehberlik yapamazlar,

11-Müracaat dosyalarında belirtilen tekne ve kaptan dışında başka bir kişi tarafından tekne kullanılmayacak; tekne, personel ve her türlü araç-gereç değişikliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne bildirilecektir,

12-Su altı sporları faaliyetlerinde kullanılan deniz araçları ile giriş çıkış koridorunda 3 milden fazla sürat yapılmayacak ve faaliyetler esnasında deniz aracı kullanıcıları, uluslararası denizde çatışmayı önleme tüzüğü hükümlerine uygun hareket edecektir. Halk tarafından kullanılan kalabalık plajlarda halkı rahatsız edecek ve şikayete neden olacak şekilde dalış yapılması yasaktır,

13-Su altı dalışı ile ilgili olarak izin alan işletmeler; dalış yapmadan önce isim listelerini (rehber balık adam ve dalış yapacakların isim ve uyruklarını) teknede bulunduracak ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne, Liman Başkanlığına ve Sahil Güvenlik Komutanlığı'na bildirecektir,

14-Sportif amaçlı yapılan dalışlarda dalış bölgesinin dalış süresince dalış bayraklı şamandıra ile işaretlenecektir. Dalışlarda kullanılan deniz taşıtlarına dalış boyunca dalış bayrağı çekilecek ve diğer deniz taşıtlarının dalış şamandırası/dalış bayrağı çekilmiş deniz taşıtına en az 50 m. açığundan geçmesi konusunda söz konusu deniz taşıt sahipleri ikaz edilecektir.

5.3. Su Üstü Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler

Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler Uygulama Talimatları'nda su üstü sporları için uyulması gereken şartlar aşağıda verilmiştir:

1-Su üstü araçlarının güvenli giriş ve çıkışlarının sağlanması için kıyıdan denize doğru en az 15 m. eninde 200 m. uzunluğunda giriş-çıkış koridoru oluşturulacaktır. Bu koridor şamandıralarla ve işaret bayrakları ile markalandırılacak, ayrıca bu alanlarda yüzmenin yasak olduğunu belirten en az üç dilde hazırlanan uyarıcı levhalar bulundurulacaktır. Faaliyetler, kıyıdan en az 200 m. uzaklıktaki mesafede izin belgesinde yer alan parkurun önünde gerçekleştirilecektir. Ancak, parkurun coğrafi konumu dikkate alınarak ilgili İlçe Sportif Faaliyet Kurulu'nca parkura ve o alana özgü düzenleme yapılabilecektir,

2-Su sporları yapan kişiler, su sporu faaliyeti yürüten işletmeci veya görevlendireceği kişiler tarafından sürekli izlenecek kaza oluşması halinde hazır bekletilen ilk yardım amaçlı bot derhal müdahalede bulunacaktır. Her işletme bünyesinde bulundurduğu ilk yardım amaçlı bot ile tekneyi kullanma yeterliliğine haiz en az bir personel ile devamlı görev yapacak deniz alanında faaliyetler devam ettiği sürece bu görev kesintisiz sürdürülecektir.

3-Su üstü sportif faaliyeti esnasında müşteriler ve jet-ski kullanan personel can yeleği giyecektir. Can yelekleri standartlara uymayan kullanım ömrünü tamamlamış ve yıpranmış can yelekleri kullanılmayacaktır,

4-Faaliyet esnasında gerek müşterinin gerekse personelin can yeleği giymesi zorunludur. Ayrıca, faaliyette bulunan kişi ya da işletmenin; can ve mal emniyetinin sağlanması amacıyla kıyıda bulundurulmuş motorlu can kurtarma botunda en az gemici yeterliliğinde personel ile yeterli miktarda ilk yardım malzemesi, can yeleği (en az 3 adet), can simidi (1 adet) ve 6 kg.lık yangın söndürme cihazı bulundurulacaktır,

5-Denizde seyir, can ve mal güvenliğinin sağlanması maksadıyla gece şartlarında veya görüşün hava ve deniz şartları nedeniyle kısıtlı olduğu zamanlarda, su üstü sporuyla ilgili faaliyetler yapılmayacaktır. Valilik tarafından belirlenen parkurlar dışında paraşüt çekilmeyecektir.

6-Valilikçe belirlenen parkur alanlarında en fazla 2 jet-ski, faaliyette bulunacaktır. Jet-skiler kıyıdan kontrol mekanizması ile durdurulabilmek amacıyla bir aparatla donatılacaktır,

7-Jet-skiler 18 yaşından küçük ve alkollü kişilere kullanılmayacaktır. Can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü tutum ve davranışlarda bulunulmaması yönünde hazırlanacak değişik dillerdeki formlar, müşteriye okutturularak imzalatılacaktır,

8-Banana ve paraşüt çeken sürat motorlarında bu aracı kullanmaya yetkili kişi dışında bir yardımcı eleman bulundurulacaktır. Jet-ski ile sportif faaliyet amacıyla paraşüt vb. herhangi bir araç çekilmeyecektir,

9-Su sporlarında kullanılan jet-skilerin liman kaydı yaptırılacak ve liman kaydı olmayan jet-skiler kullanılmayacaktır,

10-Trapezler en çok iki yıl kullanılacaktır. Kesinlikle tamir ve tadilat yapılmayacaktır. Her parasailing teknesinde en az 4 adet trapez olacaktır.

Halatlar en çok bir yıl kullanılacaktır. Kopma direnci 1500 kg.dan daha küçük olan halatlar kullanılmayacaktır. Kesinlikle ekleme yapılmayacak, yıpranmış halat kullanılmayacaktır. Üretici/satıcıdan faturanın yanında kopma direncini ve malzeme özelliklerini belirten bir sertifika/garanti belgesi temin edilecektir. Paraşüt tamiratları ancak deneyimli firmalara yaptırılacak ve tamirle ilgili güvenlik sertifikası alınacaktır. Paraşüt vinçlerinde otomatik, sıralı, sarma düzeneği bulunacaktır. Paraşüt faaliyeti 30 km/saat'dan daha kuvvetli rüzgârda yapılmayacaktır. Paraşüt ile aynı anda en çok iki kişi uçurulacak ve uçanların toplam ağırlığı 160 kg.ı geçmeyecektir. Paraşüt üreticisi firmanın koyduğu limitler de ayrıca göz önünde bulundurulacaktır,

11-Paraşüt teknesinde tambura sarılacak paraşüt halatı azami 200 m., salınan halat ise 150 m. olacak ve yüzeysel aşınmaya uğramış halatlar kullanılmayacaktır. Kıyıda paraşüt kaldırılmayacak, kıyıya paraşütle müşteri indirilmeyecek ve kıyı bandı üzerinde paraşüt uçurulmayacaktır,

12-Su üstü sporları ile ilgili faaliyetlerde kullanılan deniz araçları giriş çıkış koridorunda 3 milden fazla sürat yapılmaması ve faaliyetler esnasında uluslararası denizde çatışmayı önleme tüzüğü hükümlerine uygun hareket edilmesi gerekmektedir,

14-Münferit olarak sportif faaliyet alanlarından yararlanmak isteyen kişiler, gerekli ehliyet sahibi olmaları halinde bu yönetmeliğin şartları dışında ancak faaliyetin genel güvenlik kurallarına uygun olarak hareket edeceklerdir.

15-Coğrafi konum itibarıyla hakim rüzgar yönüne göre yapılan windsurf ve kitesurf sporlarının yapıldığı plajlarda rüzgar 6 knottan fazla estiğinde “bu plajda denize girmek can güvenliği açısından tehlikelidir” levhalarının 3 dilde hazırlanarak şamandıraların sağına ve soluna yerleştirilmesi, ve rüzgar hızını gösteren dijital platformun sörf merkezleri tarafından plaja herkesin görebileceği şekilde yerleştirilmesi zorunludur,

16-Kitesurf ve windsurf eğitim çalışmaları İlçe Sportif Faaliyet Kurulu'nca belirlenen eğitim alanında yapılacaktır. Halkın kullanımına açık plajlarda veya şamandıralarla belirlenmiş yüzme alanlarına girilmeyecektir,

17-Kitesurf, windsurf ve yelken sporu yapılan alanlarda, parasailing, su kayağı, jet-ski kullanılması can güvenliği açısından tehlikeli ve

yasaktır. Bu sporların yapıldığı alanlar ayrı ayrı parkur alanı olarak kullanılacaktır. Kesinlikle aynı parkurlar kullanılmayacaktır,

18-Koylarda demirleyen gününbirlik deniz turizmi yapan gezi teknelerine su üstü sportif faaliyeti hizmeti verilmeyecek, can güvenliğini tehlikeye atacak şekilde jet-skilerle teknelere yanaşılmayacak ve yolcu alınmayacaktır,

19-Su altı, su üstü ve karada yapılacak sportif faaliyetler için başvurular Mayıs 2014 itibariyle tamamlanmış olacak bu tarihten sonraki başvurular kabul edilmeyecektir,

23 maddesi genel esaslar, 14 maddesi su altı, 19 maddesi su üstü ve 3 maddesi kara olmak üzere toplam 56 maddeden oluşan Uygulama Talimatının; 2014 yılı içerisinde İzmir İli ve İlçelerinde yapılacak turizm amaçlı sportif faaliyetlerde uygulanması için İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün teklif yazısıyla Valilik "Olur"u alınmakta ve yıl boyunca uygulanmaktadır.

Söz konusu Talimatlarda Turizm Amaçlı Kara Sporlarına yönelik bölüm de yer almakta olup, çalışma su sporlarına yönelik olduğundan burada yer verilmemiştir.

6. SONUÇ

Sonuç olarak, bir kamusal hizmetin sunumunda amaç insana hizmettir. Gerek turizm, gerekse spor alanında dikkate alınması gereken en önemli unsur da insandır. Buradan yola çıkarak turizm amaçlı sportif faaliyetlere yönelik uygulama talimatları konusunda çalışmanın sebebi, denizlerin kamu kullanımına yönelik olması ve su sporları yapılan alanlarda deniz-kum-güneş turizminden yararlanan insanların can güvenliğinin sağlanması, sağlığının korunmasıdır. Aynı zamanda denizlerimizi, su sporu yapacak olanların ortak kullanımına sunmak, bunu yaparken de paralel zamanlarda denizden yararlananların birbirlerini olumsuz yönde etkilememeleri, bu faaliyet dalının belli standartlara kavuşturularak çevreye ve insan sağlığına verilecek olası zararların önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Burada önemli olan sportif faaliyetlere yönelik çalışmanın konusu olan talimatlara kişilerin, tesislerin, deniz aracı işletmelerinin ve acentelerin uygulama bakımından özen göstermeleri ve kaliteli hizmet sunmak için gerekli şartları yerine getirmeleridir.

Federasyon sporlarının ulusal kurallara uygun olarak yapılması ve korunarak kullanım ilkesi doğrultusunda izin verilen doğal alanlarda faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ile turizm amaçlı sportif faaliyetlerin yapıldığı alanların korunarak gelecek nesillere aktarımı sağlanacaktır. Çalışmada su sporlarının turizm faaliyeti olarak uygulanması sırasında, turizm amaçlı sportif faaliyette bulunacak olan spor tesislerinde ve su altı, su üstü spor faaliyetinde bulunan turizm işletmelerinde aranacak niteliklerin belirlenmesi, faaliyetin güvenli biçimde sürdürülebilmesi için önlemler alınması ve denetimin sağlanması amaçlanmıştır.

Deniz turizmi kapsamında ele aldığımız ve İlimizdeki önemli bir turizm türü olarak çekicilik yaratan, turizm amaçlı su altı ve su üstü sporlarının tercih edilmesi, geniş kitleler tarafından yapılması ve uygulamaların belli kurallar doğrultusunda gerçekleştirilmesi, ihtiyaçlara cevap verebilecek belli standartlara uygun olarak yapılmış spor tesislerinin varlığı ile mümkün olacaktır. Su sporlarına yönelik altyapı ve üstyapının yeterli düzeyde olması, sunulan hizmetin kalitesi, yeterli kalifiye hizmet elemanı ve eğitmen, gerekli donanımın sağlanması uluslar arası organizasyonlara ev sahipliği yapmamızda tercih sebebi olacaktır. Sunulacak hizmetlerin ve faaliyetlerin yasal bir zemine oturtulmasıyla ülke çıkarları açısından işletmelerin kazançlarının kontrol altına alınması ve yasa dışı faaliyetlerin önlenerek, kaçak işletmecilik faaliyetlerine son verilmesi sağlanacaktır. Örneğin; su sporları için eğitmenlerce verilen kurslarda alınan ücretlerin vergilendirilmesi uygulama talimatlarının yürürlüğe konması ile sağlanmıştır.

Uygulama Talimatlarında zorunlu kılınan işyeri açma ve çalıştırma ruhsatı alınması, ayrıca çalışanların sigortalanması işlemleri firma kazançlarının vergilendirilmesini getirmektedir. Dolayısıyla haksız rekabetin ortadan kaldırılması ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi sağlanacaktır.

Literatürde turizm amaçlı sportif faaliyetlere ilişkin çok az kaynak bulunmaktadır. Genel olarak çalışmanın kamusal yönetimlere, sektörde faaliyet gösterenlere yararlı olacağı ve su sporları literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca benzer çalışmaların turizm amaçlı kara sporları için de yapılması faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

BAYINDIRLIK VE İSKÂN BAKANLIĞI, 3621 sayılı Kıyı Kanunu, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G. Tarihi: 04.04.1990, Erişim: 25.12.2013

BEZİRGAN, A.E. (2000) *Yat Marinaları Yatırımları. Piri Reis'in Rotasında 25. Yıl Sempozyumu*, Yayınlanmamış Bildiriler Kitabı, Dokuz Eylül Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü, İzmir.

DERE, K.G. (2010) *İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı A.B.D., İzmir.

ERKAL, M. (1982) *Sosyolojik Açıdan Spor*, Filiz Kitabevi, İstanbul.

GENÇLİK HİZMETLERİ VE SPOR BAKANLIĞI, *Özel Beden Eğitimi ve Spor Tesisleri Yönetmeliğı*, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G.Tarihi: 15.10.1999, Erişim Tarihi: 08.01.2014

İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ (2013) *Brifing Dosyası*, İzmir.

İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ, *2014 Yılı Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Parkur Alanı Listesi*, <http://www.izmirturizm.gov.tr/Eklenti/30011,parkur.pdf?0>, Erişim Tarihi: 03.02.2014

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, *Turizm Amaçlı Sportif Faaliyetler*, <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr>, Erişim: 25.12.2013

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, *Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliğı*, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R.G.Tarihi: 23.02.2011, Erişim: 25.12.2013

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, *Deniz Turizmi Yönetmeliğı, Hata! Köprü başvurusu geçerli değil.*, R.G. Tarihi: 24.07.2009, Erişim: 06.01.2014

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, *Deniz Turizmi Yönetmeliğı Uygulama Tebliğı*, <http://www.resmigazete.gov.tr>, R. G. Tarihi: 28. 04. 2010, Erişim: 06.01.2014

MORPA SPOR ANSİKLOPEDİSİ (1997) Cilt 4, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul.

SÖNMEZ, U. (2006) *Rüzgâr Sörfünün Yayılması Açısından, Sörf Tüketicisinin Profilinin Belirlenmesi ve Sörf Okullarının Önemi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Manisa.

SPORBİLİM, <http://www.sporbilim.com>, Erişim Tarihi: 08.01.2014

TÜRKİYE YELKEN FEDERASYONU, *04.04.2011 Tarih ve 126/2 No.lu Yelken Öğretici/Eğitmen Talimatı*, <http://www.tyf.org.tr>, Erişim: 08.01.2014

TÜRKİYE YELKEN FEDERASYONU, *02.01.2013 Tarihli ve Özel Yelken Eğitimi ve Spor Tesisleri Talimatnamesi*.

Yayın Geliş Tarihi : 29.03.2014
Yayına Kabul Tarihi :31.07.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:27-48
ISSN: 1309-4246

TURİZM AMAÇLI SU ALTI VE SU ÜSTÜ SPORTİF FAALİYETLER: BUGÜNÜ GELECEĞİ

Murat ÖZBEK¹

ÖZET

Geçmişten bugüne deniz, kum, güneş üçlüsüne bağlı, klasik kitle turizmi ile ön plana çıkan Antalya su sporları işletmeleri için merkez niteliği kazanmıştır. Günümüzde ise alternatif turizm çeşitleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Dalış turizm, yelken turizmi, sörf turizmi buna örneklerdir. Geçmişte turizm amaçlı seyahat için destinasyon seçildikten sonra sportif olanaklar araştırılırken artık sportif olanaklara göre turizm destinasyonu seçilmektedir. Buna en iyi örnek Alaçatı'dır. Alaçatı, rüzgâr sörfü ile popülerliğini kazanmaya başlayarak günümüzde önemli bir turizm destinasyonu niteliğini kazanmıştır.

Çalışma konusu su sporları, ekipman kullanımının zorunlu olduğu spor alternatifleri olarak belirlenmiştir. Bundan dolayı farklı su sporlarının geliştirilmesi ekipman teknolojilerinin gelişmesi ile doğru orantılıdır. Geçmişte yelkenli tekne ve sandal gezileri ile başlayan su sporları gelecekte çok farklı sporlar olarak ortaya çıkacaktır.

Literatürde su sporları ile ilgili az sayıda araştırma bulunmaktadır. Çalışma "Su sporlarının bugününü inceleyerek gelecekte ortaya çıkabilecek alternatifler nelerdir?" sorusunu sormaktadır. Bu çalışmanın amacı literatür taraması yöntemiyle su sporlarının sorunlarını tartışarak su sporlarının gelecekteki görünümünün ortaya konulmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, deniz turizmi, su sporları.

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, Deniz Turizmi Programı, murat.ozbek@ogr.deu.edu.tr

TOURISM INTENDED UNDERWATER AND SURFACE WATER SPORTS ACTIVITIES: PRESENT SITUATION AND FUTURE ANTICIPATION

ABSTRACT

In the past, Antalya was the center of the water sports business related to mass tourism that is based on sea, sand and sun trio. Today, alternative forms of tourism have started to come to the fore. Diving tourism, sailing tourism, surfing tourism are examples of this. Previously sport facilities used to be sought after selecting the destination to travel for tourism purposes; nowadays, however, destination choice primarily involves the desired sports facilities. Alacati is the best example for this change. Alacati has become an important tourist destination, starting to gain popularity with windsurfing.

This study is focused on the water sports alternatives that necessitate using certain equipments. Therefore, the development of different water sports is directly proportional to the development of equipment technology. Water sports starting with sailing boats and boat trips in the past, will emerge as very different sports in the future.

In the literature, few studies related to water sports are available. Having examined the present situation of the water sports, the study asks "what are the likely new alternatives of water sports in the future?". The purpose of this study is to investigate and anticipate the likely future of water sports through. This investigation will be based on thorough literature review discussing the problems encountered today.

Keywords: *Tourism, marine tourism, water sports.*

1.GİRİŞ

Turizm gelirleri ülkelerin ekonomik gelişme düzeyleri üzerinde önemli bir paya sahiptir. Bundan dolayı turizm en önemli sektörlerden biridir. Geçmişte konaklama ağırlıklı klasik turizm anlayışı hakim iken günümüzde alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. İnsanlar özel ilgilerine göre turizm faaliyetlerinde bulunmak istemeye başlamışlardır. Deniz turizmi, denizle ilgili faaliyetlerde bulunmak isteyenlerin katıldığı turizm çeşitlerinden biridir. Ülkemizde alternatif turizm dalı olarak ortaya çıkan deniz turizmi gelirleri, toplam turizm gelirlerinin yaklaşık %20'sini oluşturmaktadır (İMEAK Deniz Ticaret Odası, Deniz Sektörü Raporu, 2012: 195). Son yıllarda; deniz turizmi; kum-deniz-güneş üçlemesinden çok yat, kurvaziyer gemiler, günübirlik tur tekneleri ve turizm amaçlı su sporları ekseninde gelişmeye başlamıştır.

Su sporları denizde, göllerde, göletlerde, nehirlerde, kanallarda ve havuzlarda yapılan sportif faaliyetleri kapsamaktadır (Paker, 2013: 434). Tüm bunların ortak noktası belli bir hacime sahip su kütesidir. Su özel moleküler yapısından dolayı akışkanlık özelliğine sahiptir. Bu özellik nedeniyle sadece su üstü ve su altında mümkün olabilen su sporları faaliyetleri yapılmaktadır. Suda yüzme, atlama ve serbest dalma gibi herhangi bir araca ihtiyaç olmadan yapılabilen sporlar olduğu gibi rüzgar sörfü, su kayağı ve jet ski gibi bir araca bağlı olarak yapılanlar veya su altında uzun süre kalabilmek için su altında nefes almayı sağlayan ekipmanlara bağlı olarak yapılan su sporları da bulunmaktadır. Çalışmada bahsi geçen en önemli aktivitelerinden biri olan rüzgâr sörfü her ne kadar asıl olarak denizde yapılan bir faaliyet olsa da gölde, gölette, kanallarda hatta rüzgâr sağlayan pervanelerle donatılmış özel havuzlarda bile yapılabilmektedir. Konumuz olan turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler ise gezi, spor ve eğlence amaçlı olarak su altı ve su üstünde gerekli ekipmana sahip deniz turizmi araçları ile denizde gerçekleştirilen aktivitelerdir.

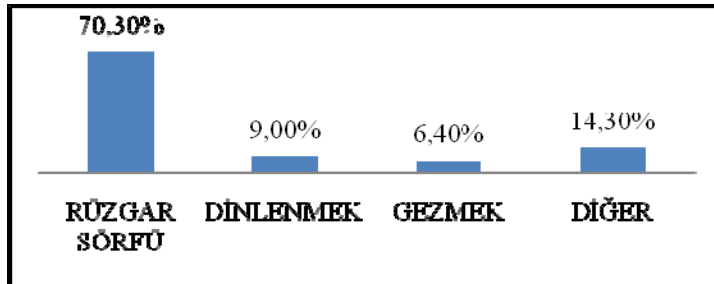
Su sporları dalış turizmi ile başlayıp su üstü sporlarının katılımıyla önemli bir turizm dalı haline gelmiştir. Su sporları işletmeleri sermaye, emek ve bilgi yoğun birer işletmelerdir ve 1990'lar sonrası gelişen bu meslek ciddi bir sektör haline gelmiştir. Ülkemizde özellikle otel ve tatil köyleri önünde işletilen su sporları işletmelerinin sayısı yaklaşık olarak 700 adete ulaşmıştır. Yıl içinde gerçekleştirilen su sporları aktiviteleri ile yaklaşık 150 milyon dolar gelir elde edildiği tahmin edilmektedir (İMEAK Deniz Ticaret Odası, Deniz Sektörü Raporu, 2012: 206). Su sporları faaliyetleri, su sporları işletmelerinin tüm çalışanlarını, su sporları endüstrisinin paydaşları olan su sporları malzemesi ithalatçıları, üreticilerini ve bayilerini, turizm acentelerini, otel işletmelerini, taşımacılık şirketlerini etkileyen ekonomik faaliyettir.

Antalya ilinde su sporları alanında faaliyet gösteren 122 işletmenin profillerini belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada, işletmelerin % 64.8'i sahilde su sporları, % 15.6'sı dalış, %9.8'i ise günübirlik tur ve rafting hizmeti üreten işletmelerden oluştuğu saptanmıştır. En yüksek ortalama yatırım maliyeti 420.577 TL ile sahilde su sporları hizmeti üreten işletmelerde iken, en düşük ortalama yatırım maliyetine 175.000 TL ile günübirlik turlar düzenleyen işletmeler sahiptir. İşletmelerin % 63,2'si 11 yıl ve üzeri bir süredir su sporları alanında faaliyet göstermekte olup % 60.6'sı otel sahillerinde, % 25.4'ü ise kamu alanlarında kiracıdır. Otel işletmelerinin kendi bünyesinde faaliyet gösteren su sporları işletmesi oranı ise % 4.2'dir (Turgut ve Ardahan, 2013: 8).

Kitle turizminin rağbet gördüğü ülkemizde turistlere deniz unsurlu etkinlikler sunulmaktadır. Dalış, yelken, katamaran, rüzgar sörfü, uçurtma sörfü, su kayağı, wakeboard, kano ve deniz bisikleti bunlardan bazılarıdır. Verilecek eğitimin az olması ve alt yapısının daha az maliyetli olması nedeniyle ülkemizde motorlu su sporları ön plana çıkmıştır. Birçok gelişmiş ülke ise kaliteli müşteri çekebilmek amacıyla alternatif su sporları dallarını turizm ürünü olarak sunmaktadır. Son yıllarda değişen alışkanlıklar sonucunda ekstrem sporlar önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır (Demirkan, 2006: 32) .

Alaçatı, su sporları ile marka olan nadir beldelerden biridir. Alaçatı'nın bilinen bir destinasyon olmasında diğer önemli çabaların yanında bir rüzgar sörfü merkezinin olması büyük katkı sağlamıştır. Devamlı esen rüzgârı, dalgasız denizi ve sığ suları ile rüzgâr sörfü sporunun yapılması bakımından oldukça uygun coğrafi özelliklere sahip olan Alaçatı, dünya genelinde rüzgar sörfçülerinin dikkatini çekmektedir (Dere, 2010: 43). Alaçatı, rüzgâr sörfü sayesinde binlerce yerli ve yabancı turiste ev sahipliği yaparken; Alaçatı'da düzenlenen Türkiye, Avrupa ve Dünya rüzgâr sörfü şampiyonaları zamanlarında gerek yarışlara katılan sporcular gerekse de yarışları izlemeye gelen seyirciler açısından ekstra bir turizm hareketliliği görülmektedir.

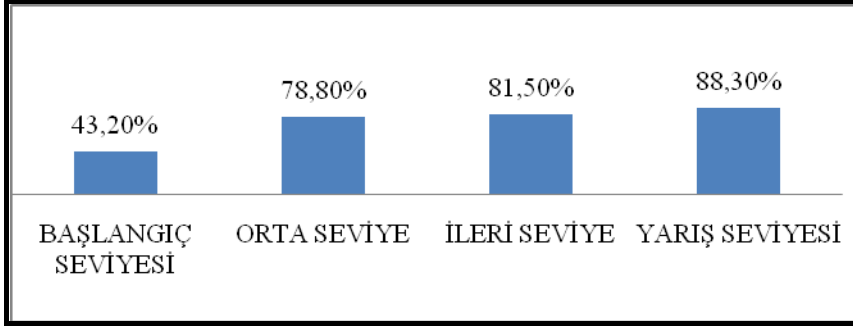
Alaçatı'da rüzgâr sörfü tüketicisinin profilinin belirlenmesine yönelik yapılan, örneklem gurubunu 104 başlangıç, 118 orta, 92 ileri ve 43 yarışmacı düzeylerinde sörf yapabilen 282 yerli, 75 yabancı toplam 357 rüzgâr sörfü tüketicisinin oluşturduğu, bir çalışmada araştırmaya katılan rüzgâr sörfü tüketicilerinin %70,3'ünün sadece rüzgâr sörfü için Alaçatı'ya geldikleri, %9'u dinlenmek, %6,4'ü gezmek; 14,3'ü ise diğer nedenlerden dolayı geldikleri görülmüştür (Sönmez, 2006: 52).



Şekil 1. Turistlerin Alaçatı'ya Gelme Nedeni

Başlangıç seviyesindeki katılımcıların %43,2'si, orta düzeydeki katılımcıların %78,8'i, ileri düzeydeki katılımcıların %81,5'i ve yarışmacıların % 88,3'ü Alaçatı'ya sadece rüzgâr sörfü için geldiklerini

belirtmişlerdir. Sonuç olarak, katılımcıların büyük çoğunluğunun Alaçatı'ya sadece rüzgâr sörfü için geldikleri, bir hafta ve daha az süreyle kaldıkları görülmüştür (Sönmez, 2006: 52). Bu rakamlar bir sportif faaliyetin turizm üzerinde ne kadar önemli bir etki sağlayabileceğinin ispatıdır.



Şekil 2. Alaçatı'ya Sadece Rüzgâr Sörfü İçin Gelen Turist Oranları

Çalışmada önce günümüzde var olan su sporları ve gelecekte var olabilecek su sporları açıklanacak, ikinci olarak İzmir'de su sporları faaliyetleri incelenecek, üçüncü olarak su sporları sektöründe karşılaşılan sorunlar araştırılacak ve son olarak çözüm yolları tartışılacaktır.

2. SU SPORLARI TÜRLERİ

Su sporları çok geniş yelpazede aktiviteleri kapsamaktadır. Bu kapsama giren sporların ortak özelliği yapılabilmesi için bir su kütlesine ihtiyaç duyulması ve ancak bir araç veya ekipman yardımıyla yapılmasıdır. Bu ekipmanlar genellikle yurtdışında geliştirilmekte ve üretilmektedir. Bundan dolayı araçların isimleri İngilizce olmakta ve birçoğunun dilimizde karşılıkları bulunmamaktadır.

2.1. Rüzgâr Sörfü (Windsurf)

Direk ve bumba yardımıyla gerilen yelkenin, direk dibinde bulunan hareketli bir mafsal aracılığı ile tahtaya bağlanmasıyla oluşan yelkenli tipidir. Rüzgâr sörflerinde dümen bulunmamaktadır. Direk rüzgârın geldiği yöne doğru yatırıldığında tahta rüzgârın gittiği yöne doğru dönerken tersi direk, rüzgârın gittiği yöne doğru yatırıldığında tahta rüzgârın geldiği yöne doğru yönelmektedir. Bu şekilde tahta rüzgâr yardımıyla her yöne gidebilmektedir. Rüzgâr sörfü yelkenleri rüzgâr şartlarına göre farklı ebatlarda kullanılırken tahtalar da deniz durumuna göre farklı hacimlerde dir. Rüzgâr sörfüne yeni başlayanlar küçük ebatlı

Yelken, büyük hacimli tahta kullanırken seviye ilerledikçe daha hızlanmak amacıyla yelken ebadı büyümekte tahtanın hacmi düşürülmektedir.

2.2. Dalga Sörfü (Wavesurf)

Dalgaların kıyıya yakın yerlerde kırılmasıyla mümkün olan dalga sörfü, uygun bir dalga yakalayan sörfçünün bir tahta ile dalga üzerinde kayıp gitmesiyle yapılmaktadır.

2.3. Skimboarding

Skim kayar gibi gitmek anlamındadır. Board ise düz tahtalara verilen genel bir isimdir. Kıyıda tahta üzerine atlayarak tahtanın su üzerinde kayması sağlanır ve uygun bir dalga ile dalga sörfü şeklinde kullanılır (skimonline.com).

2.4. Uçurtma Sörfü (Kitesurf)

Özel dizayn edilmiş bir uçurtmanın ipler yardımıyla kontrol edilmesine dayanan, su üzerinde bir tahta üstünde kayıp gitmek, dalgalar üzerinden zıplamak gibi işlevleri olan bir spordur. Uçurtma sayesinde sporcular daha uzun süre uçuş deneyimine sahip olmaktadır.

2.5. Uçurtma Kanat (Kitewing)

Delta şeklindeki bir kanadın bumba yardımıyla kontrol edilmesine dayanan bir spordur. Uçurtma sörfü ile rüzgâr sörfünün bir kombinasyonu şeklindedir. Rüzgâr yardımıyla tahta üzerinde su üstünde kayıp gidilmektedir (www.kitewing.com).

2.6. Sup (Kürekli Sörf)

İngilizce açılımı stand up paddle olup ayakta kürek çekmek anlamındadır. Sakin denizlerde bir tahta üzerinde ayakta durularak ve kürek çekilerek ilerlemektedir. Dalgalı denizlerde kürek yardımıyla yönlendirilerek dalga sörfü gibi de kullanılmaktadır.

2.7. Yelken

Dümen yardımıyla yönlendirilen bir teknenin yelken kullanılarak rüzgâr yardımıyla seyir etmesine dayanan bir aktivitedir. Tek gövdeli tekneler dingi olarak isimlendirilmektedir. Çocukların yelken öğrenmesinde ve yarışmasında kullanılan optimist, daha ileri seviyelerde

kullanılan lazer tipi tekneler en bilinenleridir. Bunların dışında salmaları hareketli olan veya yatlar gibi altında ağırlık bulunan sabit salmalı birçok çeşitte tekne modelleri de bulunmaktadır. Tek gövdeli tekneler dışında iki gövdeye sahip katamaranlar ve üç gövdeye sahip trimaranlar çok gövdeli yelkenli tipleridir. Çok gövdeli teknelerde etki eden kuvvetler ve geçerli prensipler aynı olsa da kullanım tekniğinde farklılıklar olabilmektedir

2.8. Parasailing

Bir sürat teknesine halat ile bağlı paraşüt ile gerçekleştirilen aktivitedir. Teknenin ilerlemesiyle havalanan paraşüt yardımıyla havada asılı kalınarak, uçuşa deneyimi yaşanmaktadır.

2.9. Su Kayağı ve Mono Su Kayağı

Dalgasız bir su yüzeyi, bir veya iki kayak, sürat teknesi, halat ve can yeleği gereklidir. Su kayağı bir sürat teknesinin, arkasına halat bağlanarak, ayaklarında kayaklar olan sporcu su üzerinde çektiği bir spordur. İki ayak da bir tek kayak üzerinde bulunuyorsa mono kayak adını alır.

2.10. Wakeboard

Wakeboard su kayağı, snowboard ve sörf tekniklerinin birleşmesi ile gelişmiştir. Wake bir deniz taşıtının hareket halindeyken arkasında yarattığı dalgalı ve köpüklü su izi demektir. Board ise sporcunun üzerinde durduğu ve su üzerinde kayan tahta anlamındadır. Wakeboard bir sürat teknesinin, arkasına halat bağlanarak, ayaklarında board olan sporcu su üzerinde çektiği bir spordur.

2.11. Wakeskate

Wakeboard gibi aynı özelliklere sahiptir. Farklı olarak wakeboard'da snowboard gibi bağlamalar kullanılırken wakeskate yaparken kay kay gibi doğrudan tahtaya bağlanmayıp üzerinde hareket edilebilmektedir.

2.12. Kneboard

Knee diz çökmek, board daha önce değinildiği gibi su üstünde kayan tahta anlamındadır. Su kayağı ve wakeboard gibi bir sürat teknesi tarafından halat yardımıyla çekilerek yapılır. Diğerlerinden farkı tahta üzerine diz çökerek oturulur.

2.13. Wakesurfing

Sürat teknesinin yarattığı dalga üzerinde, dalga sörfü yapılan spor türüdür (brigadewakesurfing.com).

2.14. Hidrofil Su Kayağı

Su kayağı gövdesinin sudan bir miktar ayrılması için geliştirilmiş kanat teknolojisinin su kayağına uygulanması ile geliştirilen ve su üzerinde bir sürat teknesi ile çekilen araçtır (www.nextfoils.com).

2.15. Skurfing

Küçük bir dalga sörfü tahtasının bir sürat teknesinin arkasında çekilmesi ile yapılan spordur.

2.16. Kablolu Su Kayağı ve Wakeboard

Bir sürat teknesi yerine elektrikli telesiyej sistemin çektiği sistemdir. Daha uygun maliyetlerle daha fazla sporcu aynı anda aktivitede bulunabilmektedir. Genelde göl ve göletlerde sistem kurulsa da Samsun'da deniz üzerinde kablolu sistem faaliyet göstermektedir (www.samsunsukay.com).

2.17. Tekne Kiralama

Sürat teknelerinin belli bir süre ile kiralanması ile yapılan aktivitelerdir.

2.18. Amfibi Arabalar

Karada bir araba gibi denizde ise sürat teknesi gibi kullanılabilen araçlardır (www.watercar.com).

2.19. Jet-ski Kiralama

Su jeti itiş sistemi ile çalışan jet-skilerin belli sürelerde kiralanmasıdır. Günümüzde su sporları aktiviteleri arasında en popüler olanlardan biridir.

2.20. Hovercraft

Teknenin altında bulunan hava yastıkları sayesinde hem denizde hem de karada yol alabilen araçlardır (www.hovercraft.com).

2.21. Amfibi Atv

Karada dört tekerliği ile bir atv gibi kullanılan denizde ise tekerlikler kaldırılarak su jeti itiş sistemi ile çalışan bir jet-ski gibi kullanılan araçlardır (www.gibbssports.com).

2.22. Seabreacher

Köpekbalığı, yunus ve katil balina gibi balıkların vücut yapılarından esinlenerek inşa edilen araçlar su jeti ile hareket etmektedirler. Su üzerinde olduğu gibi belli sürelerde su altında da hareket kabiliyetleri vardır (seabreacher.com).

2.23. Flyboard

Jetski türbinine bağlanan bir hortum ile aktarılan jet etkisi ile havalanabilmekte, su altında ve üstünde ilerlenebilmektedir. Ayakların altında bulunan su jeti ilerlemeyi ve havalanmayı sağlarken; kollarda bulunan su jetleri ile yönlendirilmektedir (www.zapata-racing.com).

2.24. Kano

Şişirebilen malzemelerden yapılan veya polyester ve plastik gibi materyallerden üretilen; kürekle yürütülen en yaygın su üzeri araçlarından biridir. Su sporlarında da sıklıkla kullanılmaktadır.

2.25. Deniz Bisikleti

Pedalların çevrilmesiyle ilerleyebilen ve dümen yardımıyla yönlendirilebilen en yaygın su sporları araçlarından biridir. Polyester veya plastik materyallerden yapıp iki veya dört kişilik kapasiteye sahiptirler.

2.26. Shuttle Bike

Standart bir bisikleti yüzdürecek şekilde iki parçadan oluşan yüzdürücü tüplerin alüminyum profiller ile birleştirilmesi ile oluşturulan araçtır. Bisikletin pedalları çevrildikçe aracın pervanesi hareket etmekte ve bisikletin direksiyonu ile araç yönlendirilmektedir (www.shuttlebike.it).

2.27. Su Kuşu (Waterbird)

Zıplama hareketi ile suyun itirme gücünü kullanarak ilerlemeyi sağlamaktadır (www.aquaskipperuk.com).

2.28. Şişme Aktiviteler

Şişirebilir materyallerden yapılan ve bağlı bir halat ile sürat teknesi tarafından çekilen eğlenceye yönelik aktivitelerdir. En çok bilineni banana olmak üzere hamburger, mable, flyer ve flying fish gibi çok çeşitli formlarda olan türleri mevcuttur.

2.29. Şişirebilir Su Kaydıracağı ve Havuzlar

Yatlar için dizayn edilmiş şişirebilir materyallerden yapılan su kaydırakları ve deniz üstünde yer alan havuzlardır. Bunların dışında wakeboard için zıplama amaçlı rampalar da mevcuttur (freestylecruiser.com).

2.30. The Waterblob

Şişirilebilir bir yastık üzerine atlayarak yastığın diğer tarafındaki kişiyi havaya zıplatarak, onun suya dalmasına dayanan bir aktivitedir (www.thewaterblob.com).

2.31. Donanımlı Dalış (Scuba)

Sıkıştırılmış hava ve gaz karışımlarını bir tüp içerisinde muhafaza ederek, su altında da nefes alınabilmesini sağlayan düzeneklerin kullanıldığı dalış türüdür. Bu sayede suyun altında daha uzun süreler kalabilirken hareket serbestliği olması en büyük avantajdır. Güvenlik kurallarına sıkı bir şekilde uyulduğunda su altını güvenle keşfetme olanağını insanlara sunmaktadır. Su sporlarında yaygın olarak kullanılmaktadır.

2.32. SUB (Scenic Underwater Bubbles)

İnsan başını bir fanus içine alan moped benzeri taşıta dalış tüplerinin bağlanmasıyla su altında nefes alma imkanı sağlayan araçtır. Herhangi bir eğitim ve tecrübe gerektirmemektedir (<http://www.stuartcove.com>).

2.33. Deepflight Super Falcon

Rekreasyonel amaçlarla için kullanılan, iki kişilik denizaltıdır (www.deepflight.com).

2.34. Seabob

Su altında ve su üstünde ilerlemeyi sağlayan jet itiş sistemi ile çalışan araçtır (www.seabob.com).

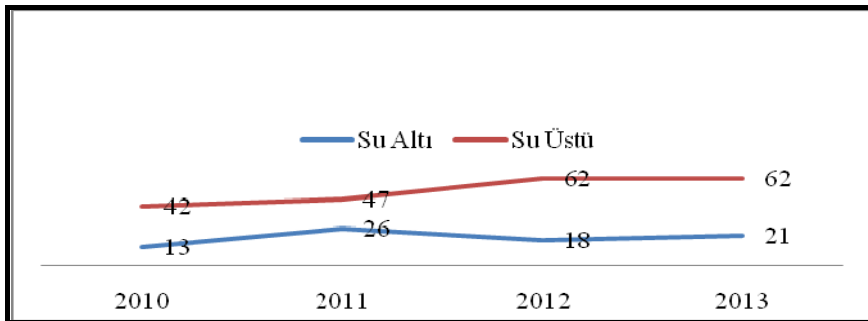
2.35. Snuba

Hava tüplerinin su üstünde yüzer bir platform üzerinde bırakarak hortum yardımıyla su altında nefes almayı sağlayan araçtır (http://www.snuba.com).

3. İZMİR'DE SU SPORLARI FAALİYETLERİ

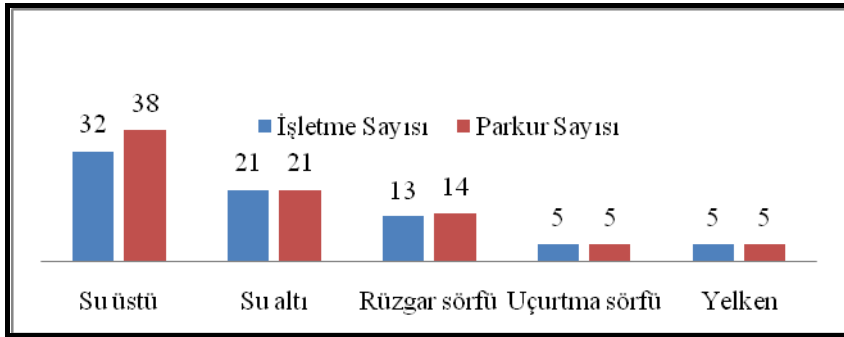
2013 yılında İzmir il sınırları içersinde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi verilmiş toplam 63 firma su sporları işletmesi olarak faaliyet göstermiştir. Bazı işletmeler birden fazla parkurda faaliyette iken bazı işletmeler birden fazla su sporları türünde iş yapmaktadır.

İzmir'de 2010 yılında 13 dalış parkuru 42 su üstü parkuru varken, 2011 yılında dalış parkuru sayısı 26'ya su üstü parkuru 47'ye yükselmiş, 2012 yılında dalış parkuru sayısı 18'e düşerken su üstü parkuru sayısı 62'ye ulaşmış, 2013 yılında dalış parkuru 21 olurken su üstü parkuru yine 62 olmuştur (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013).



Şekil 3. İzmir'de Yıllara Göre Deniz Turizmi Araçları İşletme Belgesi Verilen Parkur Sayıları

Su sporları eğlence amaçlı su üstü faaliyetleri, su altı dalış faaliyetleri, rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü ve yelken aktiviteleri olarak beş ayrı grupta kategorize edilmektedir. İzmir'de eğlence amaçlı su üstü faaliyetinde 32 işletme 38 ayrı parkurda, su altı dalış alanında 21 işletme 21 ayrı parkurda, rüzgâr sörfü alanında 13 işletme 14 ayrı parkurda, uçurtma sörfü alanında 5 işletme 5 ayrı parkurda, yelken alanında 5 işletme 5 ayrı parkurda faaliyet göstermiştir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013).

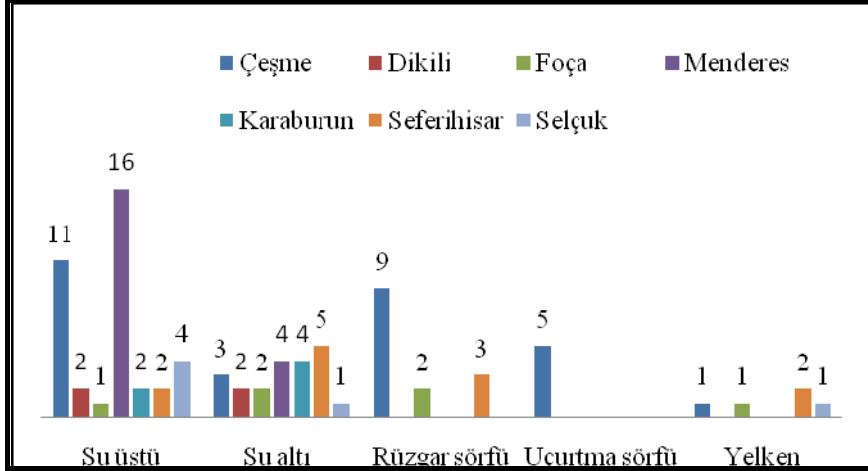


Şekil 4. 2013 Yılı İzmir'de Belgelenen Turizm Amaçlı Su Sporları İşletme ve Parkur Sayıları

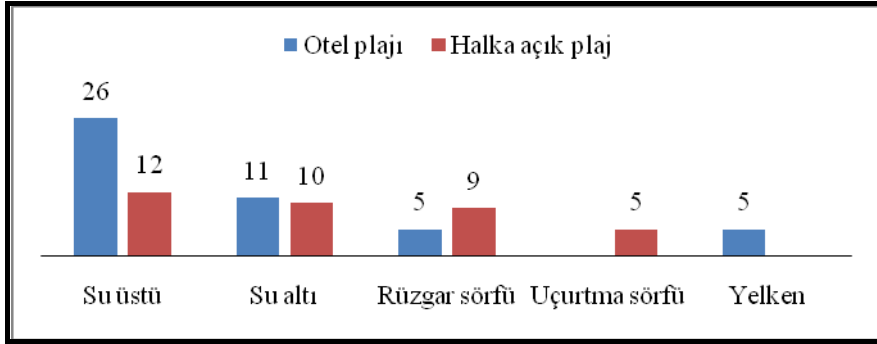
2013 yılında su üstü sporları en fazla 16 ayrı parkur ile Menderes'te yapılmıştır. Bunun nedeni otellerin Menderes kıyı şeridinde toplanmasıdır. Menderes'i 11 parkur ile Çeşme, 4 parkur ile Selçuk, 2'şer parkur ile Seferihisar, Dikili ve Karaburun ve 1 parkur ile Foça ilçeleri takip etmektedir. Su altı dalış faaliyeti, 5 parkur ile en fazla Seferihisar'da, 4'er parkur ile Menderes ve Karaburun'da, 3 parkur ile Çeşme'de, 2'şer parkur ile Dikili ve Foça'da ve 1 parkur ile Selçuk'ta yapılmaktadır. Rüzgâr sörfü faaliyeti 9 parkur ile Çeşme'de, 3 parkur ile Seferihisar'da, 2 parkur ile Foça'dadır. Çeşme'deki rüzgâr sörfü faaliyetinin hepsi Alaçatı'da yapılmaktadır. Uçurtma sörfü faaliyetinin hepsi de 5 ayrı parkur ile Alaçatı'dadır. Yelken faaliyeti 2 parkur ile Seferihisar'da, 1'er parkur ile Çeşme, Foça ve Selçuk'ta görülmektedir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013). Aliağa, Menemen, Karşıyaka, Bayraklı, Konak, Balçova, Narlıdere, Güzelbahçe ve Urla ilçelerinin denize kıyısı olmasına rağmen 2013 yılında turizm amaçlı sportif faaliyetinde bulunulmamıştır.

2013 yılı İzmir deniz turizmi verileri incelendiğinde 26 su üstü sporları işletmesi otellerden kiralanmış yerlerde, 12 işletme halka açık plajlarda, su altı faaliyetinde ise 11 işletme otel içinde iken 10 işletme plajlarda, 5 rüzgâr sörfü işletmesi otelde iken 9 rüzgâr sörfü işletmesi ve 5 uçurtma sörfü işletmesi Alaçatı'da herkese açık alanda faaliyet

göstermektedir. Yelken eğitimi veren işletmeler ise sadece otel içinde faaliyet görmektedirler (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi Verileri, 2013).



Şekil 5. 2013 Yılı İzmir'de Su Sporları Türlerinin İlçelere Dağılımı



Şekil 6. 2013 Yılı Su Sporları Faaliyet Gösterme Yeri

4.SORUNLAR

Su sporlarının gelecekte de yapılabilmesinin en önemli ön koşulu çevre temizliğidir. Hiç kimse pis bir su da spor yapmak istemeyecektir. İzmir kenti aşırı nüfus artışı, altyapı yetersizliği ve hızlı sanayileşmeden kaynaklanan hava, su ve toprak kirliliği ile körfezde deniz kirliliği sorunlarıyla karşı karşıya bulunmaktadır. Düzenlenemeyen bir şehirleşme, kanun ve yönetmeliklerin uygulanmasında karşılaşılan güçlükler ve çevre bilincinin eksiliği nedeniyle çevre kirliliği gittikçe

artmaktadır(<http://web.deu.edu.tr/atiksu/ana58/sorun2.html>). Günümüzde İzmir Körfezi içindeki denizlerde turizm amaçlı su sporları faaliyetlerinin olamamasının en büyük nedenlerinden biri çevre kirliliğidir. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin yürüttüğü "yüzülebilir körfez projesi" tamamlanınca gelecekte körfez içinde de su sporları imkânı olacak diye umut edilmektedir (www.izmir.bel.tr).

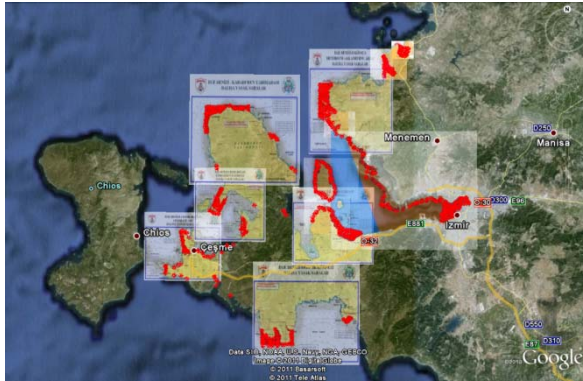
Su sporlarının geliştirilmesine ilişkin olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1997 yılında uygulamaya konulan "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği" günün şartlarında yeterli değildir bundan dolayı daha etkin ve vizyonu olan bir yönetmelik hazırlanmalıdır (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013: 245).

Deniz Turizmi Araçları İşletmesi Belgesi alan işletme kendine gösterilen alanda çalışmaya başladığı an işyeri olarak Maliye Bakanlığı'nın vergi dairesince adres olarak belgelenir ancak yine aynı bakanlığın mal müdürlüğüne göre işgalcidir ve cezalandırılır. Bunun yanında ilgili belediyeden işyeri açma ve çalışma ruhsatı alınmasında mevzuattaki boşluklar nedeniyle zorluklar çıkmaktadır. Su sporları araçları kendilerine ayrılan kulvarlardan çıkış yapmak zorunda olup, kamunun yararlanmasına açık işletmelerdir. Bundan dolayı buldukları noktalarda yasallaşmaları gereklidir (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013: 260).

2006 yılında yapılmış "Rüzgâr Sörfünün Yayılması Açısından, Sörf Tüketicisinin Profiline Belirlenmesi ve Sörf Okullarının Önemi" isimli çalışmada Alaçatı'daki rüzgâr sörfü okullarında çalışan eğitimcilerin çoğunluğunun herhangi bir sertifikasının olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca denetimlerin yetersiz olduğu ve bu durumun düzeltilmez ise ülkemiz turizmi ve rüzgâr sörfü sektörü açısından olumsuz sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir (Sönmez, 2006: 77). 2011 yılına kadar VDWS eğitim belgeleri ile veya eğitim belgesiz rüzgâr sörfü eğitimleri verilirken 2011 yılından itibaren TUYEP bünyesinde eğitim belgeleri verilmeye başlamıştır. TUYEP, Türkiye Yelken Federasyonu'nun Uluslararası Yelken Federasyonları Birliği (ISAF) ile işbirliği yapılarak oluşturulan ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından onaylı Türkiye Ulusal Yelken Eğitim Programı'dır. Bu program yelken alanında öğretici - antrenör farkını getirmektedir. Öğretici turizm amaçlı yelken faaliyetlerinde eğitimci olarak çalışırken antrenör yarış amaçlı spor kulüplerinde eğitimci olarak bulunmaktadır fakat her antrenör aynı zamanda öğretici olarak da eğitimler verebilecektir. TUYEP bünyesinde açılan kurslarla rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü ve dingi alanlarında eğitim belgeleri verilmektedir (www.tyf.org.tr/Content/370/tuyep-ilanlari).

Alaçatı Koyu'nun içindeki yapılaşmalar rüzgârın ve dalganın özelliklerini olumsuz yönde değiştirmekte ve alan olarak sörfçülerin alanını daraltmaktadır. Koy içinde daha geniş alanlara yayılması gereken sörf tesis ve alanları gereken desteği bulamadığından dolayı genişleyememektedir. Alan zaman zaman, yer bakımından yetersiz kalmaktadır. Alaçatı Koyu'nda sörf yapan kişi sayısının hızlı bir şekilde artması sonucu, sörf yapılan alanda tehlikeli olaylar ve durumlar meydana gelmektedir (Dere, 2010: 44).

Dalış alanlarının belirlenmesine ilişkin olarak, turistik bölgelerdeki popüler dalış alanları süratle belirlenerek koruma altına alınmalı, bu bölgelerde su ürünleri avcılığı yasaklanmalıdır. Ayrıca deniz haritalarına da işlenerek güvenlik sağlanmalıdır (Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Denizcilik Çalışma Grubu Raporu, 2013: 260). İzmir'de ise dalış alanları kısıtlıdır. Çeşitli nedenlerle İzmir çevresindeki denizler dalışa yasak alan olarak ilan edilmiştir (dalisayasak.wordpress.com/duyuru/dalisa-yasaklar-sehri-izmir).



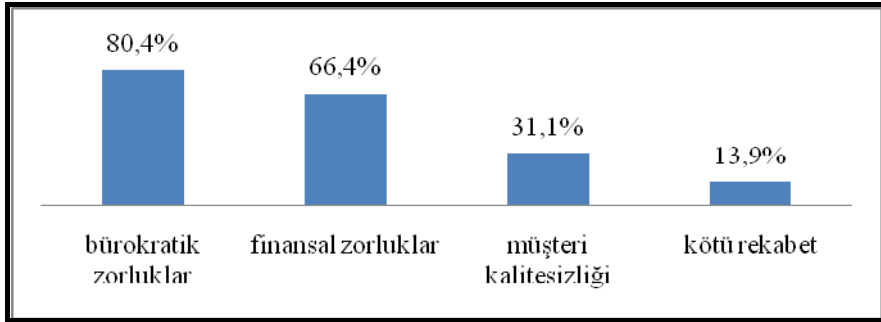
Şekil 7. İzmir'de Dalışa Yasak Alanlar

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından İzmir'de dalış alanlarının genişletilmesi amacıyla Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne yazı yazılmıştır ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından belgelendirilen dalış okullarının, İzmir il sınırları içerisinde dalışa yasak alanlar dışında her yerde dalış yapabilmesi imkânı sağlanmıştır.

Dünya'da CMAS, PADI ve SSI gibi dalış eğitim sistemleri bulunmaktadır. Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu sadece CMAS eğitim sistemini kabul ederken diğer eğitim sistemlerini göz ardı etmektedir. PADI ve SSI dalgıçlarının yabancı uyruklu olanlarının ülkemizde dalmasına müsaade edilmekte fakat Türk olanlarına izin

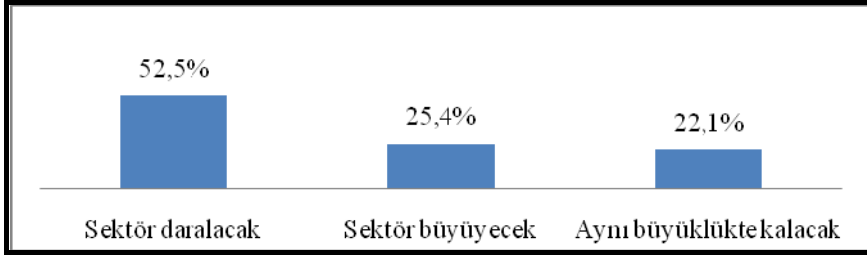
verilmemektedir. PADI ve SSI belgelerine sahip Türklerin dalış yapabilmeleri için federasyondan “Dalıcı İzin Belgesi” adı altında bir belge almak zorunluluğu getirilmiştir. Her yıl 400 e yakın ticari dalış merkezinin her biri yetki belgesi, eğitimlik harcı, rehberlik harcı gibi milyarlarca lira harcın haricinde ayrıca verdiği her sertifika için de federasyona yüklü miktarda ödeme yapmakta, bütün bunlara ilave olarak bir başka sistemin eğitimini verirse de ayrıca dalıcı izin belgesi satın almak zorunda bırakılmaktadır (www.tdmb.biz/kurulusbildirgesi.htm).

Antalya ilinde su sporları alanında faaliyet gösteren 122 işletmenin karşılaştıkları problemleri ortaya koyan bir çalışmada, işletmelerin %87,7'si kuruluş ve işletme faaliyetleri esnasında çeşitli zorluklar ile karşılaştıklarını belirtirken işletmelerin %80,4'ü bürokratik, %66,4'sı finansal, %31,1'i müşteri kalitesizliği, %13,9'u ise kötü rekabetin varlığı gibi zorluklar ve olumsuzluklar yaşadıklarını belirtmişlerdir (Turgut ve Ardahan, 2013: 10).



Şekil 8. Antalya'da Su Sporları Sektöründe Karşılaşılan Problemler

Aynı çalışmada katılımcıların % 52,5'i gelecekte su sporları sektörünün daralacağını tahmin ederlerken, sektörün büyüyeceğini %25,4'ü, sektörün aynı büyüklükte kalacağını ise % 22,1'i beklemektedir. Katılımcıların yarıdan fazlasının su sporları sektörünün gelecekte daralacağı beklentisine sahip oldukları görülmektedir. Bu durum işletmelerde geleceğe yönelik kaygıların bulunduğunu göstermektedir (Turgut ve Ardahan, 2013: 10).



Şekil 9. Su Sporları Sektörünün Gelecekteki Görünümü

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Su sporları sektörünün varlığı, sırf eğlence amaçlı olarak görülmemeli, insanlara deniz sevgisini ve denizcilik bilgisini veren ve deniz kültürünü yaratan bir faaliyet olarak değerlendirilmelidir. Denizci bir millet olmayan Türkiye'nin denizci bir millet olma yolunda adım atacağı alanlardan biri de su üstü ve su altı sportif faaliyetlerdir.

Çevre ve deniz kirliliğinin önlenmesi sadece su sporları açısından değil insanlık için önemsenmesi gereken bir konudur. Deniz kirliliğinin asıl nedeninin, denizden gelen kirleticilerden çok karasal kaynaklı olduğu bilinmektedir. Su sporlarının bir geleceği olabilmesi için çevreyi temiz tutmak amacıyla topyekûn önlemlerin alınması ve var olan çevre planlarının uygulanmasına sadık kalınması gerekmektedir.

Bürokratik zorluklar su sporları işletmelerinin önemli bir problemidir. Bir su sporları işletmesi olarak faaliyet gösterebilmek için Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'ndan, Maliye Bakanlığı'ndan, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'ndan, bağlı bulunulan belediyelerden, ilgili federasyonlardan ve faaliyette bulunulan tesisten izin ve evraklar toplanmalıdır. Belgelendirildikten sonra da yukarıda sayılan kurumlar yanında kolluk kuvvetleri olarak denizde Sahil Güvenlik veya Deniz Polisi'nin; karada Polis veya Jandarma'nın denetimine tabi olunmaktadır. Bu farklı kurumların bazen birbirleriyle çatışan farklı mevzuatları olduğu gibi çoğu durumda yürürlükteki mevzuat su sporlarını düzenlemek için yetersiz kalmaktadır. Bu açıdan su sporlarının düzenleyen mevzuat yeniden ele alınmalı, günümüzde gelişen teknoloji ile ortaya çıkan yeni ve farklı su sporlarını da kapsayacak şekilde geliştirilmelidir.

Denetim yapılmaması su sporları için bahsedilen bir diğer konudur. Sezon başında su sporları işletmeleri tarafından tüm kurallara uyulurken sezon ortasında kurallar esnetilmektedir. Sezon ortasında da

sahil güvenlik haricinde denetim olmamaktadır. İlgili kurumların denetim yapamamasındaki en önemli nedeni, kurumca denetim yapacak memurlara hizmet aracı tahsil edilmemesidir. Tüm İzmir sahillerine dağılmış olan su sporları işletmelerinin hizmet kalitelerini en üst seviyede tutabilmek için kalite standartları oluşturulmalı ve güvenlik standartlarının sezon boyunca aynı seviyede olması için denetimlerin artırılması gerekmektedir.

Finansal zorluklar su sporları işletmeleri için öne sürülen bir başka konudur. Bir otel plajında su sporları faaliyetinde bulunmak için otel işletmecisine yüklü miktarda kira ödenmelidir. Aynı şey kamu arazileri için de geçerlidir. Su sporlarında kullanılan malzemelerinin çoğu da yurtdışında geliştirilmekte üretilmekte ve Türkiye'ye ithal edilmektedir. Bu malzemelerin bakım, tutum ve tamir masrafları da yüksek meblağları tutmaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı su sporları ürünlerinin fiyatları da yüksek olmaktadır. Su sporları faaliyetlerinin pahalı olması su sporları faaliyetlerinin geniş kitlelere ulaşmasında bir engeldir. Bundan dolayı su sporları da turizmi teşvik kapsamına alınmalı ve su sporlarında kullanılacak malzemelerin Türkiye'de üretimi teşvik edilmelidir.

Sezonun kısa olması su sporları işletmeleri için yukarıda sayılan yüksek yatırım maliyetlerine karşın sağlanacak satışın dolayısıyla gelirin kısıtlı olmasına neden olmaktadır. Tatil beldelerinde yerli turist sezonu üç ay iken yabancı turist sezonu altı ay sürmektedir. Son birkaç sezonda ramazan aylarının sezon içine denk gelmesi yerli turist talebini düşürürken, yurt dışında görülen ekonomik kriz yabancı turist talebini negatif etkilemektedir. Turizm sezonunu tüm seneye yaymak için gerekli önlemler alındığı takdirde su sporları işletmeleri de bundan yarar görecektir.

Her şey dâhil sistemi, Türk turizm pazarlamasında ana eksen olarak yer almaktadır. Türkiye'de otel sayısının hızla artmasıyla artan rekabet ve yabancı tur operatörlerinin otellerden çok uygun fiyatlarda oda satın almaları neticesinde yurt dışında Türk otelleri ekonomik fiyatlara satılmaktadır. Her şey dâhil sistemi ile tatillerini oldukça düşük fiyatlara satın alan yabancı müşteriler, su sporları gibi ekstra ödemeli ürünlerin fiyatlarını yüksek bularak bunları satın almamaktadır. Bu durum otel ve tatil köylerinde faaliyet gösteren su sporlarına olan talebi olumsuz etkilemektedir. Bu açıdan her şey dâhil sisteminin gözden geçirilmesi ve yurtdışında farklı pazarlama araçları denenmelidir.

Kalifiye eleman sıkıntısı su sporları için önem arz etmektedir. Bu sektörde çalışabilmek için en az gemici belgesi, gümüş cankurtaran

belgesi, su üstü sporları için rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü veya dingi eğitmen belgeleri, su altı için iki yıldız eğitmen belgesi ve rehber balık adam sertifikası gibi yüksek maliyetli sertifikalar gereklidir. Kalifiye eleman sıkıntısı vardır çünkü su sporları işletmeleri sahipleri diğer masraflardan kısımadıkları için insan kaynakları maliyetini düşürmeye çalışmaktadırlar. Bundan dolayı işletme sahipleri, düşük maaşlarla eğitimsiz elemanları çalıştırmak istemekteler ve her çalışanın SGK kayıtları yapılmamaktadır. Çalışanların genel maaş seviyeleri zaten düşük iken maaşları biraz fazla olanların resmi belgelerde asgari ücret üzerinden gösterildikleri geri kalan bakiyenin açıktan veya prim şeklinde ödendiği sektör çalışanları tarafından bilinmektedir. İşin sezonluk olması, zor şartlar altında çalışılması ve sezon boyunca barınma şartlarının kaliteli olmaması nedeniyle kalifiye elemanlar uzun süreler bu sektörde çalışmak istememekteler dolayısıyla eleman devir oranları artmakta ve hizmet kalitesi düşmektedir. Hizmet kalitesini arttırmak için uzun sürelerde kalifiye eleman çalıştırmaya yönelik önlemler alınmalıdır.

Alaçatı Körfezi çevresindeki yapılaşma hızla sürmektedir. Alaçatı'yı Alaçatı yapan rüzgâr, körfez çevresindeki marina, yazlık konut ve otel binalarından etkilenmektedir. Marina giriş çıkışlarında da tekneler kılavuz işaretlerine ve hız sınırlarına uymamakta, yol hakkı olan rüzgâr sörflerine yol verilmemektedir. Bu ihlaller çatışma tehlikesi yaratmaktadır.

Yurt dışından gelen turistler daha çok PADI dalış sistemini kullanırken Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu ise sadece CMAS sistemini temel almaktadır. Bu ikili durumu ortadan kaldırmak için turizm amaçlı ticari dalış merkezleri ile sportif dalış kulüpleri ayrı ayrı değerlendirilmelidir.

KAYNAKLAR

AMATÖR SUALTI AVCILARI DERNEĞİ,
<http://dalisayasak.wordpress.com/duyuru/dalisa-yasaklar-sehri-izmir/>

Erişim Tarihi: 09.01.2014.

AQUASKIPPER UK, <http://www.aquaskipperuk.com> Erişim Tarihi:
09.01.2014.

BRIGADE WAKESURFING CO, <http://brigadewakesurfing.com> Erişim
Tarihi: 09.01.2014.

CAYAGO AG, <http://www.seabob.com>, Erişim Tarihi: 03.01.2014.

DEMİRKAN, M., TEKİN, A., ZORBA, E., CEYLAN, Ö., MÜFTÜLER, M. (2006) Spor Turizmi: Gökova Körfezi'nde Su Sporlarına Uygun Yeni Alanların Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *9. Spor Bilimleri Kongresi*, 3-5 Kasım 2006, Muğla Üniversitesi, Muğla.

DERE, K. G. (2010) *İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma*, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

DEU MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ ÇEVRE MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ İZMİR'İN GENEL ÇEVRE SORUNLARI
<http://web.deu.edu.tr/atiksu/ana58/sorun2.html>, Erişim Tarihi:09.01.2014

FREESTYLE SLIDES INC., <http://freestylecruiser.com>, Erişim Tarihi:
01.01.2014

GIBBS SPORTS AMPHIBIANS INC., <http://www.gibbssports.com>,
Erişim Tarihi:01.01.2014

HAWKES OCEAN TECHNOLOGIES, <http://www.deepflight.com>,
Erişim Tarihi: 03.01.2014.

INNESPACÉ PRODUCTIONS INC., <http://seabreachér.com>, Erişim
Tarihi: 01.01.2014.

İMEAK DENİZ TİCARET ODASI, (2012) Deniz Sektörü Raporu,
http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/sectorraporu/İMEAK_DENİZCİLİK_SEKTÖR_RAPORU_TR.pdf Erişim Tarihi:
07.12.2013.

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, www.izmir.bel.tr, Erişim Tarihi: 09.01.2014.

İZMİR İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ, *Deniz Turizmi Verileri*, <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77204/ekim-2013.html> Erişim Tarihi: 08.01.2014.

NEXT FOILS MANUFACTURING, <http://www.nextfoils.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014.

OY KITEWING SPORTS AB, <http://www.kitewing.com>, Erişim Tarihi: 09.01.2014.

PAKER, S. (2013) Denizde Sportif Faaliyetler, *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi* (Ed. Cerit, G., Deveci, A. ve Esmer, S.) Beta Yayınları: İzmir.

SAMSUN SU KAYAĞI MERKEZİ, <http://www.samsunsukay.com>, Erişim Tarihi:01.01. 2014

SHUTTLE BIKE KIT, <http://www.shuttlebike.it>, Erişim Tarihi: 01.01.2014

SKIM ONLINE, <http://skimonline.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014

SNUBA INTERNATIONAL INC, <http://www.snuba.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014

SÖNMEZ, U. (2006) *Rüzgâr Sörfünün Yayılması Açısından, Sörf Tüketicisinin Profilinin Belirlenmesi ve Sörf Okullarının Önemi*, Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

STUART COVE, <http://www.stuartcove.com>, Erişim Tarihi: 09.01.2014

THE WATER BLOB INC., <http://www.thewaterblob.com> Erişim Tarihi: 01.01.2014.

TİCARİ DALIŞ MERKEZLERİ DERNEĞİ, <http://www.tdmb.biz/kurulusbildirgesi.htm>, Erişim Tarihi: 06.01.2014.

TURGUT, T., ARDAHAN, F. (2013) Suya Dayalı Rekreasyon İşletmelerinin Profilleri: Antalya Örneği, *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4 (1), s:1-15.

TÜRKİYE YELKEN FEDERASYONU, TUYEP NEDİR?
<http://www.tyf.org.tr/Content/370/tuyep-ilanlari>, Erişim Tarihi:
06.01.2014.

ULAŞTIRMA DENİZCİLİK VE HABERLEŞME BAKANLIĞI (2013),
11. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Şurası, Denizcilik Çalışma
Grubu Raporu, <http://www.ulastirmasurasi.gov.tr/assets//Denizcilik.pdf>,
Erişim Tarihi: 07.12.2013.

UNIVERSAL HOVERCRAFT of AMERICA, INC.,
<http://www.hovercraft.com> Erişim Tarihi: 09.01.2014.

WATERCAR INC., <http://www.watercar.com>, Erişim Tarihi: 01.01.
2014.

ZAPATA RACING, <http://www.zapata-racing.com>, Erişim
Tarihi:01.01.2014.

Yayın Geliş Tarihi : 29.03.2014
Yayına Kabul Tarihi :14.11.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:49-69
ISSN: 1309-4246

YAT SATIN ALMA KARARINDA YAT TİPİ TERCİHİ: İC ÇEŞME MARİNA'DAKİ YAT SAHİPLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Nur KAN¹
Selçuk NAS²

ÖZET

Son yıllardaki ekonomik büyümelere paralel olarak yat satın alma taleplerinde artışlar olmuştur. Lüksün ve zenginliğin bir simgesi olan yatlar, itici kuvvetleri açısından yelkenli ve motor yat olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu çalışmada, satın alma sürecinde yat tipi seçimini etkileyen değişkenler belirlenmiştir. Araştırma verileri IC Çeşme Marina'da yatlarını bağlayan ve kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen yat sahipleri ile yüz yüze görüşme yapılarak toplanmıştır. Veri toplama sırasında yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak satın alma sürecinde yat tipi tercihini etkileyen değişkenler tespit edilmiştir. Ayrıca, motor yat tercih edilmesinde hız ve konfor ön plana çıkan sebepler olarak bulunmuştur. Diğer taraftan yelkenli yat karında "yelken ile seyir yapmak" en önemli tercih sebeplerinden biri olarak bulunmuştur. "Yat konforu" değişkeni her iki yat tipi için ortak bir yat tipi karar kriteri olarak bulunmuştur. Ek olarak, yelkenli yat sahipleri "tekne maliyetine" de önem verdikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Satın alma kararı, motor yat, yelkenli yat.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, nurozdelibas@hotmail.com

² Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, snas@deu.edu.tr

**YACHT TYPE PREFERENCE IN YACHT PURCHASE DECISION:
A CASE STUDY THROUGH YACHT OWNERS AT IC CESME
MARINA**

ABSTRACT

During the recent years, in parallel with economic growth, purchasing demand of yachts has been increased. Yachts, a symbol of luxury, wealth and prosperity, are divided into two types as sailing yachts and motor yachts in terms of driving force. In this study, the variables, affecting the yacht type choosing in the purchasing process, were determined. Research data were collected using face-to-face interview method with yacht owners who had been determined by the convenience sampling method and those who moor their yachts in IC Cesme Marina. A structured interview form was used during the data collection. Obtained data were analyzed by content analysis method. As a result, variables, affecting the yacht type decision in the purchasing process were determined. Also it was found that speed and comfort were the outstanding reasons for the choosing of motor yachts. On the other hand, "cruising under sail" was found to be one of the most important preference reasons of the sailing yacht decision. The variable of "comfort of the yacht" was found as a common yacht type decision criterion for both yacht types. In addition sailing yacht owners were also detected to give great importance to "the cost of the yachts".

Keywords: *Purchasing decision, motor yacht, sailing yacht.*

1. GİRİŞ

Solomon (2007), insanların satın alma davranışlarında malların temel fonksiyonlarından ziyade içerdikleri anlam nedeniyle tercih ettiğini belirtmektedir. Bu davranış insanların mal ya da hizmetlerin temel fonksiyonuna değer vermediği anlamına gelmemektedir. Ama insanların mal ve hizmete yükledikleri anlamların fonksiyonlarından daha farklı bir önemi olduğunu göstermektedir.

Mal ve birey arasında kurulabilecek ilişkiler aşağıda belirtilmiştir (Solomon, 2007: 14-15):

- Benlik kavramı ile bağlantı: Mal, kullanıcının kimliğini ifade etmesine yardımcı olur,
- Nostaljik bağlantı: Mal, bireyin geçmişinden bir şeyler hatırlatır,

- Karşılıklı bağımlılık: Mal, kullanıcının günlük faaliyetlerinin bir parçasıdır ve
- Sevgi: Mal, sıcaklık, ihtiras ya da benzeri güçlü duygular sağlar.

Tüketici bir malı satın alırken birçok zihinsel süreçten geçer. Bu zihinsel süreç aslında bir karar verme sürecidir. Buradaki satın alma karar süreci, bir işletmenin veya bir örgütün karar verme sürecinden farklı olup, bireyseldir ve tam olarak rasyonel olması da beklenemez. Tüketicilerin mal veya hizmet satın alma kararları aslında onların geliştirmiş olduğu karar verme stili ile ilgilidir. Bireyler karar verme eylemi sırasında, daha önceden geliştirdikleri, kişilik, algılar, etik ve değerler ve risk davranışı gibi iç faktörler (Rolinson, 2002: 269) ve çevresel faktörden (Harrison, 1992: 86) etkilenebilen alışkanlıklar edinirler. Bu alışkanlıklar bireyin karar verme stilini oluşturmaktadır (Nas, 2006: 66). Sproles ve Kendall (1986) satın alma kararları ile ilgili olarak bireylerin geliştirdikleri karar verme stillerini sekiz farklı faktör altında değerlendirmektedir. Bunlar; mükemmeliyetçi, marka yönlü, yenilikçi, eğlence ve fayda yönlü, fiyat yönlü, içtepesel-dikkatsiz, çok seçenek kargaşası, alışılmış marka yönlü karar verme stilleridir. Canabal (2002) ise literatürdeki satın alma karar stilleri üzerinde yapmış olduğu çalışmalar ile bireylerin geliştirdikleri karar verme stillerini beş faktör altında özetlemiştir. Bunlar; marka, yüksek kalite yönlü-mükemmeliyetçi, çok seçenek kargaşası, iç tepisel-markaya aldırmayan, eğlence amaçlı karar verme stilleridir.

Yaşam tarzı, kişinin parasını ve zamanını nasıl harcadığıyla ilgili satın alma kararlarını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Yaşam tarzı tüketici tercihlerinin şekillenmesi ve bu tercihlerle ilgili gerekli tahminlerin yapılmasını sağlamaktadır. Tüketicilerin ürün özellikleriyle ilgili tercihleri, ürünlerin rasyonel ya da duygusal özellikleri arasında seçim yapmaları ve bu özelliklerden birine daha çok önem vermeleriyle ilgilidir. Tüketiciler; yaşam tarzları, buldukları sosyal sınıf ve taşıdıkları değerlere göre bu özellikleri farklı şekillerde değerlendirir ve tercihlerini bu doğrultuda yaparlar. (Çelik, 2008) Hatta yaşam tarzı bireyin sosyal sınıfı ya da kişiliğinden daha fazlasıdır. Aynı sınıftan ve mesleklerden gelen bireylerin çok farklı yaşam tarzları olabilir. Tüketicinin temel faaliyet(iş, hobi, alışveriş, spor, sosyal olaylar), ilgi (yiyecek, moda, aile, boş vakitleri değerlendirme, fikir (kendileri hakkında, sosyal hususlar, iş, ürünler) boyutlarının ölçülmesini gerektirir.

Tüketicilerin satın alma davranışları üründen ürüne farklılık gösterir (Yükselen, 2006: 111). Kotler (2000), tüketici satın alma davranış türlerini; karmaşık satın alma davranışı, çelişki azaltıcı satın alma davranışı, alışkanlığa dayalı satın alma davranışı, değişiklik arayan satın alma davranışı olarak sınıflandırmaktadır. Satın alma sürecinde ürün pahalı ve riskli ise, sık sık satın alınmıyorsa ve fertle özdeşleşme ihtimali yüksek ise tüketicinin merak ve ilgisi daha çok olmaktadır.

Tüketici tercihleri ürünlerin faydacı (utilitarian) ve hazsal (hedonic) özelliklerine göre şekillenmektedir (Köker ve Maden, 2012). Hazsal ürünler daha çok deneyimsel tüketim, eğlence, zevk ve heyecan sağlarlarken (örneğin, moda giysiler, spor arabalar, lüks saatler vs.), faydacı ürünler ise temelde yararlı ve fonksiyonellerdir (örneğin, mikrodalgalar, minivanlar, kişisel bilgisayarlar vs.).

Otomobil, mücevher, özel günlerde giyilen elbiseler, bilgisayar, dizüstü bilgisayar, parfüm gibi birim fiyatı yüksek olan, tüketiciyi markasıyla cezbeden ve ayırıcı bir özelliği bulunan, genelde prestij taşıyan ürünler özellikli ürün kategorisine girmektedir. (Tıgılı ve Akyazgan, 2003: 3). Otomobiller gibi tekneler de hem somut, hem de soyut ürün özelliklerini içeren ve bu özelliklerinin herhangi birinin tüketiciye göre baskın değerli olmasından dolayı tercih edilen ürünlerden sayılabilir.

Yat satın alanlar yat tipleri arasındaki tercihlerinde; lüks satın alma kararlarını etkileyen dizayn, sağlamlık, konfor, genişlik, hız vs gibi hazsal niteliklere önem verdikleri kadar, aktivite olarak yapılması, hobi ve spor olarak yapılması, prestij sağlması vs gibi faydacı özelliklere önem verdikleri tahmin edilmektedir. Bu farklı faktörler ürün değerlendirmelerinin bağımsız öğelerini gösterir ve ürünler arasında ürünlerin göreceli hazsal ve faydacı yapısına göre tüketicilere ayırım yapma olanağı vermektedir (Wertenbroch ve Dhar, 2000: 60). Bu çalışmada bireysel satın alma kararı konusu son derece sınırlandırılarak, tekne sahiplerinin tekne satın alırken seçtikleri tekne tipini, neden motor yat veya neden yelkenli yat olarak belirledikleri sorgulanmıştır. Buradaki karar sadece iki seçenek arasında yapılan karar verme davranışıdır. Bu davranışa etki eden faktörlerin neler olduğu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Araştırma, konunun literatürde ilk defa ele alınması sebebiyle, tüketici davranışları konusundaki temel modellerden bağımsız bir şekilde tasarlanmıştır. Bu yönü ile araştırma keşfedici nitelikte olup, yat satın alma konusundaki tercih kriterlerinin ne olduğu sorusuna cevap aranmıştır.

2. BİR ÜRÜN OLARAK YATLAR, TÜRLERİ VE ÖZELLİKLERİ

Deniz turizminin önemli bir yatırım araçlarından biri olan yat, Dutch denizcilerin 1660 yılında Amsterdam'da kaçakçıları kovalamak için kullanmış oldukları teknelere verilen "jagtschippen" kelimesinden gelmektedir. Kelime kök olarak "jagen" ve "schip" kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. "Jagen" kelimesi kovalamak, "schip" ise gemi anlamına gelmekte olup, "jagtschippen" kelimesi "kovalama gemisi" anlamındadır (URL 1, 2014). Bu kelime "avcı gemisi" (Kültür ve Turizm Bakanlığı YTMP, 1992: 13) anlamında da kullanılmaktadır.

Türkiye'de yat kelimesinin hukuksal düzenlemelerdeki tanımlarına bakılacak olursa şu tanımlarla karşılaştırılır:

Kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, ticarî olarak veya ticarî olmadan gezi ve spor amacıyla kullanılan, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen veya kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak şartıyla taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeyen ve tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen gemidir (2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu)

Gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır. (24.07.2009 Resmi Gazete, Deniz Turizm Yönetmeliği)

Yatları kullanım amacına göre sınıflandırarak tanımlayan ilk yasal düzenleme 04.08.1983 tarih ve 18125 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Yat Turizmi Yönetmeliğidir.

"Yat" deyimi; yat tipinde inşa edilmiş, gezi ve spor amacıyla yararlanılan, taşıyacakları yatçı sayısı 36'yı geçmeyen, yük veya yolcu gemisi niteliğinde olmayan, tonilato belgelerinde "Ticari Yat" veya "Özel Yat" olarak belirtilen deniz araçlarını içermektedir.

Yat Turizmi Yönetmeliğinde görüldüğü gibi yatlar, ticari ve özel yat olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu yat tiplerine ait tanımlamaların ise 31.07.2002 tarih ve 24832 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gemiadamları Yönetmeliğinde yayınlandığı görülmektedir.

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 on ikiyi (dâhil) ya da kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden daha fazla uzaklaşmamak şartıyla, taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı (dâhil) geçmeyen ve tonilato belgesinde ticari yat olduğu belirtilen gemiyi ifade etmektedir.

Özel Yat; yat tipinde inşa edilmiş, kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, gezi ve spor amacıyla yararlanılan, tonilato belgesinde özel yat olduğu belirtilen gemiyi ifade etmektedir.

Yukarıdaki sıralanan yasal düzenlemelerde görüleceği gibi yat, amacının ve özelliklerinin dışında; bir gemi olarak tanımlanmaktadır. Gemi teriminin 14.02.2014 tarih ve 27846 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanunu’ndaki tanımına bakılacak olursa; “Tahsis edildiği amaç, suda hareket etmesini gerektiren, yüzme özelliği bulunan ve pek küçük olmayan her araç” olarak belirtilmektedir. Tanımdan da görüldüğü gibi, gemi olarak tanımlanan yatın gezinti amacının doğrultusunda hareket etmesi gerekmektedir. Yatların deniz üzerinde hareket edebilmesi için günümüzde genel olarak iki farklı güçten faydalanmaktadır. Yatlar, hareket etme gücünü veren bu unsurlara göre “Motor Yat” ve “Yelkenli Yat” olarak sınıflandırılmaktadır (Ercanik, 2003: 33). Motor yatlar, sadece kendi motorlarıyla hareket edebilecek şekilde tasarlanmıştır. Yelkenli yatlarda ise ana hareket ettirici güç rüzgâr olup yelkenleri yardımıyla hareket ederler. Ayrıca tonajlarına göre yardımcı güç sağlayan motorlar ile de donatılmaktadır.

Motor yat ve yelkenli yatların birbirlerine karşı üstünlükleri olduğu gibi birbirlerine karşı bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Motor yatlar daha hızlıdır, konforludur ve yaşam imkânları daha geniştir. Öte yandan, motor yat yakıt sarfiyatı açısından ekonomik değildir. Yelkenli yatlar ise, rüzgâr kuvvetini kullandıkları için sessizdir, ekonomiktir, kullanmak için

daha fazla güç ve emek ister bu nedenle doğa ile mücadele konusunda insanların zevk ve macera arzularını tatmin eder. Öte yandan yavaştır, istenilen noktaya ulaşmak bile günler sürebilir. Aslında yatların insanlara verdiklerinin yanında insanların bir yattan ne beklendikleri de önemlidir. Bu beklenti kişiden kişiye değişebilir. İnsanların nasıl bir yata sahip olacakları, yattan beklentilerine göre şekillenmektedir. Yat satın alma kararları da bu beklentiyi tatmin eden seçeneğin belirlenmesi ile sonuçlanır.

Bu çalışma, yat sahiplerinin yatlarını satın alırken “Motor Yat” ya da “Yelkenli Yat” tercih etme sebeplerini ve satın alma kararlarını etkileyen değişkenleri tespit etmeye yönelik keşfedici bir çalışmadır.

3. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada IC Çeşme Marina’daki marina müşterileri ile yüz yüze yapılan mülakatlarla yat satın alma kararlarını etkileyen değişkenlerin neler olduğu araştırılmaktadır. Çalışmada hem motor yat hem de yelkenli yat sahiplerinin, yat satın alma sırasında yat tipini tercih ederken hangi değişkenlere göre karar verdiği sorgulanmıştır. Yat sahiplerine yöneltilen sorular içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

3.1. Veri Toplama Yöntemi

Bu çalışmada veri toplamak için IC Çeşme Marina’da bağlayan yat sahipleri ile yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler IC Çeşme Marina içinde bağlı durumdaki yatların üzerinde yat sahipleri ile yapılmıştır. Marina içine girmek ve araştırmayı yapmak için IC Çeşme Marina Genel Müdürlüğüne resmi olarak başvurulmuş ve gerekli izinler Mayıs 2013 tarihinde alınmıştır. 2013’ün Mayıs ve Haziran aylarında farklı günlerde toplam 25 tekne sahibi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yat sahipleri ile tekne üzerinde gerçekleştirilen görüşme kayıtları ortalama 5 dakikadır. Görüşme öncesi izin alma ve tekneye kabul edilme süresi ile beraber görüşmeler 20 dakikayı bulmuştur.

Veri toplama aracı olarak geliştirilen yapılandırılmış görüşme formu, yat sahiplerinin deniz ve yat turizmi ile olan içsel bağının / deniz kültürünün olup olmadığını keşfetmek amacıyla sorulan genel sorularla başlamış, satın almada yat tipi tercih değişkenlerinin tespitine yönelik

sorularla daraltılmıştır. Bu kapsamda açık uçlu 3 adet ana soru hazırlanmıştır.

- “Boş zamanlarınızı değerlendirmek için neden denizcilik?”
- “Şu anda sahip olduğunuz bu (motor yat / yelkenli yat)’ı seçerken hangi kriterler etkili oldu?”
- “Neden (Motor yat / Yelkenli yat)’ı tercih etmediniz?”

Yapılandırılmış görüşme formunda yatçıların ve yatlarının profil bilgilerinin sorgulandığı bir bölüm de eklenmiştir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Çalışmanın ana kütlesi yat sahipleri olup, 353 tekne bağlama kapasiteli IC Çeşme Marina, çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. IC Çeşme Marina merkezi bir marina olması, kolay ulaşım ve müşterileri ile görüşme yapılması için gerekli izinlerin alınabilmesi sebebiyle tercih edilmiştir. Yat sahiplerinin teknelerine geldiklerinde marinada fazla zaman kaybetmeden yatları ile seyire çıkmaları, marinadaki yoğunluk, kaptan ile çalışan büyük yatların sahiplerine ulaşmadaki güçlükler, zaman kısıtı, yat sahiplerinin marina içindeki özel yaşamlarına duyulması gereken saygı, yat sahiplerinin çalışmaya katılma konusundaki isteksizlikleri nedeniyle ana kütleyle ulaşma konusunda kısıtlar oluşturmuştur. Çalışmaya kolayda örneklem yöntemi ile tespit edilen 25 yat sahibi katılmıştır. Örneklem tespitinde görüşme yapılan motor yat ve yelkenli yat sahiplerinin mümkün olduğu kadar eşit sayıda olmasına da özen gösterilmiştir. Bu doğrultuda 14 yelkenli yat ve 11 motor yat sahibi ile görüşme yapılmıştır. Çalışmanın amacı ve ana kütle açısından ulaşılan örneklem sayısının nitel bir çalışma için tatmin edici düzeyde olduğu kanaatine varılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Daha önce bu konu üzerinde bir araştırma yapılmaması, analize rehberlik edecek bir kavramsal yapı olmaması sebebi ile toplanan verilerden oluşturulan kodlar tümevarımcı bir analizle incelenmiş, mülakat formlarından elde edilen verilerden çıkan kavramlara göre kodlama yapılmıştır. Kodlar daha sonra frekans analizleri ile değerlendirilmiştir ve daha sonraki araştırmalarda geliştirilmek üzere bir yapı oluşturulmaya çalışılmıştır.

İçerik analizi; dokümanların, mülakat dökümlerinin ya da kayıtların karakterize edilmesi, karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir (Altunışık vd; 2007: 234). Analize yol gösterecek bir kavramsal yapı olmadığından, araştırmacı tarafından toplanan veriler tümevarımcı bir analize tabi tutularak bir yapı ortaya çıkarılır. Tümevarımcı analiz; kodlama yoluyla verilerin altında yatan kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaktır. Tümevarımcı analizde kodlar doğrudan verilerden üretilir. Buna kuram oluşturma adı verilmektedir. Kodlama ise; veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere isim verilmesi sürecidir. Kodlar arasındaki anlamlı ilişkiler kavramları oluştur ve kavram içerik analizinin temel analiz birimidir (Yıldırım ve Şimşek, 2000: 172).

4. ÇALIŞMANIN BULGULARI

İC Çeşme Marina'da bağlayan ve bu çalışmaya katılan 25 yat sahibinin yaş ortalaması 48 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların profil bilgileri ayrıntılı bir şekilde Tablo 1'de gösterilmektedir.

Yat sahiplerinin çoğunluğu halen çalışırken sadece 6 tanesinin emekli olduğu, çalışanların ise 9'unun işletme sahibi olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumları dikkate alındığında sadece 3 adedi lise mezunu iken diğer yat sahiplerinin üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katılan yat sahiplerinin sahip olduğu yatlarla ait bilgiler Tablo 2'de gösterilmektedir.

Yat sahiplerinin 20 tanesi TC vatandaşı olup, 5 tanesi yabancı ülke vatandaşıdır. Yabancı yat sahiplerinin çoğunun yelkenli yatı tercih ettiği görülmektedir. En dikkat çekici özellik olarak İstanbul ve yurtdışında ikamet edenlerin yanı sıra marinadaki yat sahiplerinin ikamet yerlerinin çoğunlukla İzmir olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan yat sahiplerinin yatlarının ortalama genişliği 4 metre, ortalama tekne boyu 12,4 metre olarak tespit edilmiştir. Yatların 5 tanesi 10 metreden küçük olup, 15 metreden büyük 2 adet yat bulunmaktadır. 18 yatın boyları ise 10 – 15 metre arasında değişmektedir. Yat sahiplerinin deniz tecrübeleri ortalama olarak 2 yıl olup, yat kullanımları incelendiğinde genel olarak haftada bir defa kullandıkları, genel olarak ise yılda ortalama 73 defa kullandıkları tespit edilmiştir. Tercihlerini motor yattan yana kullanan yat sahiplerini teknelerini kullanma sıklığını yaz aylarında haftada bir, 2 haftada bir olarak belirtirken, yelkenli yat tercih eden tekne sahipleri yılda 3-6 ay gibi zaman aralıkları belirterek teknelerinde

geçirdikleri süreyi ortaya koymaktadırlar. Sahip olunan her iki tür teknenin de ortalama boyu birbirine yakındır. Motor yat ortalaması 11,22 metre iken, yelkenli yatın ortalama boyu 12 metredir.

Tablo 1. Yat Sahiplerinin Profil Bilgileri

	YAŞ	MİLLİYET	EĞİTİM	İKAMET	MESLEK
1	37	TC	Üniversite	İstanbul	İnş. Müh.
2	39	TC	Üniversite	Narlıdere	İşletme sahibi
3	25	TC	Y.Lisans	İzmir	Mak. Müh.
4	27	TC	Y.Lisans	İzmir	Mak. Müh.
5	60	ALM	Üniversite	Almanya	Emekli
6	58	FR	Üniversite	Fransa	Emekli
7	60	TC	Y.Lisans	İstanbul	Emekli
8	58	İNG	Üniversite	UK	Trafik Uzm.
9	33	TC	Lise	İzmir	İşletme sahibi
10	62	TC	Lise	İstanbul	Emekli
11	72	TC	Lise	İzmir	Emekli
12	41	TC	Üniversite	İzmir	Dış Tic.
13	59	TC	Üniversite	İstanbul	Mimar
14	39	TC	Üniversite	İzmir	İşletme sahibi
15	60	İTL-TC	Y.Lisans	İzmir	İşletme sahibi
16	67	TC	Üniversite	İzmir	Emekli
17	57	TC	Üniversite	İstanbul	İşletme sahibi
18	45	TC	Üniversite	İzmir	Yönetici
19	45	TC	Üniversite	Urla	Yönetici
20	34	ALM	Üniversite	Çeşme	İşletme sahibi
21	37	TC	Y.Lisans	İzmir	İşletme sahibi
22	70	TC	Üniversite	İzmir	Dış Hekimi
23	43	TC	Üniversite	İzmir	Dış Tic.
24	58	TC	Üniversite	İzmir	İşletme sahibi
25	30	TC	Üniversite	İzmir	İşletme sahibi

Tablo 2. Yatlara Ait Bilgiler

	Ehliyet	Kullanım	Yat Tipi	Eni	Boy	Bayrağı	Sahip Olunan Gün Sayısı	Kullanım Sıklığı (gün/yıl)
1	Var	Kendisi	S/Y	3,59	10,94	ABD	7	52
2	Var	Kendisi	M/Y	4,20	10,20	TC	730	52
3	<u>Yok</u>	Kendisi	M/Y	2,69	8,57	TC	547	52
4	Var	Kendisi	M/Y	4,41	13,83	ABD	730	26
5	Var	Kendisi	M/Y	4,5	14,90	ALM	1095	90
6	Var	Kendisi	S/Y	4,04	12,95	FR	2190	70
7	Var	Kendisi	S/Y	3,91	11,48	ABD	365	180
8	Var	Kendisi	S/Y	4,13	12,50	UK	1825	90
9	Var	Kendisi	S/Y	3,90	12,15	TC	365	52
10	Var	Kendisi	M/Y	3,00	7,90	TC	365	12
11	Var	Kendisi	M/Y	2,10	7,40	TC	365	52
12	Var	Kendisi	S/Y	4,10	12,84	ABD	365	120
13	Var	Kendisi	M/Y	4,22	12,94	ABD	500	180
14	Var	Kendisi	M/Y	3,96	14,00	ABD	1095	52
15	Var	Kendisi	S/Y	4,12	13,10	ABD	1095	52
16	Var	Kendisi	S/Y	3,40	9,91	ALM	730	12
17	Var	Kendisi	S/Y	4,74	14,27	ABD	5	26
18	Var	Kendisi	S/Y	3,83	10,80	ABD	365	52
19	Var	<u>Kaptan</u>	S/Y	4,97	17,20	ABD	365	52
20	Var	Kendisi	S/Y	4,91	16,20	ALM	1095	200
21	Var	Kendisi	S/Y	3,20	9,83	TC	730	150
22	Var	Kendisi	S/Y	4,04	12,05	TC	365	12
23	Var	Kendisi	M/Y	4,40	10,40	TC	300	52
24	Var	Kendisi	M/Y	3,75	13,75	ABD	1095	90
25	<u>Yok</u>	<u>Kaptan</u>	M/Y	5,00	19,43	ABD	730	52

Tekne sahiplerinin hâlihazırda sahip oldukları teknelerinin kondisyonları ile ilgili yöneltilen soruda motor yatların yelkenli teknelere göre daha yeni olduğu görülmektedir. Ayrıca, motor yat sahiplerinin Türk Bayrağı'nı tercih etme oranlarının yelkenli yat sahiplerine oranla daha fazladır.

Yat sahipleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, "Boş zamanlarınızı değerlendirmek için neden denizcilik?" sorusu ile ilgili olarak elde edilen verilerin içerik analizinden elde edilen bulgular Tablo 3'de gösterilmektedir. Bazı yat sahipleri bu sevgiyi "deniz tutkusu" olarak da nitelendirmiştir. Denizin ve denizciliğin huzur bulmak, stres atmak ve denizde kendini bulmak amacı ile yalnız kalmak ve denizin verdiği özgürlük hissinden dolayı tercih edildiği ifade edilmiştir.

Tablo 3. Boş Zamanlarını Değerlendirmek İçin Neden Denizcilik

	Kodlar	Frekans
1	Deniz sevgisi için	10
2	Stres atmak için	7
3	Huzur bulmak için	5
4	Doğa ile baş başa olmak için	5
5	Farklı yerleri gezebilmek için	4
6	Spor olsun diye	3
7	Sakinlik hissini tattığı için	3
8	Hobi olarak tercih ettiği için	3
9	Tutkusu olduğu için	3
10	Yelken yapmayı sevdiği için	3
11	Ailesi ile birlikte olmak için	2
12	Aktivite olsun diye	2
13	Kendini bulmak ve yalnız kalmak için	2
14	Balık tutmak için	2
15	İş amacıyla	1
16	Merak ettiği için	1
17	Özgürlük hissi verdiği için	1

Tekne sahiplerinin verdiği bu cevapları denizciliğin hobi ve faaliyet olması, aile ile yapılan ortak bir uğraş olması, farklı yerleri gezebilme ve aynı zamanda tatil yapabilme imkânı sunması, denizciliğe duyulan merak, yelkeni spor olarak yapmak ve balık tutmak gibi nedenler takip etmektedir. Tekne sahiplerinin %65'i ailesinin veya arkadaşının vesileyle denizcilik ile tanıştığını belirtmektedir. Ailesinde denizcilik ile ilgilenen ebeveynleri olan tekne sahipleri nerdeyse çocukluklarından itibaren denizcilik ile iç içe büyüdüklerini belirtmekte iken arkadaş tavsiyesi ya da kendi güdülleri ile denizciliğe merak salanların denizcilik ile tanışmasının biraz daha yakın tarihe dayandığı görülmektedir.

Yat sahipleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Şu anda sahip olduğunuz bu (motor yat / yelkenli yat)’ı seçerken hangi kriterler etkili oldu?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 4’de gösterilmektedir. Sahip olunan tekneyi seçerken etkili olan değişkenlerin belirlenmesindeki bulgular iki farklı bölümde değerlendirilmiştir. Motor yat sahiplerinin mevcut teknelerini satın alırken dikkat ettikleri kıstaslar teknenin hızı ve çabuk ulaşım sağlaması konusunda yoğunlaşırken, bunu teknenin iç hacminin geniş olması ve yaşam alanının, kabinlerin konforlu ve aileye uygun olması, teknenin üst güvertesinin de mevcut olması, arkadaşlarının o tekneyi tavsiye etmesi, belirli bir markaya güvenilmesi, teknenin satın alma ve kullanma maliyeti, eğlence ortamının yaratılabiliyor olması ve balık tutmaya elverişli olması gibi değerlendirmeler takip etmektedir.

Bir tekne sahibi, “Yazlık yerine tekne aldık, ev gibi olması önemli bizim için, hem yazlık gibi oluyor geliyor, kalıyoruz hem de istediğimiz yere gidiyoruz.” yanıtını vererek göz önüne aldığı kriterlerin sebebini vurgulamaktadır. Motor yat sahiplerinin satın alma kararını en çok etkileyen hız ve çabuk ulaşım sağlayabilme kriteri, yelkenli yat sahiplerinin mevcut teknelerini satın alırken aradıkları bir kriter olmadığı görülmektedir.

Tablo 4. Yat Satın Alma Kararında Yat Tipi Seçimine Etki Eden Değişkenler

Motor Yat			Yelkenli Yat		
	Kodlar	f		Kodlar	f
1	Hızlı olması, çabuk ulaşım sağlaması	7	1	Geniş olması	7
2	Geniş olması	5	2	Konforlu olması	6
3	Konforlu olması	3	3	Güvenlik	4
4	Arkadaş tavsiyesi	2	4	Maliyet	4
5	Maliyet	1	5	Yalnız başına hâkim olabilme	3
6	Balık tutmaya uygunluk	1	6	Aile için ideal olması	2
7	Aileye uygunluk	1	7	Gezi amaçlı kullanılabilmesi	2
8	Marka güvenilirliği	1	8	Donanım	1
9	Üst kısmının olması	1	9	Yelken yapmayı sevmek	1
10	Eğlence	1	10	Kullanışlılık	1
			11	Büyük olmaması	1
			12	Arkadaş tavsiyesi	1
			13	Denize uygunluk	1
			14	Oda sayısı	1
			15	Kalite	1
			16	Tavanın yüksek olması	1

Yelkenli yat sahipleri yoğun olarak teknenin genişliğine ve konforlu olmasına dikkat ettiklerini belirtmekte, ardından teknenin satın alma ve kullanma maliyeti ve teknenin güvenli olması gibi kriterler gelmektedir. Bunların yanı sıra yelkenli tekneyi tek başına abrayabilmek de tekne sahiplerinin aradığı bir özelliktir. Motor yat sahiplerinin de satın alırken önem verdikleri gibi yelkenli sahiplerinin de teknelerinin aile için ideal ölçülerde ve özelliklerde olması, oda sayısının yeterli olması, tavan yüksekliği, arkadaşlarının tavsiye etmesi gibi nedenler tercih sebepleri olmaktadır. Fakat bazı yelkenli yat sahipleri teknelerinin geniş olmasını isterken bazıları da tam tersi küçük olmasını tercih etmektedirler. Motor yat sahiplerinden farklı olarak yapılan yelkenin keyif vermesi, teknenin donanımı ve denize uygunluğu gibi kıstaslar da tercih edilen tekneyi satın alınabilir kılmaktadır. Tekne sahipleri ağırlıklı olarak internetten araştırarak teknelerini bulduklarını, bir kısmı ise arkadaşlarının vesilesi ile tekne sahibi

olduklarını belirtmektedir. Görüşme yapılan tekne sahipleri biri hariç teknelerinden memnunken, bir motor yat sahibi aldığı özel yapım teknesinin firması ile yaşadığı sıkıntı yüzünden teknesini aldığına pişman olduğunu belirtmiştir.

Yat sahipleri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde sorulan, “Neden (Motor yat / Yelkenli yat)’ı tercih etmediniz?” sorusu ile ilgili olarak alınan verilerin içerik analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 5’te gösterilmektedir.

Tablo 5. Satın Alma Kararında Diğer Yat Tipinin Tercih Edilmeme Sebeplerinin Analizi

Neden Motor Yat Değil?			Neden Yelkenli Yat Değil?		
	Kodlar	f		Kodlar	f
1	Yelken yapmayı sevmek, yelkenci olmak	6	1	Zaman kısıtı olması nedeniyle	5
2	Rüzgârla seyir yapmayı sevmek	5	2	Kullanımının kolay olmaması,	4
3	Kullanımının keyifli olmaması	4	3	Yaşam alanının geniş olmaması	3
4	Ekonomik olmaması	4	4	Emekli olmayı gerektirmesi	2
5	Gürültülü olması	4	5	Zahmetli olması	2
6	Spor yapmak için yelkenli daha uygun	3	6	Çok ilgi istemesi nedeniyle	1
7	Yaşam tarzı	3	7	Bilgi eksikliği	1
8	Motor yat ile karşılaştırılmaz	3	8	Her hava koşulunda seyir yapılamaması	1
9	Sakin değil	2	9	Konforlu olmaması	1
10	Uzun seyir yapamaması	2	10	Balık tutmaya uygun olmaması	1
11	Çevreci olmaması	2	11	Eşinin sevmemesi	1
12	Denizcilik ile ilgisi olmaması	1	12	Sağlık problemi olduğunda kullanılamaması	1
13	Denizin hissedilememesi	1			
14	Yelkeni merak ettiği için	1			
15	Konforlu olmadığı için	1			
16	Taşıt gibi olduğu için	1			
17	Genç olduğu için	1			
18	Özgürlük hissi vermediği için	1			

Motor yat sahiplerine neden yelkenli yatı tercih etmediniz diye sorulduğunda en fazla zamanlarının kısıtlı olduğu yanıtı verildiği görülmektedir. Hız arayışında olan motor yat sahiplerinin yelken için verdikleri bu cevap tercih ayrılığını apaçık ortaya koymaktadır. Ayrıca yelkenli teknenin kullanımı zahmetli bulunmakta, yelkenli teknenin çok ilgi istediği düşünülmektedir. Bu sebeptendir ki verilen yanıtlar arasında yelkenli almak için emekli olmak gerektiği ve bunun beklendiği belirtilmektedir. Tüm bu sebeplerin yanında tekne sahibinin istekleri haricinde ailelerinin ve eşlerinin tercihleri de satın alma ya da almama kıstaslarında etkili olmaktadır. Bir motor yat sahibi eşinin yelkenli tekneyi sevmemesinden dolayı yelkenliyi tercih etmediğini belirtmektedir. Yelkenli teknenin kullanımı fiziki yeterlilik gerektirdiğinden sağlık problemi olduğunu belirten bir tekne sahibi istese de kullanamayacağından bahsetmektedir. Yelkenli tekne ile her hava koşulunda seyir yapılamaması, konforlu bulunmaması, yaşam alanının motor yatlara göre yeterli genişlikte görülmemesi, balık tutmaya elverişli olmaması gibi kriterler de motor yat sahiplerinin yelkenli yat tercih etmeme nedenleri arasında yer almaktadır. Bu cevapların yanı sıra sahip olduğu tekneyi alırken denizcilik konusunda bilgisinin yetersiz olduğunu, bu nedenle cesaret edemediklerini fakat bundan sonraki teknelerini yelkenli olarak değiştirmek istediklerini belirten motor yat sahibi de bulunmaktadır. Ayrıca bir motor yat sahibi eskiden yelkenli tekne sahibi olduğunu belirtip motor yatı tercih etme sebeplerini şöyle açıklamıştır:

“Yelkenli çok keyifli fakat çok zaman ve emek istiyor. Okuyorken yelken yapmak kolaydı, zamanımın çoğunu yelken yaparak geçirebiliyordum, hatta teknede kalıyordum. Fakat şimdi çalışınca hafta sonları kısıtlı bir zamanım oluyor ve bu kısıtlı zamanda hem kendime hem de aileme vakit ayırmalı, hem hobimi yapmalı hem de gezebilmeliyim. Bunun için motor yat daha ideal, seyre çıkmadan önce uzun hazırlıklar yapmanız gerekmiyor ve gideceğiniz yere çabuk gidip, yüzüp dönebiliyorsunuz.”

Aynı soru yelkenli yat sahiplerine sorulduğunda daha keskin yanıtlarla karşılaşılmaktadır. Örneğin 60 yaşındaki bir kadın yelkenli yat sahibinden;

“Üzerine para verseler motor yatı tercih etmem, benim için denizcilik yelken yapmaktır. Motor yatı kullanacağım bir de

üzerine daha fazla yakıt parası verip keyif almayacağım, bu mümkün değil.”

yanıtı alınmıştır. Bir başka katılımcı ise;

“Ben yelken yapmak için tekne satın aldım, motor yat taşıt gibi bir yerden bir yere gitmek için kullanılır, yelkenli ise yelken yapmak için, seyrin verdiği keyif ve rüzgârı hissetmek için kullanılır”

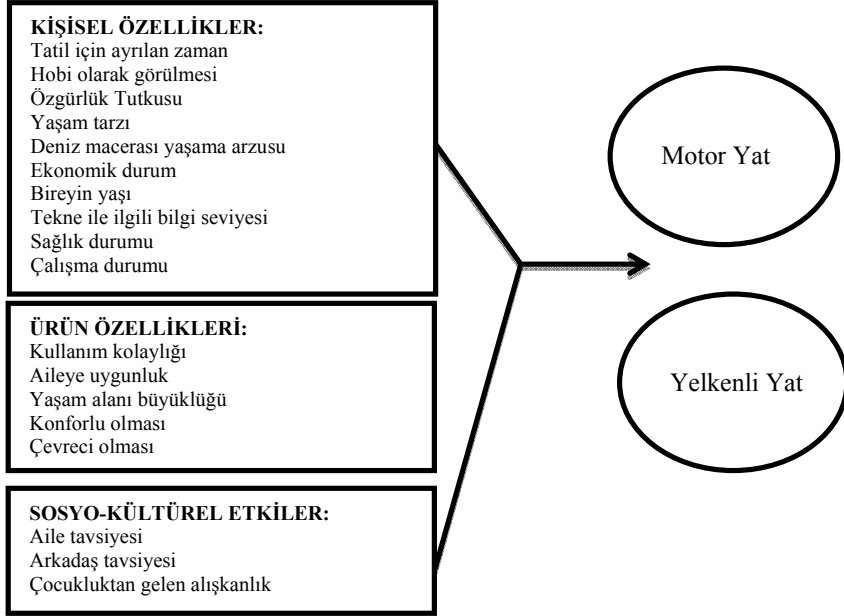
gibi görüşlerle yelkenli ile motor yatın karşılaştırılmayacağını, kullanım amaçlarının tamamen farklı olduğu, yelkenli yatın bir felsefesi olduğunu görüşü ortaya atılmaktadır. Yabancı bir yelkenli yat sahibi, motor yat sahibi bir arkadaş ile kendi teknesinde şampanya içerken arkadaşına;

“Senin yakıt için harcadığın parayı ben teknemde en pahalı şampanyayı içip keyif yapmak için harcıyorum aramızdaki fark bu”

diyerek bakış açısını vurgulamaktadır. Yelkenli yat sahiplerinin motor yatı tercih etmeme nedenleri sıralanacak olursa en önde yelkenci olmak, yelken ve rüzgârla seyir yapmayı sevmek gelirken, motor yatın ekonomik olmaması, kullanımının keyifli olmaması ve gürültülü olması, çevreci olmaması ve yelkenlinin verdiği özgürlük hissini vermemesi, yakıtın bitme ihtimali yüzünden uzun mesafeli seyir yapılamaması, yaşam tarzı farklılığı, sakinliği yansıtmaması gibi kriterler de dikkat çekmektedir.

Ayrıca; bir motor yat kullanıcısı ile aynı yanıtı veren bir yelkenli yat sahibi bir paradoksu da ortaya koymaktadır. Zamanı az olduğu için gençliğinde yelkenli kullanamayacağını, bunun için emekli olmayı beklediğini belirten motor yat sahibinin görüşüne, bir yelkenli yat sahibi şu anda genç olduğu için yelkenli kullanabildiği fakat yaşlandığı zaman yelken ile başa çıkamayacağı bu sebeple motor yata geçebileceği görüşü ile karşılık vermiştir.

Sonuç olarak, yat satın alma kararında yat tipini tercihini belirleyen değişkenler Şekil 1’de gösterilen model üzerinde gösterilmiştir. Modelde kişisel özelliklerin, ürün özelliklerinin ve sosyo-kültürel etkilerin yat tipi kararında etkili olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 1. Yat Satın Alma Kararında Yat Tipi Tercihi Modeli

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Yapılan çalışma ile, motor yat sahipleri ile yelkenli yat sahiplerinin satın alma kriterlerinin ortak ve farklı yönleri ortaya çıkartılmış, motor yat ve yelkenli yat sahipleri arasında profil farklılığının olup olmadığını ortaya konmuştur. Genel kanı olarak bu çalışmadan önce yelkenli ve motor yat kullanıcıları hakkında çeşitli ön yargılar olduğu görülmekteydi. Daha önceden yapılmış olan “İzmir’de Yat Turizmi ve Marina Endüstrisi: Tüketici Algısı Üzerine Kalitatif Bir Çalışma” (Özdelibaş, 2012) adlı çalışmada yapılan görüşmelerde motor yat ve yelkenli yat kullanıcılarının marina algılarında ve beklentilerinde farklılık olduğu ortaya konmuştur. Yachts Türkiye dergisinin 2013 Mayıs sayısında “Motor yat mı? Yelkenli mi?” konu başlığı ile sektörün önde gelen yat broker firmaları ile röportaj yapılmış, satın alma tercihi için karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu verilerin ışığında oluşturulan sorular ile diğer çalışmalara kaynak olacak bir çalışma yapılmak istenmiştir. 14 yelkenli yat, 11 motor yat sahibinin profil verileri karşılaştırıldığında ayırt edici bir farklılık gözlemlenmemiştir. Yaş ortalamaları 45’in üzerinde, eğitim durumları üniversite ağırlıklı olup, tekne

boyları ortalama 11-12 metre olarak tespit edilmiştir. İki yat tipini de denemiş olanların ailelerinin vesile olması ile denizciliğe başladığı ve küçük yaştan beri denizcilikle iç içe oldukları belirlenmiştir.

Boş zamanlarını denizde geçirme konusunda ortak cevaplar deniz sevgisi ve huzur bulma, stres atma olurken yelkenli tekne sahipleri yelken yapmak ve özgürlük hissi, doğa ile baş başa olmak cevabını vermiştir. Verilen cevaplar arasında yalnız kalmak, uzak koylara gitmek, hobi, aktivite, spor, merak, balık tutma gibi cevaplar yer almıştır. Görüşmecilerin burada verdikleri cevaplar tekne tipi tercihi konusunda da fikirlerini ortaya koymaktadır.

Şu an sahip oldukları tekne ile ilgili sorularda iki tipi tercih edenler arasında motor yat tercih edenlerin teknesinin daha yeni olduğu tespit edilmiştir. Motor yatı tercih edenlerin tercih sebepleri arasında zamanlarının kısıtlı olması sebebi ile teknenin hızlı ve çabuk ulaşımına uygun olması değişkeninin önemli olduğu görülmüştür. Genişlik ve konfor diğer önemli kriterler olmuştur. Yelkenli yat sahipleri ise öncelikli olarak konfor cevabı ile motor yat sahipleri ile ortak cevap vermiştir. Genişlik, maliyet, güvenlik gibi kriterler yoğunluklu olarak verilen diğer cevaplardan olmuştur.

Diğer yat tipini neden tercih etmedikleri sorusuna yelkenli yat sahipleri yelken yapmayı sevdiğini ve rüzgârı hissetmek istedikleri için motor yatı tercih etmediklerini ağırlıklı olarak belirtmişlerdir. Bunlara ek olarak motor yatı gürültülü, kullanımı keyifsiz ve çevreci olmaması sebebi ile tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Motor yatçılar yelkenli yatı zahmetli bulmakta ve zamanlarının azlığından dolayı tercih etmediklerini belirtmektedir. Bazı yelkenli tekne sahipleri motor yat ile yelkenli yatın karşılaştırılmayacağı cevabını vererek birbirlerine alternatif olmadıklarını belirtmişlerdir.

Bu çalışma, yat satın alma sürecinde motor yat ve yelkenli yat tercihleri ile ilgili satın alma kararlarına etki eden değişkenler üzerine yapılan ilk çalışma olması sebebi ile herhangi bir kurama dayandırılmamış olup, ileride yapılacak olan çalışmalara zemin oluşturacak mahiyette, keşfedici bir çalışmadır. İleride bu çalışmada bulunan değişkenler doğrultusunda geliştirilecek bir anket kullanılarak nicel çalışmaların yapılması, karşılaştırmalı istatistiksel analizlerin yapılmasına olanak sağlayacaktır. IC Çeşme Marina'da gerçekleştirilen bu örnek uygulamanın, başka çalışmalarda ana kütle genişletilerek uygulanması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

ALTUNIŞIK, R. COŞKUN, R. BAYRAKTAROĞLU, S. ve E. YILDIRIM (2007) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, SPSS Uygulamalı Geliştirilmiş 5. Baskı. Sakarya.

CANABAL, M. E. (2002) Decision Making Styles of Young South Indian Consumers: An Exploratory Study, *College Student Journal*, March Vol. 36, Issue 1.

ÇELİK, S. (2008) *Tüketici Satın Alma Davranışına Etki Eden Yaşam Tarzı Faktörleri ile Otomobillerin Hazsal ve Faydacı Özelliklerinin Tercih Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Kadir Has Üniversitesi, Öneri C.8.S.30.

ERCANİK, C. T. (2003) *Türkiye’de Yat Turizminin Coğrafya Açısından İrdelenmesi*, Ankara Üniversitesi Coğrafya (Beşeri ve İktisadi) Anabilim Dalı Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara

ERİŞ, E.D. (2007) Uluslararası Pazarlarda Türk Marinalarının Çekiciliği ve Pazarlama Stratejileri, *Ege Akademik Bakış*, Sayı: 7, No: 1, ss. 37-55.

HARRISON, E. F. (1987) *The Managerial Decision-Making Process*. 3rd ed. Hought Mifflin Co.: Boston.

KOTLER, P. (2000) *Marketing Management*, Prentice Hall International, New Jersey.

KÖKER, N. E., MADEN D. (2012) Hazcı ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketicinin Ürün Temelli Yenilikçiliği Algılaması: Amprik Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Sayı 4/2, ss.94-121.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (1992) *Yat Turizmi Master Planı*, Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Ankara.

NAS, S. (2006) *Gemi Operasyonlarının Yönetiminde Kaptanın Bireysel Karar Verme Süreci Analizi ve Bütünleşik Bir Model Uygulaması*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi. İzmir.

ROLLINSON, D. (2002) *Organisational Behaviour and Analysis An Integrated Approach* (Second Edition). Pearson Education Ltd: Essex.

SOLOMON, M.R. (2007) *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, Prentice Hall: New Jersey.

SPROLES, G.B., KENDALL, E.L. (1986) A Methodology for Profiling Consumers' Decision-Making Styles, *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 20, No: 2, pp. 267-279.

SPROLES, E. K., SPROLES G. B. (1990) Consumer Decision-Making Styles as a Function of Individual Learning Styles. *The Journal of Consumer Behaviour*, Vol: 24 No:1.

TIĞLI M., AKYAZGAN, M. (2003) Özellikli (Lüks) Tüketim Ürünlerinde Enderlik Prensipleri ve Bir Uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No:5, ss. 21-37.

URL 1: <http://www.nomadicliving.com/navy-speech-part-9/>
(Erişim: 12.01.2014)

WERTENBROCH, K., DHAR, R. (2000) Consumer Choice between Hedonic and Utilitarian Goods, *Journal of Consumer Research*, Vol.37, No: 1, pp.60-72.

YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2000) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.

YÜKSELEN, C. (1994) *Temel Pazarlama Bilgileri*, Adım Yayıncılık, Ankara.

Yayın Geliş Tarihi : 29.03.2014
Yayına Kabul Tarihi : 31.07.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik
Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:71-99
ISSN: 1309-4246

KRUVAZİYER YOLCULARIN LİMAN ALANINDA SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Görkem DİKEÇ¹
Yavuz BAYAR¹
A. Güldem CERİT²

ÖZET

Bu çalışma, kruvaziyer limanlarına gelen yolcuların liman alanındaki mağazalardaki satın alma davranışlarının hangi değişkenlerin etkisinde olduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Keşifsel ve kısmen de tanımlayıcı olarak planlanan araştırma iki soruya ışık tutmayı hedeflemektedir. Birinci soru "Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma davranışları demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?" ikincisi ise "Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma ya da almama sebepleri nelerdir?" şeklindedir. Bu sorulardan hareketle literatür taraması gerçekleştirilmiş ve pilot bölge seçilerek anket uygulaması yapılmıştır. Pilot bölge olarak seçilen Ege Port Kuşadası Yolcu Limanı'nda 10,15 ve 21 Kasım 2013 tarihlerinde kolayda örnekleme yöntemiyle kruvaziyer yolcularına anket uygulanmasının sonucunda 312 adet geçerli anket sayısına ulaşılmıştır. Araştırmaların sonucunda örnekleme kapsamındaki kruvaziyer yolcuların satın alma davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Kruvaziyer yolcuların satın alma nedenleri incelendiğinde, katılımcıların alınan ürünleri en çok oranda beğendikleri için satın aldıkları, daha sonra sırasıyla hediye amaçlı, fiyatların iyi olması ve acıkma/susama nedenleriyle satın alma işlemi gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. Satın alma işlemi gerçekleştirilmeyen katılımcılar ise bu durumun nedenlerini "bir ürüne ihtiyaç duyulmaması, vaktisizlik, ödeme sorunu ve sadece hatıra eşyası satın alınması" şeklinde belirtmişlerdir. Yolcuların liman alanındaki mağazalardaki satın almalarına ilişkin memnuniyet düzeyine göre yapılan analizler sonucunda ise demografik değişkenlerden cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve medeni halin etkili olmadığı saptanmış olup, katılımcı sayıları uygun olan örnekleme grupları için yaşanan ülke ve milliyet değişkenlerinin memnuniyet düzeyine etkide bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kruvaziyer, liman, satın alma.*

¹ Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı,; gorkem_dikec@hotmail.com; yavuzbayar35@hotmail.com

² Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; gcerit@deu.edu.tr

A RESEARCH ON PURCHASING BEHAVIOR OF CRUISE PASSENGERS AT PORTS

ABSTRACT

This study aims to identify the factors influencing purchasing behaviors of passengers, travelling by cruises, in the stores of cruise ports. The study, planned as exploratory and partly descriptive research, purposes to shed light on two questions: The first, "Do purchasing behaviors of cruise passengers in the harbor area vary by demographic characteristics?" and the second "What are the causes of cruise passengers to buy or not to buy in the harbor area?". With this respect, a literature review was conducted and Ege Port Kuşadası Cruise Port was selected as a pilot area for this study. A questionnaire was applied to 312 cruise passengers in the pilot area by convenience sampling method on November 10 through Nov. 21, 2013, 2013; and 312 valid results were obtained. As the result of research, it was found that demographic characteristics do not affect the buying behavior of cruise passengers in the sample. In the analysis of buying reasons of cruise passengers, it was determined that the most encouraging reason is possessing something liked best, further reasons are buying as gift, reasonable prices, and buying for eating and drinking, respectively. Participants performing no purchase have denoted the causes of this condition as not needing any product, lack of time, the paying issues, 'no reason' and preferring only souvenir purchase, respectively. In the analysis of level of satisfaction of cruise passengers about buying in the stores of the port area, it was also determined that demographic variables of gender, age, education, employment status and marital status have no effects on the level of satisfaction. For the sampling groups having appropriate number of participants, it was observed that nationality and country variables have influence on satisfaction levels.

Keywords: *Cruise, port, purchase.*

1. GİRİŞ: KRUVAZİYER TURİZMİ VE EKONOMİK ETKİLERİ

Kruvaziyer gemisi turistik amaçlı olarak kullanılan bir yolcu gemisidir. Yolculuk ve gemi bir bütün olarak düşünüldüğünde; ulaşırma, konaklama, yeme-içme, gemi üstü eğlence aktiviteleri, yerel ve uluslararası liman şehir uğrakları ve kıyı gezintilerini kapsamaktadır (Teye ve Leclerc,1998). Kruvaziyer turizminde yolcu sayılarının yıllar bazındaki özeti Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Dünyada Kruvaziyer Yolcu Sayılarının Yıllara Göre Değişimi

YIL	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
YOLCU SAYISI (X1000)	9.730	14.320	15.110	15.870	16.200	17.580	18.800	20.610
DEĞİŞİM* (%)	---	47	5,5	5	2	8,5	6,9	9,6

* Değişim: Bir Önceki Yıla Göre Değişim (%)

Kaynak: ECC, Europan Cruise Industry 2011, ECC Report 2013.

Dünyada üzerinde son yıllarda kruvaziyer yolcu sayısındaki gerçekleşen büyüme incelendiğinde, 2011 yılı yolcu sayısının, 2000 yılı yolcu sayısına kıyasla iki katından fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu veriler çerçevesinde kruvaziyer turizmde ilgi ve katılımın hızla arttığı gözlenmektedir.

Dünya genelinde Türkiye'nin kruvaziyer turizmdeki konumu incelendiğinde ise 2012 yılında toplam 1587 gemi ve 2,095,673 yolcu sayısına ulaştığı görülmektedir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014). 2012 yılı verilerine göre önde gelen kruvaziyer limanları sırasıyla İstanbul (596.027 yolcu), Kuşadası (564,317 yolcu) ve İzmir (552,764 yolcu)'dir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014).

Yukarıda bahsedilen yolcu sayılarındaki artışın sebebi gemilerin yolcu kapasitelerinin artması, yeni destinasyon seçeneklerinin çoğalması, şirketler tarafından yapılan promosyonlar ve gemilerde gerçekleştirilen etkinlik çeşitlerinin artması olarak gösterilebilir (Eser, 2006). Turizm sektöründe talepte meydana gelen artışlar hem turizm hem de bağlantılı olduğu sektörlerde üretimi arttırıcı bir etkiye sahiptir (Dilber, 2007).

Kalkınmakta olan ülkeler için uluslararası ticaretin önemi yadsınmaz. Ekonomik küreselleşmenin çok önemli bir düzeye ulaştığı günümüzde ülkeler küreselleşmenin fırsatlarından yararlanmaya çalışarak, bu gelişmeleri en iyi bir biçimde kullanıp kalkınmalarını hızlandırmak durumundadırlar (Seyidoğlu, 2003). Uluslararası ticaretin bir parçası olan turistik faaliyetler, içinde barındırdıkları konaklama, planlama, gezi organizasyonları ve satışlarının yanı sıra ulaşım ve inşaa gibi sektörler ile de ilişkilidirler. Turizm sektörünün bu dinamik yapısı diğer sektörlerin de gelişiminde rol oynamaktadır (Dilber, 2007).

Kruvaziyer turizmine artan katılım ve ilginin yerel ve bölgesel ekonomiye etkisi ise iki ana başlıkta sınıflandırılmaktadır: Doğrudan (Birincil) ve Dolaylı (İkincil) Etkiler. Doğrudan Etkiler liman sistemindeki yük ve yolcu hareketleri ile ilgili liman sektörü hizmetleri, yeni liman yapımı, liman genişletilmesi veya liman iyileştirilmesi ile ilgili sermaye harcamaları gibi liman aktiviteleri sonucunda ortaya çıkan istihdam ve harcamaların ilk aşamasıyla oluşmaktadır (Atlay, 2003). Dolaylı Etkiler ise Doğrudan Etkilere ekonomik açıdan bağımlı olan bölgedeki tüm aktiviteler şeklinde özetlenebilir (Davis, 1983).

Bahsi geçen doğrudan ve dolaylı etkilerin yanı sıra ekonomik etkilerden bahsedildiğinde konuşulması gereken bir diğer önemli nokta Kahn (1931) tarafından ortaya konan “çarpan etkisi” olacaktır. Çarpan etkisi toplam harcamalardaki artışların gelir ve istihdamı ne şekilde ve ne ölçüde etkilediğini açıklamaktadır (Karakayalı, 1995). Çarpan etkisi yaklaşımını kruvaziyer turizmine uyarlanacak olursa, kruvaziyer turizmi yolcularının yapmış oldukları harcamalar ile elde edilen gelir, tüketilmesi sonucunda ekonomide çarpan etkisi yaratacaktır. Kruvaziyer turizmi sonucunda elde edilen gelirin tüketilme oranı ne derece büyükse çarpan etkisi de o derece büyük olacak, gelir ve istihdamı bu yönde etkileyecektir. Stefanidaki ve Lekakou (2012) çalışmalarında kruvaziyer turizmin yarattığı doğrudan ve dolaylı etkilerle çarpan etkisinin pek çok sektörü ilgilendirdiğini açıklamaktadırlar.

7 Pasifik adasında kruvaziyer yolcularının harcamaları üzerine yapılmış olan araştırmada yılda 32’ye kadar çıkan kruvaziyer gemisi ziyareti sayesinde bu adaların ekonomisinin kısmen kruvaziyer endüstrisinden oluştuğu ortaya çıkmıştır (Douglas ve Douglas, 2004).

1998 yılında Forsyth ve Dwyer tarafından yapılmış olan kruvaziyer endüstrisi ile bağlantılı harcamalar tablosu 2004 yılında Douglas ve Douglas tarafından geliştirilerek 3 ana başlıkta toplanmıştır: Yolcuların harcamaları, operatörlerin harcamaları ve gemi personeli harcamaları. Tablo 2’de söz konusu harcamaların ayrıntıları yer almaktadır.

Tablo 2. Kruvaziyer Endüstrisi Bağlantılı Harcamalar

Yolcu Harcamaları	Operatör Harcamaları	Gemi Personeli Harcamaları
Uçuş harcamaları (Buldukları ülkeye doğru veya ülkeden)	Liman harcamaları (Devlet tarifeleri, liman tarifeleri)	Yerli personel
İç seyahatler	Hizmet bedelleri (Atık bertarafı, su)	Yabancı personel tarafından yapılan liman harcamaları
Ek harcamalar (Konaklama, ilave yemekler, alışveriş, geziler)	Gemi onarımları	Başlangıç ülkesinde yapılan pazarlama faaliyetleri
Liman harcamaları (Yemekler, gezi ve seyahat alışverişi)		Vergiler (Gelir vergisi, gümrük vergisi, yurtdışı çıkış vergisi)

Kaynak: Douglas ve Douglas, 2004.

Tablo 2’de belirtilen ekonomik katkılarla ilgili olarak bir diğer çalışmada Kuşadası limanına gelen kruvaziyer gemilerinin ilçeye en büyük katkısının gemi yolcuları ve personelinden sağlandığı açıklanmaktadır (Kuşadası Ticaret Odası, 2013).

Artan yolcu sayısı beraberinde yeni beklenti ve talepleri de getirmektedir. Yolcuları memnun etmek için kruvaziyer turizmi ilgilileri gemilerin inşasında yeni temalar, yeni tasarım ve konseptler hedeflemektedirler (Eser, 2006).

Avrupa kruvaziyer turizminin ülkelere göre ekonomik katkısı Tablo 3’te verilmektedir. Tablo 3’e bakıldığında kruvaziyer turizminin Avrupa ekonomisine sadece yolcuların yaptıkları harcamalarla katkı sağlamakla kalmayıp istihdam yaratmada da etkili olduğu görülmektedir. Avrupa’daki kruvaziyer turizmde en yüksek harcamanın İtalya’da gerçekleştiği görülürken buna paralel olarak yaratılan istihdamda da İtalya lider konumdadır. Sıralamadaki diğer ülkelerdeki harcamalara, istihdam ve ücretlere bakıldığında ise 2010 ve 2011 yılları arasında artış dikkat çekmektedir. Tablo 3’te yıllara göre artışlar, kruvaziyer turizminin giderek büyüdüğünü ve aynı oranda ekonomik katkılarının da arttığını ortaya koymaktadır.

2011 yılı verilerine göre dünya üzerinde 297 kruvaziyer gemi olduğu ve bunların yaklaşık %90 doluluk oranına sahip olduğu ve ortalama satış gelirlerinin 27 milyar ABD Dolarına ulaştığı belirtilmektedir (Güneş, 2013). Avrupa ve Akdeniz incelendiğinde ise bu bölgede %90 doluluk oranı ile ortalama 8 milyar ABD Dolar'ı satış geliri elde edildiği açıklanmaktadır (Güneş, 2013).

Tablo 3. Kruvaziyer Sektörünün Avrupa Ülkelerine Göre Ekonomik Katkısı

Ülke	Doğrudan Harcamalar (milyon€)		Toplam İstihdam		Toplam Ücret (milyon€)	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
İtalya	4,538	4,450	99,057	100,089	2,952	3,043
İngiltere	2,569	2,830	58,604	63,834	2,120	2,332
Almanya	2,306	2,524	36,084	39,238	1,313	1,433
İspanya	1,186	1,298	25,219	27,437	766	834
Fransa	972	1,224	13,012	16,009	577	726
Yunanistan	580	605	11,612	12,078	277	234
Finlandiya	528	232	7,909	3,408	297	125
Norveç	496	500	11,914	12,364	377	388
Hollanda	309	347	5,130	5,733	148	165
Danimarka	205	198	2,608	2,630	96	93
Ara Toplam	13,689	14,957	271,149	282,820	8,873	9,373
Diğer Avrupa	787	160	36,377	32,680	405	429
Toplam	14,476	14,957	307,526	315,500	9,278	9,802

Kaynak: European Cruise Council, 2013.

Avrupa ve Türkiye'nin genel olarak gelen yolcu sayıları ve harcama miktarları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Yolcu Sayıları ve Harcama Miktarları

Açıklama	Avrupa	Türkiye
Avrupa Limanları'ndan Biniş	5.6 milyon yolcu	50 bin yolcu
Transit Liman Yolcu Ziyaretçileri	28.1 milyon yolcu	2 milyon yolcu
Toplam Kruvaziyer Turisti Ziyareti	33.7 milyon yolcu	2 milyon yolcu
Toplam Yolcu ve Gemi Personeli Harcamaları	3.4 milyar Avro	600 milyon Avro
Her Limanda Ortalama Yolcu Harcama Miktarı	102 Avro	300 Avro

Kaynak: Güneş, 2013.

Douglas ve Douglas (2004) tarafından 769 kişi ile yapılan çalışmada, kruvaziyer yolcularının yaptıkları harcamaların 8 ayrı grupta toplandığı saptanmıştır:

1. Yiyecek ve içecek harcamaları
2. Satın alınan turlar
3. Limanda yapılan doğrudan harcamalar
4. Diğer ulaşım harcamaları (taksi, otobüs vb.)
5. Hediyelik eşyalar
6. Gümrüksüz mağazalardaki elektronik eşya harcamaları
7. Gümrüksüz mağazalardaki alkol harcamaları
8. Gümrüksüz mağazalardaki kozmetik ve parfüm harcamaları

2. TÜKETİM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: TURİZM VE KRUVAZİYER TURİZM

Tüketici bir işletmenin ürün veya hizmetlerini kullanan kişi veya gruplardır. İşletmeler tüketicilerin ihtiyaçlarına göre ürün ve hizmet stratejisi geliştirmek zorundadırlar (Parlak, 2008). Tüketici davranışlarını açıklamada iktisat, psikoloji ve sosyoloji bilimleri farklı açıklamalar getirirken, pazarlama bakış açısıyla da, çeşitli bilim dallarının bilgi ve bulgularından

yararlanma yoluyla, bu çok karmaşık ve sayısız faktörün rol oynadığı konu açıklanmaya çalışılır (Mucuk, 2010: 75).

Tüketicilerin karar verme süreci 3 aşamalı modele göre açıklanabilir. Bunlar aşağıdaki gibidir (Avraham ve Ketter, 2008):

- Pazar uyarıcıları; belli ürünler tüketicinin dikkati çeker.
- Tüketicinin karar verme süreci; tüketici, sahip olduğu ve araştırıp edindiği bilgiler ışığında seçenekleri kendi kişisel süzgecinden geçirir.
- Tüketicinin kararı; tüketici kararını verir.

Yine Avraham ve Ketter (2008)'e göre tüketiciler ürünler hakkında bilgileri 4 farklı şekilde elde ederler: 1) Arkadaşlar, komşular ve akrabalar gibi kişisel kaynaklar, 2) Kampanyalar, satış temsilcileri, profesyonel danışmanlar gibi ticari kaynaklar, 3) Televizyon, radyo, dergi, gazete gibi medya kaynakları, 4) Farklı yerlerden gezmek gibi deneyimsel kaynaklardır.

2.1. Turizmde Uluslararası Tüketici Davranışları

Reisinger (2009)'a göre turizm sektöründe tüketici satın alma davranışları çevresel faktörler ve alıcı faktörlerinden etkilenmektedir. Çevresel faktörler çevresel uyarıcılar ve pazar uyarıcılarından meydana gelmektedir. Alıcı faktörleri olarak ise alıcıların kişisel ve psikolojik özellikleri yer almakta ve karar verme süreci sonunda alıcının sürece yanıtları oluşmaktadır. Pazarlama çabaları alıcıların yanıtlarına etki etmektedir.

Timothy ve Butler (1995), Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada arasındaki sınır ötesi alışverişi turizm bağlamında değerlendirdikleri çalışmalarında; alışverişi, diğer aktiviteler arasında en tatmin edici turistik aktivite olarak belirtmiş ve yolcuların satın alma davranışlarının, yolcu terminallerindeki hizmetlerden, ürün çeşitliliğinden ve terminal çevresinden etkilendiğinden bahsetmişlerdir.

Backström (2013) satın almayı, insanların boş zamanlarında yerine getirilen aktivitelerden biri olarak açıklarken; bunun aynı zamanda insanlar için güzel bir deneyim ve sosyal çevreleri ile olan iletişim konusunda önemli bir aktivite olduğunu da vurgulamıştır.

Heung ve Cheng (2000)'in geliştirdiği ölçekte ürünlerin kalitesi, personelin hizmet kalitesi, ürün fiyatı ve ürünün güvenilirliği değişkenleri yer

almış ve analiz sonuçlarına göre turistlerin en çok tatmin oldukları noktaların; işletmelerin fiziksel donanımları, ürünlerin sergilenme şekli ve işletmelerin açılış saatleri olduğu saptanmıştır (Heung ve Cheng, 2000: 396).

Tuncer ve Atlay Işık (2013) Türkiye'deki bir uluslararası havalimanında giden yolcuların satın alma davranışlarını incelemiştir. 10–20 Temmuz 2012 tarihleri arasında Antalya ICF Uluslararası Havalimanı'nda kota örnekleme yöntemiyle toplam 1118 dış hat giden yolcusu ile gerçekleştirilen veri toplama süreci sonunda 977 adet geçerli anket sayısına ulaşılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

1. Kadın yolcularda satın alma davranışı ortalamasının (% 71,35) erkek yolculardan (%64,37) daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
2. En fazla satın alınan ürünlerin soğuk içecekler ve alkollü içecekler olduğu en az satın alınan ürünlerin ise; hediyelik eşya, dondurma ve kek-kurabiye çeşitleri olduğu saptanmıştır.
3. Rusların en fazla satın alma yapan millet olduğu ve ağırlık olarak “diğer alkol” satın aldıkları gözlenmiştir. Rusları Almanlar takip etmiştir.
4. Eski usul klasik iştah kaçırmaya yönelik görüntüye sahip standart yiyecekler yerine göze ve damak tadına hitap eden yiyecekler sunan kafeterya ve restoranlara daha fazla ilgi gösterilmiştir.
5. Yolcuların satın alma sebepleri arasında ilk üç sırada; yolcunun kendisini aç ve susuz hissetmesi, hediye etme ve fiyatın uygun olması şeklinde iken; satın almama sebepleri arasında ilk üç sırada; ürünün pahalı olması, ihtiyacın olmaması ve önceden satın alınması gelmiştir.

2.2. Kruvaziyer Turistlerin Satın Alma Davranışları

Kruvaziyer turizmde harcamalar yolcu harcamaları ve operatör harcamaları şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Yolcuların kalkış ve varış limanlarında yaptıkları harcamalar genel olarak; kalkıştan önce gelinmesi halinde yapılan konaklama, yeme-içme, alışveriş, gezinti şeklinde bölümlendirilmiştir (Dwyer ve Forsyth, 1998: 399).

Kruvaziyer gemilerinin butikleri yolcuların alabileceklerini düşündükleri ürünler ile donatılır. Bu nedenle buralardaki mağazalar birçok çeşit gümrüksüz ürünler ile parfüm ve kozmetik ürünlerini bulundurmaktadır. İsteyen gemide gümrüksüz olarak alkollü ürünler de satın alabilmektedir. Ek

olarak geminin ziyaret edeceği liman şehirlerinin kartpostallarını satın almak ve aynı şekilde yerel damga ile postalamak mümkündür. Karaya çıkmayı tercih etmeyen yolcular gittikleri yerler hakkında arkadaşları ile birşeyler paylaşabilmek adına bunu kullanmaktadırlar (Douglas ve Douglas, 2004: 251-261).

Henthorne vd. (2013) Jamaika'daki kruvaziyer turizmde, algılanan risk ve güvenlik unsurlarının yolcuların satın alma davranışları üzerine etkisini incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, başkalarıyla seyahat eden yolcuların en çok alışveriş için zaman ve para harcadıkları, bölgeyi ilk kez ziyaret eden yolcuların kendilerini rahatsız hissettikleri ve bu durumun satın alma davranışlarını etkilediği belirlenmiştir. Yolcuların algıladıkları risk ve güvenlik unsurlarının da satın alma davranışlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Larsen vd. (2013), Kuzey Norveç bölgesini ziyaret eden normal turistler ve kruvaziyer yolcularını kapsayacak şekilde 3 ayrı dönemde veri toplamışlardır. Bu verilerin analiz sonuçlarına göre; kruvaziyer yolcularının, alınan vergiler ve karada sunulan kısa süreli gezinti süreleri nedeniyle normal turistlere oranla hemen hemen bütün kategorilerde daha az harcama yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kruvaziyer yolcu gemisi işletmecilerinin daha fazla kar elde edebilmek için uğrak liman sürelerini mümkün olduğunca kısa tutup, yolcuların gemi içerisinde sunulan ürün ve hizmetlere harcama yapmasına yönelik bir tutum sergiledikleri savunulmuştur. Ayrıca, gemide seyahat eden yolcuların %20-40'ının gemiyi limanda bulunduğu sürede terk etmemesi de bu sonucun nedenleri arasında gösterilmiştir.

Brida vd. (2012), kruvaziyer gemi yolcularının ana limandaki deneyimleri üzerine bir çalışma yapmışlar ve araştırmalarında Karayiplerdeki Cartagena de Indias limanını temel almışlardır. Yapılan harcamaların genel olarak ulaşım, yeme/içme ve kalkıştan önce gelinmesi halinde konaklamaya yapıldığı belirlenmiştir. Çalışmada yaşlı yolcuların en fazla harcama yaptığı sonucuna varılmıştır. En fazla harcamanın, kalkıştan önceki gün(ler)de gelinmesi halinde yapılan konaklamaya harcandığı tespit edilmiştir.

Eser çalışmasında (2006), katılımcıların kruvaziyer limanındaki hizmetlerin kalitesine ilişkin algılarını keşfetmek amacıyla İzmir (19 yolcu) ve Kuşadası'nda (46 yolcu) toplam 65 kruvaziyer yolcusuna anket uygulamıştır. Katılımcılar Kuşadası'nda yiyecek ve içecek yerlerini % 48.80 ile "çok iyi", alışveriş yerlerini % 43.50 oranıyla "çok iyi" olarak

değerlendirmişlerdir. İzmir’de ise yiyecek ve içecek yerleri % 42.10 ile “çok iyi”, alışveriş yerleri ise % 63.20 ile “mükemmel” olarak değerlendirilmiştir.

Günlü vd. (2007), yaptıkları çalışmada İzmir limanını ziyaret eden kruvaziyer yolcuların deneyimlerini inceleyerek; İzmir’in kruvaziyer sektöründeki yerinin saptanması amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında İzmir ve yolcu limanı hakkında katılımcıların algılarını keşfetmek hedeflemiştir. Değerlendirmeler arasında yiyecek ve içecek yerleri en yüksek %21.2 ile “çok iyi”, alışveriş yerleri % 19.6 oranıyla “çok iyi” grubunda yer almaktadır.

Parlak (2008)’ in çalışmasında ise, İzmir Kızlarağası ve İstanbul Kapalıçarşı’daki perakende satıcılarının kruvaziyer yolcuları üzerine algısı karşılaştırmalı olarak ölçülmüştür. Çalışma kapsamında Kızlarağası (39) ve Kapalıçarşı’da (96) toplam 136 adet anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Perakendeciler açısından turistlerin gelir durumu en önemli noktalardan biridir. Perakendecilerin değerlendirmelerine göre kruvaziyer yolcuları için halı ve aksesuar “çok önemli”, baharat ve deri “önemli”, tekstil ise “ortalama” öneme sahip olarak görülmüştür.

3.ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı Türkiye’deki bir kruvaziyer limanına gelen yolcuların liman içerisindeki işletmelerde yaptıkları satın alma davranışlarını etkileyen değişkenleri keşifsel ve kısmen de tanımlayıcı bir araştırma ile belirlemektir. Türkiye’nin önde gelen kruvaziyer limanlarından olan Ege Ports Kuşadası Limanı’na uğrayan kruvaziyer gemilerdeki yolcuların satın alma davranışlarını etkileyen değişkenler araştırılmıştır. Çalışma aşağıdaki sorulara cevap bulmayı amaçlamaktadır:

1. Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma davranışları demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?

2. Kruvaziyer yolcuların liman alanında satın alma ya da almama sebepleri nelerdir?

3.1. Kruvaziyer Yolcularının Satın Alma Davranışları İle İlgili Hipotezlerin Geliştirilmesi

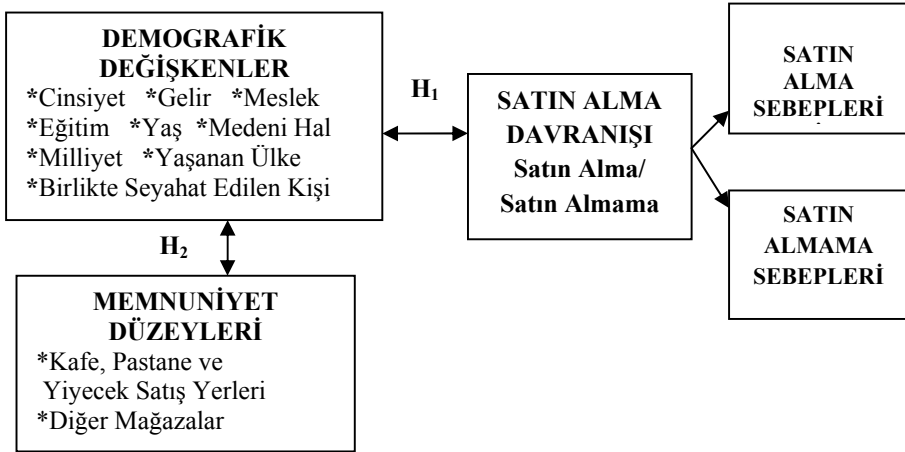
Araştırmada Tuncer ve Atlay Işık (2013)'in havaalanı yolcuları kapsamındaki araştırmalarındaki ölçekler göz önünde bulundurularak satın alma, memnuniyet ve demografik özellikleri kapsayan aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₁: Kruvaziyer yolcuların satın alma davranışları demografik değişkenlere göre farklılık gösterir.

H₂: Yolcuların kruvaziyer liman alanında satın almalarında memnuniyet düzeyleri demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

3.2. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Belirtilen amaçlar doğrultusunda araştırmanın kavramsal modeli Tuncer ve Atlay Işık (2013)'in araştırmalarından yararlanılarak oluşturulmuş ve Şekil 1' de belirtilmiştir. Araştırma ile çeşitli demografik özellikler ve memnuniyet düzeyleri gibi değişkenler kapsamında yolcuların liman alanındaki işletmelerden satın alma davranışlarının karşılaştırmalı olarak analizi amaçlanmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

3.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplama yöntemi olarak nicel araştırma yöntemlerinden saha araştırması yöntemi ve veri toplama aracı olarak anket formu seçilmiş ve form Tuncer ve Atlay Işık (2013)'ın çalışmalarındaki ölçekler esas alınarak İngilizce olarak oluşturulmuştur. Anket formunun ilk bölümü katılımcının demografik özelliklerini saptamaya yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise sorular katılımcının kafe, pastane ve yiyecek satış yerleri ile diğer mağazalardan duydukları memnuniyet düzeyini göstermeye yönelik oluşturulan “Çok İyi” ile “Çok Kötü” arasında değişen 5’li Likert ölçeğine göre sıralanmıştır. Üçüncü bölüm katılımcıların satın alma yaptysa ürünün cinsi kaç adet aldığı ve ne kadar ödediğini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Dördüncü bölümde katılımcıların ürünleri satın alma nedenlerine ilişkin kapalı uçlu ifadeler yer almaktadır. Beşinci bölümde ise katılımcıların ürün satın almama nedenlerini ölçmeye yönelik açık uçlu bir soru yer almaktadır.

3.4. Örneklem

Dünya'nın önde gelen kruvaziyer kuruluşu Cruise Lines Association (CLIA) tarafından 2011’de yapılan araştırmaya göre, lüks kruvaziyer müşterilerinin %14’ünün tercih ettikleri destinasyonlar arasında Türkiye yer almaktadır. Dünyanın lider iki kruvaziyer firması Carnival Corporation ve Royal Caribbean Cruises Ltd.’in Avrupa çıkışlı turları da günden güne artmaktadır (Global Liman İşletmeciliği, 2014).

Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı’na 2012 yılında toplam 564,317 yolcu gelirken, 2013(Ocak-Ekim) yılı verilerine göre limanı toplam 405 kruvaziyer gemi ve 540.606 kişi ziyaret etmiştir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2014).

Temmuz 2003’te özelleştirilen Kuşadası Limanı, Ege Liman İşletmeleri A.Ş. (Ege Ports) tarafından işletilmeye başlanmıştır. Kuşadası Limanı, uluslararası standartlarda modern yolcu terminali olmasının ardından, 2005’te liman alanında bir alışveriş merkezi kurulmuştur. Hem Kuşadası halkını limanla bütünleştirmek, eğlence ve alışveriş ihtiyacını karşılamak, hem de gemi yolcularının ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla Scala Nuova Alışveriş ve Eğlence Merkezi inşa edilmiştir (Global Liman İşletmeciliği, 2014).

Çalışmanın örnekleme Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı içerisinde bulunan alışveriş merkezi Scala Nuova'da alışveriş yapan kruvaziyer yolcuları ve gemi personeli olarak seçilmiş ve kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Böylece çalışmanın katılımcıları yolcuları ve gemi personeli birlikte kapsamaktadır. Anket formu gündüz gemiye giriş yapan katılımcılarla araştırmacıların yüz yüze görüşmeleriyle tamamlanmıştır. 10,15 ve 21 Kasım 2013 tarihlerinde Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı'na toplam 8 kruvaziyer geminin yolcu ve personeli ana kütleli oluşturmuştur. 10 Kasım 2013'de Seven Seas Voyager, Ms Deutschland, Serenade of the Seas, 15 Kasım'da Celebrity Constellation ve Rotterdam Cruise, 21 Kasım'da da Ruby Princess, Pasific Princess ve Rotterdam gemileri gelmiştir. Bu gemilerin yolcu ve personeli arasından tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan toplam 312 katılımcı bu çalışmanın örneklemini oluşturmuştur.

3.5. Veri Toplama Süreci

Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanından gerekli yazılı izinlerin alınması sonucunda yolcuların liman alanına girişleri ile gümrük işlemleri arasındaki bölgede 10, 15 ve 21 Kasım 2013 tarihlerinde toplam 312 kruvaziyer yolcusu ve personeline anket uygulanmış ve 312 adet geçerli anket sayısına ulaşılmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırmada analiz yöntemi olarak kategorik veriler için ki-kare analizi araştırma amacına uygunluğu nedeniyle tercih edilmiştir. Kategorik olmayan veriler için ise bağımsız t-testi yapılmıştır.

Araştırmanın parametrik ölçeğinin güvenilirliğinin belirlenmesi için alfa katsayısı (Cronbach Alpha) kullanılmıştır. Bu doğrultuda yapılan analiz sonucunda alfa katsayı 0,925 (% 92.5) olarak hesaplanmıştır.

Veri toplama aşaması sonrasında veriler elektronik ortama aktarılmış ve SPSS 16 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Profil sorularının frekans dağılımı belirlenmiş ve devamında satın alma davranışlarıyla ilgili geliştirilen hipotezlerin testi için ki-kare ve t-testi analizleri yapılmıştır.

3.7. Bulgular

Anket formunu dolduran katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı aşağıdaki Tablo 5’de verilmektedir. Katılımcıların büyük bölümü ABD’de (% 34.8) ikamet etmektedir. ABD’yi sırasıyla Kanada (% 19.1), İngiltere (% 13.1), Hollanda (% 8.9), Avustralya (% 6.7) ve Almanya (% 2.5) takip etmektedir. Anketi yanıtlayanların büyük bir kısmı 61-70 yaş grubu (% 37.0) arasındadır ve kadınlar çoğunluktadır (%59.8). Medeni hale göre dağılım değerlendirildiğinde çoğunluğun evlilerden oluştuğu (% 77.9) saptanmaktadır. Yolcular arasında lisansüstü eğitim alanların oranının (% 40.4) yüksek olduğu görülmektedir. Aylık gelirlerin incelenmesinde 7000 ve üstü ABD Doları (% 32.1) ile 1000-1999 Avro (% 22.4) gelir gruplarının çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların % 46.2 emekli, % 20.1 profesyonel meslek sahibi % 6.3 de devlet memurundan oluştuğu görülmektedir.

3.7.1. Hipotez Testlerinin Sonuçları

H_1 hipotezinin test edilmesi amacıyla katılımcıların demografik özelliklerine göre satın alma durumlarının değişip değişmediği ki kare analizleri ile ölçülmüş ancak demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklara ulaşılamamış ve H_1 hipotezi desteklenmemiştir. Satın alma yapan katılımcıların demografik özelliklerine göre frekans dağılımları Tablo 6’da verilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	n	%	Değişken	n	%
İkamet Edilen Ülke			Eğitim		
ABD	98	34.8	İlköğretim	4	1.3
Kanada	54	19.1	Orta Öğretim	5	1.7
İngiltere	37	13.1	Lise	54	18.2
Hollanda	25	8.9	Ön Lisans	87	29.3
Avustralya	19	6.7	Lisans	27	9.1
Almanya	7	2.5	Lisansüstü	120	40.4
İspanya	4	1.4	Yanıtlamayan*	15	---
Yunanistan	4	1.4	Toplam	312	100
İrlanda	4	1.4	Medeni Hali		
Fransa	3	1.1	Bekar	46	14.9
Çin	3	1.1	Evli	240	77.9
S.Arabistan	3	1.1	Boşanmış	14	4.5
Belçika	2	.7	Dul	8	2.6
Panama	2	.7	Yanıtlamayan*	4	---
Filipinler	2	.7	Toplam	312	100
Şili	2	.7	Gelir-ABD Doları		
Diğer	13	4.6	0 - 999	10	9.2
Yanıtlamayan*	30	---	1000-1999	10	9.2
Toplam	312	100	2000-2999	10	9.2
Cinsiyet			3000-3999	16	14.7
Bay	123	40.2	4000-4999	10	9.2
Bayan	183	59.8	5000-5999	13	11.9
Yanıtlamayan*	6	---	6000-6999	5	4.6
Toplam	312	100	7000 ve üstü	35	32.1
			Yanıtlamayan*	203	---
			Toplam	312	100
Yaş			Gelir-Euro		
20-30	23	7.7	0 - 999	3	5.2
31-40	14	4.7	1000-1999	13	22.4
41-50	31	10.3	2000-2999	8	13.8
51-60	64	21.3	3000-3999	8	13.8
61-70	111	37.0	4000-4999	6	10.3
71-80	50	16.7	5000-5999	5	8.6
81 ve üstü	7	2.3	6000-6999	4	6.9
Yanıtlamayan*	12	---	7000 ve üstü	11	19.0
Toplam	312	100	Yanıtlamayan*	254	---
			Toplam	312	100

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Özellikleri (Devamı)

Meslek	n	%	Birlikte Seyahat Edilenler	n	%
Devlet Memuru	19	6.3	Eş	201	65.25
Profesyonel	61	20.1	Arkadaş	64	20.78
Öğrenci	7	2.3	Kardeş	14	4.54
Emekli	140	46.2	Çocuk	15	4.87
Serbest Çalışan	9	3.0	Anne	18	5.84
Firma Çalışanı	13	4.3	Baba	7	2.27
Özel İş	15	5.0	Yalnız	18	5.84
Ev Hanımı	15	5.0	Yanıtlamayan**	4	---
Diğerleri	24	7.9	Toplam**	366	---
Yanıtlamayan*	9	---			
Toplam	312	100			

* Yanıtlanmayan sorular frekans dağılımına dahil edilmemiştir (n: katılımcı sayıları)

** Birden fazla yanıt verilebildiği için frekans dağılımı toplamı 100'ü aşmaktadır.

Tablo 6'da katılımcılar anket formunda yer alan çeşitli soru gruplarına verdikleri yanıtlar değerlendirilerek satın alma yapma yapmadıklarına göre sınıflandırılmıştır. Buna göre anket formunun memnuniyet düzeylerinin ölçüldüğü ikinci bölümüne yanıt verenler arasında toplam 236 kişinin satın alma yaptığı saptanırken, satın aldıkları ürünlerin sorulduğu üçüncü bölümde toplam 207 kişinin yanıt verdiği görülmüştür. Tablo 6'da satın alma yapan katılımcıların her iki duruma göre demografik dağılımları verilmektedir.

Tablo 6. Memnuniyet Değerlendirmeleri ve Satın Almaların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Özellikler	Memnuniyet Değerlendirmelerine Katılanlar, %*	Ürün Satın Alma Sorularına Katılanlar, %**
Cinsiyet	Erkek: 76.4 Kadın: 74.9	Erkek: 63.4 Kadın: 67.8
Yaş	20-50: 85.3 51-üstü:73.8	20-50: 77.9 51-üstü: 62.9
	51-70: 74.9 61-üstü: 71.4	51-70: 62.3 61-üstü: 61.9
Medeni Durum	Evlili: 76.3 Diğer: 76.5	Evlili: 66.7 Diğer: 64.7
Çalışma Durumu	Emekli: 70.7 Çalışan :78.9	Emekli:60.0 Çalışan: 69.5
Eğitim	İlk/Orta/Lise: 77.8 MYO/Lisans/L.üstü: 75.2	İlk/Orta/Lise: 65.1 MYO/Lisans/L.üstü: 66.2
İkamet Edilen Ülke	Kanada: 74.1 Hollanda: 88 ABD: 67.3 İngiltere: 72.3 Avustralya: 84.0	Kanada: 54.0 Hollanda: 76.0 ABD: 57.1 İngiltere: 75.7 Avustralya: 73.7
Milliyet	Kanada: 74.2 ABD: 67.0 İngiltere: 75.6	Kanada: 58.0 ABD: 59.0 İngiltere: 73.0

*Toplam 236 yanıt üzerinden değerlendirilmiştir.

**Toplam 207 yanıt üzerinden değerlendirilmiştir.

Tablo 6'da memnuniyet değerlendirmelerine cevap veren 236 katılımcının ve satın alma sorularına cevap veren 207 katılımcının demografik özellikleri birbirlerinden farklı çıkmıştır. Memnuniyet sorularına cevap veren erkek (%76.4) ve kadınlar (%74.9) arasında önemli bir fark görülmezken, ürün satın alma sorularında kadınların (%67.8) oranı erkeklerden (%63.4) yüksektir. Yaş grupları arasındaki değerlendirmede memnuniyette ve satın almada en yüksek oranların 20-50 (%85.3, %77.9) yaşları arasında olduğu saptanmaktadır. Anket formunda bulunan medeni durum seçenekleri iki grup olarak değerlendirilmiştir. Memnuniyet sorularına cevap verenlerin sonuçlarına göre diğer (%76.3) ve evlilerin (%76.3) oranları arasında önemli bir fark görülmemiştir. Ürün satın alma sorularında ise evli olanların (%66.7), diğer grubundan (%64.7) daha fazla satın alma yaptığı gözlemlenmektedir. Çalışma durumunda çalışanların emeklilerden daha çok satın alma gerçekleştirdikleri; eğitimde de toplam olarak incelendiğinde ilköğretim, ortaöğretim ve lise mezunlarının meslek yüksekokulu, lisans ve lisansüstü mezunlarından daha fazla satın alma yaptıkları görülmektedir. İkamet edilen ülkelerde memnuniyet ve satın alma sorularına göre en fazla oranda satın alma yapanlar Hollanda'da (%88.0,%76.0) yaşayanlardır. Memnuniyet ve ürün satın alma sorularına cevap veren katılımcıların milliyetlerinin değerlendirilmesinde her iki soruya

cevap verenlerde en fazla satın alma oranının İngiltere’de (%75.6,%73.0) olduğu saptanmaktadır.

H₂ hipotezinin test edilmesi amacıyla öncelikle anket formunun üçüncü bölümünde yer alan katılımcıların liman alanındaki alışveriş merkezindeki satın almalarına ilişkin memnuniyet düzeylerinin frekans dağılımı ölçülmüş ve Tablo 7’de yer alan sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan yolcular liman alanındaki alışveriş merkezindeki satın almaları sonucunda kafe, pastane ve yiyecek satış yerlerinde kaliteyi %54.4 ile çok iyi, %34.1 ile iyi olarak değerlendirmişlerdir. Ürün çeşitliliğinde %56.6 çok iyi, %32.2 ile iyi bulmuşlardır. Fiyatlarda ise %39.9 ile çok iyi, %39.2 ile iyi olarak değerlendirme yapmışlardır.

Tablo 7. Liman Alanındaki Satın Almalara İlişkin Değerlendirmeler

Satın Almanın Yapıldığı Yer	Değerlendirilen Özellik	Frekans, %*					n*	Ort.**	SS***
		Çok İyi	İyi	Orta	Kötü	Çok Kötü			
Kafe, Pastane ve Yiyecek Satış Yerleri	Kalite	58.4	34.1	6.4	-	1.2	173	1.514	.720
	Ürün Çeşitliliği	56.6	32.2	9.8	.7	.7	143	1.566	.756
	Fiyatlar	39.9	39.2	19.0	1.3	.7	153	1.837	.823
Diğer Mağazalar	Ürün Çeşitliliği	47.4	44.2	8.3	-	-	156	1.609	.638
	Ürün Bulunabilirliği	40.5	50.0	9.5	-	-	158	1.690	.637
	Ürün Kalitesi	45.7	38.3	13.6	2.5	-	162	1.728	.788
	Ürün Fiyatları	38.2	43.6	15.8	2.4	-	165	1.824	.780
	Mağaza Düzeni	38.0	46.0	15.3	-	.6	163	1.791	.741
	Satıcıların Nezaketi	64.0	25.4	9.0	1.1	.5	189	1.487	.748
	Hizmet Süresi	56.1	37.4	6.5	-	-	155	1.503	.618

*Yanıtlanmayan sorular frekans dağılımına dâhil edilmemiştir, n:katılımcı sayıları

1: Çok iyi, 5: Çok kötü *SS: Standart Sapma

Diğer mağazaların değerlendirmesinde ürün çeşitliliği %47.4 çok iyi, %44.2 ile iyi; ürün bulunabilirliği %40.5 çok iyi, %50.0 iyi; ürün kalitesi %45.7 çok iyi, %38.3 iyi; ürün fiyatları %38.2 çok iyi, %43.6 iyi; mağaza düzeni %38.0 çok iyi, %46.0 iyi; satıcıların nezaketi % 64.0 çok iyi, %25.4 iyi; hizmet süresi %56.1 çok iyi, %37.4 iyi olarak saptanmıştır.

H₂ hipotezi t-testi yöntemiyle test edilmiş ve katılımcıların liman alanındaki mağazalardan memnuniyet düzeyine ilişkin karşılaştırmalı analizlerde memnuniyet düzeyinin cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve medeni hale ilişkin demografik değişkenlerde örneklem kapsamında farklılık saptanamamış ve bu alanlardaki alt hipotezler reddedilmiştir. Katılımcı sayılarının uygun olduğu (31 ve üstü) örneklem grupları için memnuniyetin yaşanan ülke ve milliyet değişkenlerine göre ise farklılık gösterdiği durumlar saptanmış ve bu konudaki alt hipotezler kabul edilmiştir. Bu kapsamda yiyecek dışı ürünlerin satıldığı diğer mağazalarda personelin nezaketine ilişkin algılar ABD ve Kanada milliyetinden olan (t₁) ve bu ülkelerde yaşayan (t₂) katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmektedir (p<0.05, t₁=2.084, t₂=2.002). Ayrıca bu mağazalardaki hizmet süresi de ABD ve Kanada milliyetinden olan katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmektedir (p<0.05, t=1.518).

Tablo 8’de katılımcıların hangi ürünleri ne kadar ve ortalama hangi değerlerde satın aldıkları özetlenmektedir. Satın almalarında kişi başına alınan en fazla ürünler ise çanta 1 adet (%55.6), 2 adet (%16.7), hediyelik eşya 1 adet (%25.0), 2 adet (%19.4), 4 adet (%22.2), giyim 1 adet (%58.8), şekerleme 1 adet (% 20.0), 2 adet (%20.0), 5 adet (%40.0), porselen eşya 1 adet (%55.6), dekorasyon eşyası 1 adet (%57.1), tütün mamulleri 1 adet (%66.7), kırtasiye ürünleri 8 adet (%50.0),10 adet (%50.0), aksesuar 1 adet (%63.6), tekstil ürünleri 1 adet (%36.8) ve saat 1 adet (%57.1) olarak yanıtlanmıştır. Sonuç olarak katılımcıların ihtiyaçları doğrultusunda farklı sayıda ürün satın aldıkları gözlemlenmektedir.

Anket formunda katılımcıların liman alanındaki alışveriş merkezinde bulunan mağazalardan satın almak istedikleri ürünlere ilişkin limana gelmeden önce karar verip vermediklerini öğrenmek amacıyla bir soru yer almıştır. Verilen cevaplar doğrultusunda en fazla satın almaya karar verdikleri ürünler arasında soğuk içecekler (16), hediyelik eşya (18), yerel lezzetler (13) ve deri (11) olduğu saptanmaktadır.

Katılımcıların cevapları doğrultusunda birim başına ortalama değerlerle en fazla harcama yapılan ürünler arasında kuyumculuk (6265.66TL), halı (1338.77 TL), cam eşya (832.46 TL), deri ürünler (757.92 TL), aksesuar (580.86 TL), dekorasyon eşyası (366.60 TL), saat (289.345 TL), çanta (230.90 TL), hediyelik eşya (193.00 TL) ve giyim (168.59 TL) gelmektedir. Yapılan satın almaların genel olarak kişisel ihtiyaçlar doğrultusunda olduğu saptanmaktadır.

Tablo 8. Liman Alanında Satın Alınan Ürünler, Adet ve Ortalama Değerleri

Ürünler	Satın alma adedi ve %*	Ortalama ödenen ücret, TL	Ürünler	Satın alma adedi ve %*	Ortalama ödenen ücret, TL
Soğuk içecekler	1: 53.3 2: 46.7	6.62	Deri	1:50.0 2:39.3	757.92
Sıcak içecekler	1: 33.3 2: 44.4	14.27	Cam eşya	1:20.0 2:40.0	832.46
Alkollü içecekler	1: 68.4 2: 15.8	39.80	Porselen	1:55.6 2:11.1 6:33.3	57.51
Sandviç	1: 33.3 2: 33.3	31.33	Dekorasyon eşyası	1: 57.1 2: 21.4 4: 21.4	366.60
Fast food	1: 80.0 2: 20.0	32.24	Aksesuar	1:63.6 2:9.1 3:27.3	580.86
Salata	1: 100.0	---	Güneş Gözlüğü	1:60.0 2:40.0	222.51
Kek-Kurabiye	1: 66.7 2: 33.3	31.34	Kırtasiye Ürünleri	8: 50.0 10: 50.0	10.44
Dondurma	2: 100.0	17.71	Tekstil	1: 36.8 2: 21.1 3: 26.3	76.16
Cips	1: 100	5.45	Oyuncak	1:50.0 3:50.0	30.48
Şekerleme	1: 20.0 2: 20.0 5: 40.0 6: 20.0	17.48	Çanta	1: 55.6 2: 16.7 5: 11.1 6: 5.6	230.90
Tatlı	1: 100	4.09	Kitap	1: 85.7 2: 14.3	14.17
Hediyelik Eşya	1: 25.0 2: 19.4 4: 22.2 5: 11.1	193.00	Giyim	1: 58.8 2: 11.8 4: 11.8 5: 11.8	168.59
Parfüm	1: 100.0	18.08	CD/DVD	1: 100.0	68.10
Kozmetik	1: 50.0 2: 50.0	70.83	Saat	1: 57.1 2: 28.6 3: 14.3	289.345
Tütün mamulleri	1: 66.7 10: 33.3	24.68	Gazete	1: 50.0 2: 50.0	5.22
Yerel lezzetler	1: 33.3 2: 29.2	16.11	Kuyumculuk	2:100.0	6265.66
Halı	1: 57.1 2: 28.6	1338.77	Ayakkabı	2:100.0	91.34
Diğer (Meryem Ana heykeli, Eczane, Pil-Batarya, Nazarlık, Magnet)				1: 53.3 2: 20.0	102.72

Vakitsizlik (%31.8), ödeme sorunu (%8.0), nedensizlik (%5.7) ve sadece hatıra eşyası alınması (%3.4) nedeniyle başka ürün satın alınmaması gelmektedir.

Tablo 10'da da ankete katılan ve harcama yapmayan yolcuların (105 kişi) satın almama sebeplerine ait frekans dağılımı gösterilmiştir. Katılımcıların satın almama sebeplerinde % 40.9'luk oranla ihtiyaç olmaması gelmektedir. Tablo 9'da yer alan katılımcıların satın alma nedenlerini inceleyecek olursak %87.8'lik oranla katılımcıların hediye etmek amacıyla ürünleri satın aldıkları ortaya çıkmaktadır. Sonrasında en sık görülen nedenler ise fiyatların iyi olması (%87.0), acıkma/susama (%85.0) ve gezinin bir parçası olması (%82.4) gelmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Limanda Ürün Satın Alma Nedenleri

Satın alma nedeni	n*	%	Satın alma nedeni	n*	%
Seyahatte ihtiyaç olması	20	64.5	Ürünün aranıyor olması	32	75.6
Beğeni	132	42.3	Fiyatın iyi olması	60	87.0
Gezinin parçası olarak	42	82.4	Kendisini ödüllendirmek	25	80.6
Mevcudun eskimiş olması	2	15.4	Hediye alınması	65	87.8
Farklılık	17	65.4	Çevredekilerin etkisiyle	9	50.0
Acıkma/Susama	51	85.0	Diğer.....	5	31.2

*Birden fazla yanıt verilebildiği için frekans dağılımı 100'ü aşmaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Limanda Ürün Satın Almama Nedenleri

Satın almama nedeni	n	%	Satın almama nedeni	n	%
Vakitsizlik	28	31.8	Ödeme sorunu	7	8.0
İhtiyaç olmaması	36	40.9	Yorgunluk	1	1.1
Satıcıların baskısı	2	2.3	Çok pahalı	1	1.1
Ürünün bulunmaması	4	2.5	Sadece hatıra eşyası alınması	3	3.4
Gemide yemeğe gecikmemek için	1	1.1	Nedensiz	5	5.7

*Birden fazla yanıt verilebildiği için frekans dağılımı 100'ü aşmaktadır.

3.8. Bulguların Değerlendirilmesi

Kruvaziyer yolcularının satın alma davranışlarının araştırıldığı bu çalışma ile uyarlamanın yapıldığı Tuncer ve Atlay Işık (2013)'ün çalışmasının bulguları birlikte incelenecek olursa; her iki çalışmada da katılımcıların çoğunluğunun kadınlar ve evlilerden oluştuğu saptanmaktadır. Kruvaziyer

yolcularının eğitim seviyesinde lisansüstü, diğer çalışmada ise lisans mezunlarının çoğunluğu gözlemlenmektedir. Her iki çalışmayı gelir düzeyleri yönünden incelememiz olanaklı değildir. Kruvaziyer limanında yapılan araştırmada gelir düzeyine dair yeterli veriye ulaşılamamıştır. Havaalanındaki katılımcıların büyük çoğunluğu Almanlardan oluşmaktadır. Kruvaziyer yolcularının ikamet ettikleri yerler arasında en fazla ABD gelmektedir. Yaş gruplarında ise kruvaziyer yolcularında 61-70 yaş arası; havaalanı yolcularında 30-39 yaş arası görülmektedir. Kruvaziyer yolcularında emeklilerin oranının daha fazla, havaalanı yolcularında ise firma çalışanlarının daha fazla olduğu saptanmaktadır.

Satın alınan ürünlerin çeşitliliğinde; havaalanı yolcularının daha çok soğuk içecek, alkollü içecek, hızlı yiyecek, tütün /sigara, çikolata satın aldıkları; kruvaziyer yolcularının ise halı, dekorasyon ürünü, cam eşyası, kuyumculuk, deri ve aksesuar ürünlerini de satın aldıkları saptanmaktadır. Her iki araştırmada da satın alınan ürünlerin farklı olmasındaki en büyük etken kruvaziyer yolcularının yiyecek ve içecek ürünlerini gemide tüketebiliyor olmasıdır.

Satın alma nedenlerinde havaalanı yolcularının ve kruvaziyer yolcularının yanıtlarında ilk üç sırada aynı sonuçlar yer almaktadır; kendilerini aç/susuz hissetmeleri, hediye etmek ve fiyatların uygun olması gelmektedir. Buradan da her iki araştırmada yolcuların satın alma nedenlerinin benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Havaalanındaki gümrüksüz satış olanakları bu ürünlere olan ilgiyi arttırmaktadır.

Havaalanı yolcularının satın almama nedenlerinde, ihtiyacın olmaması, pahalı olması ve önceden satın almaları; kruvaziyer yolcularında ise; ihtiyacın olmaması, vakitsizlik ve ödeme sorunları önde gelmektedir.

4. SONUÇ

Son yıllarda kruvaziyer turizmüne artan ilgi ile birlikte, turizm potansiyeli taşıyan bölgelerin kruvaziyer turizmüne olan ilgisi de artmıştır. Bunun başlıca nedenlerinden birisi turizmin bölgesel gelişime olan katkısıdır. Aynı şekilde kruvaziyer turizminin yerel ekonomilere katkısı oldukça fazladır. Bu nedenle kruvaziyer turizmi yolcuları ve bunun yanında personelinin de limanlarda yapmış olduğu harcamalar araştırmacıların oldukça dikkatini çekmektedir. Bu harcamalar yolcuların kruvaziyerden inip,

limana ayak basmasıyla başlayıp, tekrar limandan kruvaziyere binerek ayrılması ile son bulmaktadır. Ancak, bir diğer ekonomik katkı olarak kruvaziyer gemilerin ve gemi personelinin limandan ayrılmadan önce bölgeden yapacağı ihtiyaç temini de eklenebilir.

Bu çalışmada Tuncer ve Atlay Işık (2013)'in kavramsal modeli ve çalışmalarındaki ölçekler esas alınmıştır. Alışverişin seyahat harcamalarının önemli bir kalemını oluşturması nedeniyle, kruvaziyer yolcuların liman içerisinde yapmış olduğu harcamalarına ve yine aynı yolcuların yapmış oldukları alışverişten memnuniyetlerine odaklanılmıştır. Bu harcamaların yolcuların demografik özelliklerinden ne kadar etkilendiği test edilmiştir. Ancak örneklem kısıtı nedeniyle katılımcı sayılarının uygun olduğu (31 ve üstü) örneklem grupları içerisinde karşılaştırmalı değerlendirmeler yapılabilmektedir.

Katılımcıların ikamet ettikleri ülkelere bakıldığında en yüksek üç ülkenin ABD, Kanada ve İngiltere olduğu; diğer ülkelerin yolcularının ise toplam içindeki oranının %33 olduğu görülmektedir. Ankete katılanların çoğunluğunun yaş ortalaması yüksek, emekli ve profesyonellerden olduğu, kadın yolcuların daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri ve gelir düzeylerinin yüksek olduğu saptanmıştır.

Ancak yapılan çalışmalar neticesinde kruvaziyer yolcuların belirlenen bu demografik özelliklerinin satın alma davranışlarına etki etmediği görülmüştür.

Satın alma nedenleri incelendiğinde, öncelikle ürünleri beğenmeleri olduğu saptanmış daha sonra hediye amaçlı, fiyatların uygun olması ve insani ihtiyaçlar olan acıkma ve susama nedenleri sıralanmıştır. Satın almama nedenleri ise herhangi bir ürüne ihtiyaç duymamaları, vakitsizlik, ödeme sorunu, nedensizlik, hatıra eşya satın alınması şeklindedir.

Memnuniyet düzeylerini incelerken kafe, pastane ve yiyecek satış yerleri için kalite, ürün çeşitliliği ve fiyatlarına yönelik düşünceleri sorulmuştur. Bu soruların yanında diğer mağazalara yönelik ürün çeşitliliği, ürün bulunabilirliği, ürün kalitesi, ürün fiyatları, mağaza düzeni, satıcıların nezaketi ve hizmet süresi de sorular arasındadır. Yanıtların sonuçlarını incelediğimizde, memnuniyet düzeyi “çok iyi” ile “iyi” cevapları aralığındadır. 1.487 ortalama ile en çok “satıcıların nezaketi” seçeneği memnuniyeti sağlarken 1.837 ortalama ile “fiyatlar” memnuniyet düzeyinde

en alt sıradadır. Ortalamada hiçbir değerlendirme konusu 2 (iyi) ve 2'den daha büyük çıkmamıştır. Tüm değerler 1 (çok iyi)'e çok yakındır.

Yine araştırma sonucunda Hipotez 2'de test edilen memnuniyet düzeyinin, demografik özellikler olan cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumu ve medeni halden etkilenmediği saptanmıştır. Bunun farklılaştığı ve memnuniyet düzeyine etki eden gruplar ise ikamet edilen ülke ve milliyettir. Ankete katılımcı sayısı uygun olan (31 ve üstü) örneklem grupları değerlendirildiğinde, A.B.D. ve Kanada milliyetinden olan ve/veya bu ülkelerde ikamet eden katılımcıların, yiyecek dışındaki ürünlerin satıldığı mağazalarda “satıcıların nezaketi” ve bunun yanında “hizmet süresi” değerlendirmelerinde algıları farklılık göstermektedir.

Dünya üzerinde giderek artan yolcu sayısı, teknik gelişmeler, aktivite ve hizmet çeşitliliği olarak büyüyen kruvaziyer turizmi sektörü bu durumlara bağlı olarak ekonomik güç haline gelmiştir. Dünya üzerinde gözlenen bu büyümenin yansımaları doğal olarak Türkiye'de de saptanmaktadır. Bu nedenle hızla büyümekte olan bu sektöre eksik olan gerekli yatırımlar vakit kaybetmeden yapılmalı ve bu büyümeden azami oranda ekonomik anlamda fayda sağlanmalıdır. Yapılan çalışma sonucunda kruvaziyer yolcuların limanda fazla alışveriş yapmadıkları görülmüştür. Bu durumun tersine çevrilebilmesi için nedenler analiz edilmeli ve analiz sonucunda belirlenen sorunlar ortadan kaldırılmalı ve gereken yatırımlar gerçekleştirilmelidir.

Yaş ortalaması yüksek ve satın alma konusunda doyunluğa ulaşmış kruvaziyer yolcularının liman çevresinde zorlanmadan ulaşabilecekleri ve alışveriş yapabilecekleri mağazaların bulunması ve bu mağazalarda satın alma isteklerini canlandıracak Türkiye'ye özgü ürünlerin iyi bir fiyat aralığında sunulması satış oranlarını etkileyecektir. Ayrıca kruvaziyer gemilerin limanlarda daha fazla süreyle kalmaları sağlanarak alışveriş için gerekli olan vakit sorununu da azaltmak hedeflenebilir.

5.ARAŞTIRMANIN KISITLARI VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Araştırmanın uygulandığı dönemin sonbaharda ve kruvaziyer turizminin son döneminde gerçekleşmiş olması gelen gemi ve yolcuların sayılarının düşük olmasına neden olmuştur. Ayrıca gemiden inen yolcular vakit sıkıntısı sebebiyle limanda zaman geçirmeyerek az olan vakitlerinin

çoğunu dışarıda geçirmek istemişlerdir. Böylece anket için görüşülen kişi sayısı ve katılımcı sayıları için uygun olan örneklem grupları bazı demografik gruplandırmalar için düşük seviyede kalmıştır. Anket formunda kullanılan dilin İngilizce olması nedeniyle sadece bu dili bilen kişiler katılım sağlamıştır. Araştırmanın sadece Ege Ports Kuşadası Yolcu Limanı'nda gerçekleşmesi de bir kısıt oluşturmuştur.

Daha sonraki çalışmalarda kruvaziyer turizmi sezonunun başlangıcından sonuna kadar sürecek geniş kapsamlı ve ayrıca mağaza çalışanlarına da yapılacak bir anket uygulanabilir. Ayrıca uygulanacak olan anketin Türkiye'deki diğer limanlarda da uygulanması gerçekleştirilebilir. Böylece örneklem grupları geliştirilebilir. Araştırma uluslararası kruvaziyer limanlarında da tekrarlanarak uluslararası karşılaştırmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

ATLAY, D. (2003) *Limanların Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir İnceleme, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.* İzmir, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

AVRAHAM, E. ve KETTER, E. (2008) *Improving the Image of Cities, Countries, and Tourist Destinations Media Strategies for Marketing Places in Crisis,* Butterworth Heinemann, Oxford, UK.

BACKSTRÖM, K. (2013) Adventures, Auctions and Aspirations: Illuminating Shifts, Tensions and Contradictions in Consumers' Leisure Shopping Experiences, *The International Review of Retail Distribution and Consumer Research*, Vol.23, No.1, pp. 65-86.

BRIDA, J., PULINA, M., RIANO, E., ZAPATA-AGUIRRE, S. (2012) Cruise Passengers' Experience Embarking in a Caribbean Home Port: The Case Study of Cartagena de Indias, *Ocean & Coastal Management*, 55: 135-145.

CLIA (2011) 2011 *CLIA Cruise Market Overview: Statistical Cruise Industry Data Through 2010.* <http://cruising.org/regulatory/clia-statistical-reports>, Erişim Tarihi: 15.12.2013.

DAVIS, H.C. (1983) Regional Port Impact Studies: A Critique and Suggested Methodology, *Transportation Journal*, Vol. 23, No. 2, Penn State University Press, pp. 61-71.

DENİZ TİCARETİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2014) *Kruvaziyer İstatistikleri*.

https://atlantis.denizcilik.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx Erişim Tarihi: 17.01.14

DİLBER, İ. (2007) *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi*, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 2, s. 205-220.

DOUGLAS, N. ve DOUGLAS, N. (2004) Cruise Ship Passenger Spending Patterns in Pacific Island Ports, *International Journal of Tourism Research*, 6, pp. 251–261.

FORSTYH, P. ve DWYER, L. (1998) Economic Significance of Cruise Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 2, pp. 393-415.

ECC (2013) *European Cruise Council 2012-2013 Report*, Editor: Chris Ashcroft, Contributors: Peisley, T. McLaughlin, J. <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ECC%20Report%202012-13.pdf>, Erişim Tarihi: 26.11.2013.

ESER, S. (2006) Eastern Mediterranean Cruise Shipping and Marketing Strategies for Turkey. Dokuz Eylül University, School of Maritime Business and Management, Department of Maritime Business Administration. Izmir, *Unpublished Diploma Project*.

EUROPEAN CRUISE COUNCIL (2011) The Cruise Industry: A Leader in Europe's Economic Recovery *Edition Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe*, G.P. Wild (International) Limited and Business Research & Economic Advisors.

GLOBAL LİMAN İŞLETMELERİ (2014) Liman Kitabı http://www.globalports.com.tr/pdf/liman_kitabi.pdf Erişim Tarihi: 17.01.14

GÜNEŞ, M. (2013) Kruvaziyer Turizmde Dünya ve İzmir, Türkiye Kruvaziyer Platformu'nun Çalışmaları, *İzmir Ticaret Odası Pusula Dergisi*, Sayı: 2013/04, s. 1-5, <http://www.izto.org.tr/e-oda/pusula-dergisi/pusula-2013/2013-04>.

GÜNLÜ, E., CERİT, A. G. , PIRNAR, İ., ORAL, E. Z., AKTAS, G., DOLOGH, G., BALTAZZİ, A. (2007) Izmir as an Emerging Destination in Cruise Tourism: An Analysis of Cruise Passengers' Experiences and Perceptions, *Conference on Cruise Shipping Opportunities and Challenges: Markets, Technologies and Local Development*, Naples, 4-6 October 2007, Proceedings in CD.

HENTHORNE, L., GEORGE, B. P., SMITH, W.C. (2013) Risk Perception and Buying Behavior: An Examination of Some Relationships in the Context of Cruise Tourism in Jamaica, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14, pp: 66–86.

HEUNG, S. ve CHENG, E. (2000) Assessing Tourists' Satisfaction with Shopping in the Hong Kong Special Administrative Region of China, *Journal of Travel Research*, 38: 396.

KAHN, R. F. (1931) The Relation of Home Investment to Unemployment, *The Economic Journal*, Vol. 41, No. 162 pp: 173-198.

KARAKAYALI, H. (1995) *Makro Ekonomi*, Bilgehan Yayınevi, İzmir.

KUŞADASI TİCARET ODASI (2013) *Dünyada ve Türkiye'de Kruvaziyer Turizmi ve Kuşadası Limanı*, <http://www.kuto.org.tr/img/ku/raporlar/10.pdf>, Erişim Tarihi:05.12.2013.

LARSEN, S., WOLFF, K., MARNBURG, E., OGAARD, T. (2013) Belly Full, Purse Closed Cruise Line Passengers Expenditures, *Tourism Management Perspectives*, 6: 142-148.

MUCUK, İ. (2010) *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

PARLAK, İ. (2008) Perceptions of Bazaar Retailers on Cruise Shipping Passengers: A Comparative Case Study For Istanbul and Izmir, Dokuz Eylül University School of Maritime Business and Management. Izmir, *Unpublished Diploma Project*.

REISINGER, Y. (2009) *International Tourism Culture and Behavior*, Butterworth Heinemann, Oxford, UK.

SEYİDOĞLU, H. (2003) *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*, Güzem Can Yayınları, İstanbul.

STEFANIDAKI, E. ve LEKAKOU, M. (2012) *Generated Economic Impact on Cruise Destinations: The Piraeus Case*, Cruise Tourism and Society. Eds.: Alexis Papanthassis, Tihomir Lukovic, Michael Vogel. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.

T.C. ULAŞTIRMA DENİZCİLİK VE HABERLEŞME BAKANLIĞI, (2014) https://atlantis.udhb.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx Erişim tarihi:18.01.2014.

TEYE, V.B. ve LECLERC, D.(1998) Product and Service Delivery Satisfaction Among North American Cruise Passengers, *Tourism Management*, Vol. 19, No. 2, pp. 153-160.

TIMOTHY, J. ve Butter, W. (1995) Cross-Border Shopping: A North American Perspective, *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No. 1, pp. 16-34.

TUNCER, B., ATLAY IŞIK, D. (2013) *Havalimanı Yolcularının Satın Alma Davranışlarını İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması*, 18. Ulusal Pazarlama Kongresi 19-22 Haziran 2013. Kafkas Üniversitesi, Kars.

Yayın Geliş Tarihi : 29.03.2014
Yayına Kabul Tarihi: 11.08.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:101-113
ISSN: 1309-4246

GULET TATİLİ ve KADINLARIN GULET TATİLİ SATIN ALMA TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Serim PAKER¹
Özlem ÖZGEZMEZ²

ÖZET

Deniz turizmi alanının kendine özgü ve üzerinde görece daha az akademik çalışma yapılmış bir türü olan “Gulet Turizmi” bu çalışmada tüketici yönlü bir inceleme ile aydınlatılmaya çalışılmıştır. Kıyılarımızda deniz turizminde kullanılan deniz araçları içerisinde guletlerin yeri vurgulanmış ve yat kiralama da dâhil olmak üzere pazarın genel bir resmi çizilmiştir. Tatil satın alma tercihi ve karar verici rol üstlendiklerinde kadınların gulet tercihi seçim ölçütlerinin aydınlatılması için bir odak grup toplantısı düzenlenmiş ve tüketicinin değerlendirmelerine etki eden unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır.

***Anahtar Kelimeler:** Deniz turizmi, gulet, satın alma davranışı.*

BRIGANTINE VACATION AND A RESEARCH ON WOMENS’ PURCHASE BEHAVIOUR OF BRIGANTINE VACATION ABSTRACT

This study aims to discuss and clarify the brigantine tourism, an idiocratical kind of marine tourism area, which has relatively less been involved in academic researchers the discussion will be based on a consumer oriented investigation. The brigantine situation was emphasized among other marine vehicles used for marine tourism in our coastlines and the market was depicted including yacht chartering. A focus group meeting was organized to clarify the election benchmark of vacation purchase choices, and womens’ brigantine choices when they played a role as decision makers, and the factors affecting consumer considerations.

***Keywords:** Marine tourism, brigantine, purchase behaviour.*

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

² Yüksek Lisans Öğrencisi., Dokuz Eylül Üniversitesi, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, ozlemozgezmez@gmail.com

1. GİRİŞ

Guletler kullanılarak yapılan tatillerin çeşitliliği, süngercilik maksatlı inşa edilip sonradan turizm amaçlı tur teknesine dönüştürülen ilk guletlerden bu yana çok gelişmiştir. Tatile çıkan kişilerin yiyecek ve içeceklerini yanında getirdiği çok ekonomik tur seçeneklerinden “*high delux*” guletlere kadar uzanan bir yelpazede tatil seçeneği sunulmaktadır. Türkiye’nin batı kıyılarının coğrafi yapısı, çok sayıda irili ufaklı koy ve konaklamaya uygun, korunaklı yapılar, uzun yaz tatili sezonu gulet tipi tekneleri ve bu tür tatil seçeneklerini cazip hale getirmektedir. Yıllar içerisinde değişen talebe süratle cevap vermeyi başaran sektör büyümeye devam etmektedir.

2. GULET TURİZMİ

Gulet, Akdeniz sahilinde seyir için tümüyle ahşap olarak üretilen, el yapımı, motorlu ve yelkenli teknelerdir. İlk olarak guletler balıkçıların ve sünger dalgıçlarının avlanma ve yakaladıklarını taşımaları için üretilmiştir. Bugün ise tatil amaçlı tekrar dizayn edilen guletler yat tatilleri için yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

Günümüzde guletler, özellikle Bozburun, Bodrum ve Güllük’teki geleneksel yapıli tersanelerde, imalatı yapan ustaların isimleriyle tanınan, amaca uygunlukları, dayanıklılıkları ve estetik yapıları sebebiyle uluslararası tanınmışlığı çok yüksek bir tekne türü haline gelmişlerdir. Geleneksel tarzda üretilen guletler Ege kıyılarında turizme dönük işlevsel amaçlarla kullanılırken, gulet inşa ustaları yurt içi ve yurt dışından artan miktarlar da siparişler de almakta, bu siparişlerde çoğu kez ustaların gulet üretimi alanında ulaştıkları ustalık düzeylerini değerlendirecek şekilde, talebe özel üretim yapılmaktadır.

İlk guletler taşımacılıkta kullanıldığı için form olarak daha hacimli teknelerdi. Bodrum’da turizmin başlamasıyla taşımacılıkta kullanılan gulet formu da değişimlere uğramış ve günümüzde ‘Bodrum Guleti’ olarak anılan formlarına erişmişler ve ülkemizin en popüler “deniz turizmi” araçlarından birisi haline gelmişlerdir.

Orams (1999) deniz turizmini ‘insanların eğlencesel etkinlikler gerçekleştirmek için ikamet ettikleri yerden seyahat ederek bir denizel çevreye varmaları, odaklanmaları ve ağırılanmalarıdır’ şeklinde tanımlamaktadır.

Deniz Ticaret Odası Deniz Turizmi Çalışma Grubu ise deniz turizmini “Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri” turizmi tanımlamakta ve bileşenlerini aşağıdaki gibi sınıflamaktadır (IMEAK DTO, 2012):

- 1- Deniz Turizmi Araçları;
 - Özel ve Ticari Yatlar
 - Kruvaziyer Gemileri
 - Günübirlik Gezi Tekneleri
 - Yüzer Tesisler
 - Su Altı ve Su üstü Spor Araçları
 - v.b. diğer Deniz Turizmi Araçları
- 2- Deniz Turizmi Tesisleri;
 - Yat Limanları
 - Kruvaziyer Limanlar
 - Çeşitli Bağlama Yerleri
 - İskeleler
 - v.b. diğer Deniz Turizmi Tesisleri

2.1. Yat

Yat ve yatçılık terimleri Felemenk dilinde yer alan ve “izlemek, kovalamak” anlamında jaghen kelimesinden gelir (www.lamirayat.com).1660 yılında Felemenk vatandaşları İngiltere kralına bir yat hediye etmişler ve İngiltere’ye gelen Marry isimli bu tekneden sonra Felemenkçe söyleyiş “jaght”, “yacht” a dönüşmüştür (Özer, 1990; 20).

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği’nin 23. Maddesine göre:

“Yatlar, gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır. Kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak koşulu ile taşıdığı yolcu sayısı otuz altıyı geçmeyen, tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen deniz turizmi araçları da bu kapsamdadır” şeklinde tanımlanmıştır. İlgili yönetmeliğe “On iki yatak kapasitesinden fazla, tonilato belgelerinde yolcu gemisi olarak nitelendirilmiş yat tipinde inşa edilmiş deniz araçları da bu kapsamda belgelendirilir” hükmü de eklenmiştir.

Ayrıca deniz turizmi hizmetinde kullanılacak yatların aşağıda belirtilen nitelikleri taşıması gerektiği belirtilmiştir:

a) Yatçı sayısı ile uyumlu yemek masası, mini bar, oturma ve güneşlenme grupları.

b) Kapasiteye uygun bulaşık makinesi, fırın, buzdolabı veya buz kutusu, kumanya için yeterli depo, yeterli hazırlık yerleri ve bulaşık yıkama yerini kapsayan mutfak.

c) Teknik normlara uygun yatak, genel aydınlatma ve gece lambası, saç kurutma makinesi, tuvalet masası ve aynası, kişisel temizlik kiti, elbise dolabı, perde, kliması olan rahat kullanıma imkân verebilecek şekilde düzenlenmiş, suyun yayılımını engelleyici önlemler alınmış duşlu ve tuvaletli kamaralar.

d) Mürettebatsız kiralanan yatlar hariç personel için ayrı kabin, duş ve tuvalet.

2.2. Yat Kiralama

Yat işletmelerinin sundukları hizmetler mürettebatlı, mürettebatsız, flotilla (grup halinde) ve kabin kiralama şeklindedir.

2.2.1. Mürettebatlı Yat Kiralama

Belirli bir dönem için (genellikle 1 veya 2 hafta) kaptan ve kabin ekibiyle bir yatın kiralınmasıdır. Bugün Türkiye’de mürettebatlı kiralanan yatlar gulet adı verilen teknelerle yapılmaktadır. En sık kullanılan guletler 8-18 kişinin kalabileceği 4-8 ikili/üçlü kabinler olanlardır (www.v-go.com.tr).

2.2.2. Mürettebatsız (Bareboat) Yat Kiralama

Mürettebatsız yat kiralamayı tercih edenler genellikle rotayı kendi başlarına tayin etmek isteyen lisanslı denizcilerdir. Özgürce rotalarını belirlerken en güzel yelken seyirlerini yapmak için bu tip kiralama çeşidini ve genellikle yelkenli tekneleri seçerler (www.barbarosyachting.com).

2.2.3. Flotilla (Grup Halinde) Yat Kiralama

Flotilla, en fazla 10 teknenin yer aldığı grup halinde yapılan gezidir. Gün boyunca bağımsız olarak yelken yapılabilir fakat daima lider tekneyle bağlantı halinde olunması gereken yat kiralama şeklidir (www.budgetsailing.com).

2.2.4. Kabin Kiralama

Belli bir dönem için (genellikle birkaç gün ya da 1 hafta) kaptanı ve mürettebatıyla bir yatta kabin kiralama (tek, iki ya da üç kişilik kabinler) şeklindedir. Yatın rotası ve durulacak limanlar önceden belirlenmiştir (www.v-go.com.tr). Bu tip yolculukta yat ve yatın tüm imkânları diğer yolcularla paylaşılır. (www.atlasyachts.com)

3. GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNELERİ

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmî 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. Kendisine özgü düzenlemeleri bulunan, amaca göre tasarlanmış teknelerin kullanıldığı bu tekne tipi ve sunulan hizmet araştırma harici tutulmuştur.

4. TÜRKİYE’DE YAT TURİZMİ

Yat turizmi dünyada ikinci dünya savaşı sonrası başlayan döneme kadar yeni bir turizm çeşidi olarak uzun bir süre beklenen talebi yaratamamıştır. Türkiye coğrafi konumu, iklimi, yat güzergâhları, tarihsel ve kültürel değerleri ile yarattığı cazibe ile büyük bir potansiyele sahiptir.

Küçük teknelerle günübirlik geziler veya kısıtlı geziler şeklinde başlayan yatçılık Türkiye’de diğer turizm çeşitlerine oranla uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen son on yılda kitle turizminin bir parçası olarak binlerce yatlık filo halinde hızlı bir gelişme göstermiştir. Özellikle geleneksel Akdeniz tekne yapım yöntemleriyle inşa edilen ahşap yatların (guletler) oluşturduğu Mavi Yolculuk filosu dünyada ilk ve tek olup, Mavi Yolculuk ülkemizin dünya turizme kattığı özgün bir turizm dalı olmuştur (İMEAK DTO, 2012).

Türkiye’de Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz İç Suları Düzenleme Daire Başkanlığı’na kayıtlı 2013 yılı ticari ve özel yat sayısı verileri Tablo 1’deki gibidir.

Tablo 1. 2013 Yılı Ticari ve Özel Yat Sayısı

Bağlama Limanı	Toplam Yat Adedi	Ticari Yat	Özel Yat
Bodrum	552	536	16
Marmaris	428	420	8
İzmir	116	92	24
Çeşme	33	31	2
Foça	28	27	1
Datça	23	20	3
Güllük	14	13	1
Kuşadası	7	7	0
Edremit	7	5	2
Toplam	1208	1151	57

Kaynak: T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz İç Suları Düzenleme Daire Başkanlığı, 2012

Gulet tipi yatların idare açısından bir sınıf olarak ele alınmaması sebebiyle ülkemizdeki gulet sayısı ve kapasiteleri bilinmemektedir. Gününbirlik gezi tekneleri ise kendilerine özgü kuralları sebebi ile ayrı işlem görmekte ve kayıtları tutulmaktadır. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne kayıtlı 2013 yılı günü birlik gezi tekne sayı ve kapasite verileri aşağıdaki gibidir;

Tablo 2. 2013 Yılı Gününbirlik Gezi Tekne Sayısı

Bağlı Olduğu Liman	Tekne Sayısı	Kapasitesi
Çeşme	20	1223
Foça	29	830
Menderes	6	340
Seferihisar	6	222
Dikili	4	158
İzmir	2	87
Urla	1	32
Toplam	68	2892

Kaynak: İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013.

5. SAHA ÇALIŞMASI

Deniz turizmi müşterisi evreni içerisinde kadın gulet müşterisi örneklemini hedefleyen saha araştırmasında “odak grup toplantısı” yöntemi tercih edilmiş, tatil kararı karar verici birey olarak kadınların, tekne, sezon, tatil seçenekleri gibi satın alma tercihlerinden hangilerinin etkin olduğu sorusuna yanıt aranmıştır.

5.1. Odak Grup Katılımcılarının Belirlenmesi

Odak grup toplantısına, birbirleriyle ve toplantı moderatörü ile yakın ilişkisi bulunmayan, kendi geliri bulunan, daha önce turizm müşterisi olmuş, kadın katılımcılar davet edilmişlerdir. Davet edilen katılımcılara toplantının konusu ile ilgili ön bilgilendirme yapılmamış, sadece tatil tercihleri ile ilgili tercihlerine başvurulacağı duyurulmuştur. Toplantıya en az sekiz katılımcının katılması beklentisi ile on iki adaya davet ulaştırılmış, adayların onu toplantıya iştirak etmiştir. Toplantı öncesi doldurmaları istenen katılımcı profil bilgileri formunun özet dökümü Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Odak Grup Katılımcı Profili

Katılımcı	K1	K2	K3	K4	K5
Yaş	36	29	26	35	40
Doğum Yeri	İzmir	Sivas	Berlin	Bursa	İzmir
Medeni Hal	Evli	Evli	Evli	Bekâr	Bekâr
Eğitim	Üniversite	Üniversite	Yüksek Lisans	Üniversite	Üniversite
Meslek	Reprezant	Öğretmen	Araştırma Görevlisi	Çevre Mühendisi	Satış/ Pazarlama
Daha Önce Tekne Kiralama Durumu	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet
Katılımcı	K6	K7	K8	K9	K10
Yaş	34	25	33	33	29
Doğum Yeri	Afyon	İzmir	Eskişehir	İzmir	Adana
Medeni Hal	Evli	Evli	Evli	Evli	Evli
Eğitim	Üniversite	Üniversite	Üniversite	Üniversite	Üniversite
Meslek	Memur	Tıbbi Mümessil	Tanıtım Uzmanı	Tıbbi Mümessil	Öğretmen
Daha Önce Tekne Kiralama Durumu	Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır

Katılımcı profili katılımcıların tamamının, örneklem oluşturulurken hedeflenmediği halde yüksek eğitilmiş olduğu

gözlenmiştir. Satın alma ölçütleri yorumlanırken, bulguların bu olgu gözetilerek yorumlanması gerekliliği oluşmuştur.

5.2. Toplantı Yeri ve Zamanı

Odak Grup çalışmasının katılımcılar tarafından bilinen, kolay ulaşılabilen, iş çıkış saatlerinde yoğun trafiği olmayan, park yeri sorunu olmayan, odak grup toplantısını yapmaya uygun büyüklükte bir salonda yapılması amaçlanmış ve katılımcılara da danışılarak Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesinde bulunan bir salonda yapılmasına karar verilmiştir. Katılımcılara bir kroki ile yer tarifi yapılmış, toplu taşıma araçları ile gelenler yerleşke kapısında karşılanıp, salona kadar eşlik edilmiştir. Toplantı salonu katılımcıların kendilerini rahat hissedebilmeleri için yeniden düzenlenmiş, çalışmanın tamamı ileride referans olarak kullanılabilmesi için katılımcıların bilgisine sunularak kayıt altına alınmıştır. Odak grup toplantısı 20 Aralık 2013, Cuma tarihinde 19:30-20:42 saatleri arasında gerçekleştirilmiştir.

5.3. Odak Grup Toplantısı

Odak grup katılımcılarına araştırmanın amacı anlatılmış, odak grup toplantısının süreci ile ilgili bilgi verilmiş, kendilerini gruba tanıtmaları ve daha önce tercih ettikleri tatil deneyimlerini kısaca anlatmaları için süre verilmiştir.

Toplantı öncesinde odak grubun değerlendirmesine sunulmak üzere beş farklı ürün seçilmiştir. Ürünlerin seçilmiş özellikleri A2 boyutunda görsellere basılmış gruba incelenmek üzere takdim edilmiştir.

Ürünlerin seçilmiş özellikleri aşağıdaki gibidir:

- a) Guletin fotoğrafları: Dışarıdan görüntüsü, kamara içi, yemek salonu, güverte/kıç üstü
- b) Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim günlük kiralama fiyatları
- c) Teknenin özellikleri: Yapım yılı, kabin sayısı, personel sayısı, kabin detayları, eğlence ekipmanları, klima v.b. özellikleri



Şekil 1. Odak Grup Toplantısı

Gruba sunulan beş ürün, veri toplamayı kolaylaştırmak için bazı uç örnekler de dâhil edilerek seçilmiştir. Seçilen Guletlerin gerçek isimleri gizlenmiş, isimleri dışında hiçbir özellik değiştirilmemiştir. Seçilen guletler, seçim sebepleri ile beraber aşağıdaki gibidir.

- a) Akasya: High Deluxe, 35m,10 misafir kapasitesi, büyük kabin.
- b) Begonvil: 28m, 20 misafir kapasitesi, küçük kabin.
- c) Çiğdem: 45m, 14 kabin ve 32 misafir kapasitesi, çok küçük kabinler, kalabalık tatil.
- d) Defne:18m, 4 misafir sayısı, çok ekonomik.
- e) Erguvan: VIP, 44m, 5 çok büyük kabin, pahalı.

Görsellerin incelenmesi ve araştırma sorularının tartışılmasından sonra toplantı ile ilgili geri bildirim alınarak toplantı sonlandırılmıştır.

5.4. Araştırma Soruları ve Bulgular

Katılımcıların sefer bölgesi seçerken göz önüne aldıkları ölçütleri sorgulamak için guletlerin yoğun olarak kullandığı dokuz sefer sunularak tercihleri sorgulanmıştır.

- 1- Bodrum-Gökova-Bodrum
- 2- Fethiye-Kekova-Fethiye
- 3- Fethiye-12 Ada-Fethiye
- 4- Olympos-Fethiye-Olympos
- 5- Marmaris-Fethiye-Marmaris

- 6- Bodrum-Patmos-Leros-Kos-Bodrum
- 7- Göcek-Bodrum veya Bodrum-Göcek
- 8- Mykonos-Bodrum veya Bodrum-Mykonos
- 9- Bodrum-Marmaris veya Marmaris -Bodrum

Katılımcıların sefer bölgesi tercihinde en önemli etkenin **yurtdışı durağı** olması, vize alma zorunluluğunun caydırıcı etkiye sahip olmadığı gözlenmiştir. Çıkış limanına dönülmesi (otomobili park ettiği yere dönme şeklinde algılanmıştır), daha önce tatil yapılmış veya yapılmamış durağa uğranması gibi etmenlerin de katılımcıların tercihlerine etkisi bulunduğu gözlenmiştir.

Yılın hangi ayında tatil yapmayı tercih edersiniz sorusuna verilen yanıtlar daha çok kişisel sebeplerle ortaya konmuştur. İzin zamanını şirketin belirlemesi, ailenin diğer fertlerine bağımlı değişkenler gibi etkenler tatil zamanı tercihini etkilemektedir.

Gulet tatili değerlendirilirken *kalabalık* tekne tatillerinden hoşlanmadıklarını dile getiren katılımcılar, akraba ve yakın arkadaş grubu ile dahi teknede kalabalık tatil fikrinden hoşlanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sebeple Çiğdem teknesi incelenen tekneler içerisinde en az tercih edilen tekne olarak işaret edilmiştir. Bir katılımcı bu tekneye “yurt gibi” benzetmesini kullanmıştır.

Az sayıda ama önceden tanımadıkları insanlarla aynı teknede tatil yapma fikri ise katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmiştir:

- o K1: Tekne de başkalarıyla birlikte olmaktan kesinlikle rahatsız olmam zaten otelde de başkalarıyla aynı alanı paylaşıyoruz. Benim için sorun olmaz.
- o K2: Hiç rahatsız olmam aynı durum otelde de söz konusu.
- o K3: Rahatsız olmam.
- o K4: Bence sorun olur aynı ortamda olmayı çok istemem.
- o K5: Benim için hiç sorun değildir.
- o K8: Kesinlikle benim için çok zor, uyum sağlayamam

Görseller üzerinden yapılan değerlendirmede hem özellikleri açısından hem de estetik olarak en beğenilen tekne, günlük fiyatları Erguvan Guletinden (VIP sınıfı) sonra en pahalı tekne olmasına rağmen Akasya Guleti olmuştur. Katılımcıların sadece ikisi en ekonomik seçenek olan Defne teknesini tercih ederken diğer tüm katılımcılar Akasya Guletini tercih etmiştir.

- K4: Yılda bir kere tatil yapacaksam imkânlarımı zorlayıp iyisini seçerim, Akasya bence.
- K6: Olmuşken iyisi olsun, Akasya çok güzel bence aradaki fiyat farkına değer.
- K1: Zaten sadece uyumaya giriyor olacağız, en uygun en ekonomik fiyat Defne, sonuçta aynı yerlerde olacağız, haksız mıyım?

Referans grup etkilerinin sorgulandığı kısımda tatil kararı verirken katılımcılarımızın sadece ikisi ailelerinden etkilendiklerini belirtirken, diğerleri arkadaş etkisinin karar verme sürecinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Ancak tatile dair bilgi toplama tercihleri sorgulandığında güvendikleri bilgi kaynağının ailelerden çok internet siteleri olduğu anlaşılmış, satın alma kararı öncesi ve satın alma süreci boyunca tüm katılımcılarımız internet kaynaklarına başvurduklarını belirtmişlerdir.

Ailede tatil kararı nasıl alınır sorusuna verilen yanıtlarda katılımcılarımız karar verme sürecinde etkin rolün çoğunlukla kendilerinde olduğunu belirtmişlerdir. Bu süreci çalıştıkları yerlerin izin dönemleri gibi zorunlu nedenlerin etkilediğini de ifade etmişlerdir.

Yiyecek ve içecek satın alımlarının misafirler tarafından yapıldığı, menülerin misafirler tarafından oluşturulduğu, günlük menüler oluşturulurken misafirlerin aktif rol aldığı tatil seçeneklerini tercih edebilecekleri seçenekleri katılımcılar tam bir konsensüs içerisinde reddetmiş, tatilde bu uğraşı istemediklerini, gulet işletmecisinin her şeyi hazır sunması gerektiğini bildirmişlerdir.

Bazı işletmelerin tutundurma faaliyetleri içerisinde ön plana çıkarttığı “düşük kalorili tatil” seçeneğini istemediklerini, tatilde kalori hesabı yapak istemediklerini belirtmişler, personel listesinde pilates hocası görmenin satın alma kararlarını **olumsuz** yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir.

6. SONUÇLAR, ÖNERİLER, KISITLAR

Araştırmamız bize göstermiştir ki, kadınlar tatil kararı verirken belirli bir lüks düzeyi beklentisi içerisinde ve zahmetsiz tatil seçeneklerine yönelen bir yapıdadırlar. Tatil fikri olarak deniz turizmi ve yat kiralamaya sıcak bakılmakta ve yurtdışı uğraklı sefer planı yapan ürünler rağbet görmektedir. Katılımcılarımız tatil planında, uğrak yerleri planlamasında, menü planlamasında aktif görev almaya gönüllü değildir.

Tüm bu detayların önceden düşünülmüş ve hazır sunulmuş olmasını tercih etmektedirler

Yapılan odak grup çalışmasında hedeflenmediği halde sadece eğitim seviyesi yüksek katılımcıların bulunması, tercihlerin ortaya konmasında göz önünde bulundurulması gereken bir kısıt olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Aynı odak grup toplantısı eğitim seviyesi daha düşük bir grup ile tekrarlanarak bulguların doğruluğu teyit edilebilir.

Pazarı doğru anlamak için erkekler odak grubu ve çiftler odak grubu da toplanarak belirlenecek tercihler büyük ölçekli bir anket çalışması için veri olarak kullanılabilir ve nitel çalışmalardan elde edilen ölçütlerin, hangilerinin satın alma kararı üzerinde daha büyük etkiye sahip oldukları sorgulanabilir.

KAYNAKLAR

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.

ATLAY IŞIK, D. (2010) *Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye İçin Farklılaştırma Stratejileri*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.

ATLAS YATCHING (2014) Yacht Agents Services, Gulet Charter & Yacht brokerage in Turkey. *Kabin Kiralama*, <http://www.atlasyachts.com/tr/kiralama.htm>, Erişim Tarihi: 02.01.2014.

BARBAROS YATÇILIK (2014) *Yat Kiralama*, <http://www.barbarosyachting.com/tr/yat-kiralama>, Erişim Tarihi: 02.01.2014

BUDGET SAILING (2014) *Flotilla Seyri*, <http://www.budgetsailingturkey.com/turkce/flotilla.asp>, Erişim Tarihi: 02.01.2014

İMEAK DTO (2012) *Deniz Ticaret Odası Sektör Raporu 2012*,
<http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/DTCalismaGrubu.aspx>
Erişim Tarihi:06.01.2014.

İZMİR İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ (2013) *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Yat Turizmi*,
<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11525/yat-turizmi.html>,
Erişim Tarihi: 02.01.2014

LAMIRA YATCHING (2014) *Yat ve Yat Limanı Kavramları*,
<http://www.lamirayat.com/duyurular/47-uluslararası-alanda-yatcilik-kavrami-ve-türk-marinalari.html>, Erişim Tarihi: 02.01.2014.

ORAMS, M. (1999) *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*, Routledge, London.

ÖZER, M. (1990) *Türkiye’de Yat Turizmi*, Proje Değerlendirme Müdürlüğü, Ankara.

T.C. RESMÎ GAZETE (24.07.2009) *Sayı: 27298 Deniz Turizmi Yönetmeliği*,
<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724.htm>, Erişim Tarihi:17.12.2013

ULAŞTIRMA DENİZCİLİK VE HABERLEŞME BAKANLIĞI (2012) *Deniz Çevresi*,
<http://www.denizcilik.gov.tr/dm/beb/denizcevresi.aspx>
Erişim Tarihi: 08.02.2013.

V-GO YATÇILIK VE SEYAHAT ACENTESİ (2014) *Gulet, Yat Kiralama. Kabin, Kiralama*,
<http://www.v-go.com.tr/Gulet.html>, Erişim Tarihi: 02.01.2014

http://www.v-go.com.tr/Yat_Kiralama.html, Erişim Tarihi: 02.01.2014

http://www.v-go.com.tr/Kabin_Kiralama.html, Erişim Tarihi: 02.01.2014

Yayın Geliş Tarihi : 29.03.2014
Yayına Kabul Tarihi :04.06.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:115-129
ISSN: 1309-4246

TURİZM YAZININDA “DENİZ TURİZMİ”NİN OLGUSAL GELİŞİMİ

Gökçe Yasemin KOZAN¹
Sami Sonat ÖZDEMİR²
Ebru GÜNLÜ³

ÖZET

Turizm disiplini birçok disiplin ile ilişkili olduğundan multidisipliner bir alan olarak kabul görmektedir. Bu bağlamda özellikle denizcilik konusunda meydana gelen gelişmeler ile birlikte son dönemde popülerliği artan deniz turizmi de yine bu ilişkinin bir kanıtı olarak görülmektedir. Oysaki yazında bugüne değin yapılan çalışmalara bakıldığında turizm ile deniz bileşenleri konu eden çalışmalar kısıtlı kalmış, deniz turizminin içerdiği alt alanlara ilişkin çalışmalara ise turizm yazınında değinilmediği görülmüştür. Bu bağlamda, “deniz turizmi”nin turizm yazınında geçmişten günümüze nasıl bir gelişme gösterdiği, ulusal başta olmak üzere uluslararası yazında da irdelenmekte, yazında açık olarak nitelendirilebilecek alanlara işaret ederek bu alanda multidisipliner çalışma yapmayı hedefleyen akademisyenlere veri sağlamak amaçlanmaktadır. Bu yönü ile Türkiye gibi deniz turizminin çok yaygın olduğu bir ülkede uygulamacıların yanı sıra teorisyenlerin de konuya katkıda bulunmalarının teşvik edilmesi, araştırmanın önemini işaret etmektedir. Keşifsel nitelikte olan bu çalışmada, oluşturulan anahtar kelimeler üzerinden 1980 itibari ile kapsamlı yazın taraması yapılarak 256 adet yayına ulaşılmış, söz konusu yayınlar birincil ve ikincil gruplar olarak ikiye ayrılarak gruplandırılmıştır. Bu araştırma, özellikle deniz turizmi olgusuna vurgusu ve kapsamlı yazın taraması ile alanında özgün bir araştırma özelliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, turizm yazını, deniz, deniz turizmi.

¹ Arş.Gör., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, gokce.kozan@hotmail.com

² Arş.Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ssonatozdemir@balikesir.edu.tr

³ Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, ebru.gunlu@deu.edu.tr

DEVELOPMENTS OF MARINE TOURISM IN TOURISM-RELATED LITERATURE

ABSTRACT

Tourism is considered to be a multidisciplinary area since it is highly interrelated with the other disciplines. Besides, marine tourism which is one of the most recent popular touristic products that started to develop with the improvements in marine concept is an evidence for an integration of marine and tourism phenomena. However, researches applied to that integration has so far been to a limited number, and the subtitles of marine tourism have highly been neglected in the tourism literature. Thus, this study aims not only to figure out the acceleration of “marine tourism” topic within the national and international literature but also to provide data for the academicians who aim to make further researches. In this context, since Turkey has a fabulous source of marine environments, the importance of this study is appreciable in stimulating not only practitioners but also the relevant academicians. In this exploratory research, upon the defined key words, 256 researches were found among those published since 1980 and they were grouped under two dimensions as; primary and secondary. This research is supposed to be original with the emphasis put on “marine tourism” fact and a detailed literature review.

Keywords: *Tourism, tourism literature, marine, marine tourism*

1. GİRİŞ

Deniz turizmi bir kişinin ikamet ettiği yerden uzak bir yere seyahat etmesini kapsayan, ayrıca odağı ya da ev sahibi deniz çevresi (Burada deniz çevresi, tuzlu ve gelgitten etkilenen sular olarak tanımlanmaktadır.) olan eğlence ve dinlenme faaliyetleri içerir. Dolayısıyla çok sayıda aktivite deniz turizmi kapsamında sayılmaktadır. Bunlar; tüplü ve şnorkelli dalış, rüzgâr sörfü, balıkçılık, deniz canlılarını ve kuşlarını gözleme, kruvaziyer turizmi ve feribot endüstrisi, yelkencilik, yat turizmi, kutup turizmi, deniz müzeleri, tüm kumsal aktiviteleri ve daha fazlasıdır (Orams, 2002).

Deniz turizminin gelişmesine önyak olan ilk izler, 1753’te İngiliz Hekim Richard Russell’ın kitabında deniz banyosunun sağlık için gerekli olduğunu öne sürmesi ile başlamıştır. Avrupa’da gitgide yayılan bu inanışla, insanlar zevk için olmasa bile sağlık için denize girmeye başlamışlardır. Aynı zamanda güneş banyosunun ve açık havada gezinmenin de tavsiye edilmesi, deniz kenarı yapılan gezilere zemin hazırlamıştır (NTV, 2014). Giderek yayılan bu geziler yıllar geçtikçe sadece sağlık amaçlı olmaktan çıkmış ve keyfi yapılan seyahatler haline almıştır.

Deniz, turizm için hep en çekici unsurlardan birisi olmuştur. Yıllardan beri turizm denilince akla gelen ilk şeyin deniz-güneş-kum üçlüsünün olması, deniz turizminin önemini vurgulamaktadır. 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). Aynı zamanda iyi örgütlendiği takdirde ülkelerin turizm gelirlerinin önemli bir kısmı Deniz Turizminden elde edilmektedir (Arıkan vd, 2000: 3).

Türkiye’de de durum böyledir ve turizm gelirlerinin yaklaşık %20’lik bir kısmını deniz turizmi gelirleri oluşturmaktadır. Aynı zamanda talebin en fazla olduğu turizm türü de deniz turizmidir. Turistlerin yaklaşık %90’ı bu amaçla ülkemizi ziyaret etmektedir. Türkiye sahip olduğu uzun kıyıları, temiz denizi ve kumsalları, doğal ve tarihi çekicilikleri ve uygun iklim koşulları sayesinde deniz turizmi konusunda elverişli bir konumdadır ve bu alanda oldukça gelişme göstermiştir (Kozak ve Kozak, 2000: 27).

Turizm yazınında sayısız kavram üzerine sayısız araştırma olduğu açıktır. Söz konusu araştırmalarda birbirinden farklı değişkenler arası ilişkileri inceleyen ampirik yoğunlaşmanın yanı sıra kuramsal çerçevenin oluşturulduğu yaklaşımlar da dikkati çekmektedir. Ancak turizm yazınında hangi konunun ne tür araştırmalarda ele alındığı, ne kadar sıklıkla gündeme geldiği ve ne tür alt başlıklara ayrıldığı irdelenmektense genelde ampirik araştırmalara eğilim bir akım haline gelmiştir. Oysaki bir disiplinin gelişimi, hangi kavramların ön plana çıktığı ilgili alanı anlayabilmek açısından önem arz etmektedir ve bu tür bir inceleme konunun genel görünümüne de ışık tutarak eğilimleri ortaya çıkarmak açısından gereklidir. Bu araştırmada da turizm yazınında deniz turizminin yeri irdelenmekte ve gerek ulusal gerekse uluslararası yazında alana özgü ele alınan kavramlar, konu başlıkları, kullanılan araştırma yöntemleri hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır.

Keşifsel nitelikte olan bu araştırmada Dünya’da ve Türkiye’de Deniz Turizmini konu alan ulusal ve uluslararası akademik çalışmaların özellikleri ortaya koyulmaktadır. Nitel yöntemin uygulanmasını gerektiren keşfedici araştırmalarda, veri toplama teknikleri olarak yazın taraması ve örnek olay teknikleri kullanılmakta, bu araştırmada ise yazın taraması gerçekleştirilmektedir. ‘Deniz Turizmi’ yazını bu çerçevede ele alan her hangi bir çalışmaya rastlanılmadığından (Kozak, 2000: 22), bu çalışma özgün olarak nitelendirilebilir. Bu bağlamda bu çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

- Deniz turizmi yazınında yıllara göre yapılan çalışmalar nelerdir?
- Yapılan çalışmalarda konu ve araştırma yöntemi eğilimleri nelerdir?
- Ulusal ve uluslararası yayınlarda ne gibi benzerlikler veya farklılıklar bulunmaktadır?

2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında üniversitelerin kütüphanelerinin web sayfalarında, ulusal ve uluslararası veritabanlarında literatür taraması yapılmıştır. Taramada deniz turizmi kapsamında ele alınan konulara ait bazı anahtar kelimeler sınıflanmış ve söz konusu anahtar kelimeler aranmıştır. Bu anahtar kelimeler hem Türkçe hem de İngilizce karşılıkları dikkate alınarak, eşzamanlı şekilde Türkçe ve İngilizce olarak sorgulanmıştır. Söz konusu anahtar kelimeler; a) Türkçe: Deniz Turizmi, Kıyı Turizmi, Kruvaziyer Turizmi, Dalış-Sualtı Turizmi, Yat Turizmi, Ada Turizmi, Su Sporları Turizmi, Su Ürünleri Turizmi, b) İngilizce: Sea – Marine – Nautical Tourism, Seaside – Coastal – Shoreline Tourism, Cruise Tourism, Diving – Underwater Tourism, Yacht – Sailing Tourism, Water - Aquatic – Surf – Angling Tourism, Island Tourism ve Aquaculture – Fishery Tourism’dır.

Ancak aşağıda yer alacak olan bulgular, araştırmacıların erişebildikleri kaynak ile sınırlı olmakta, bu kapsamda çeşitli nedenler- ulaşılabilirlik, olanaklar, zaman vb- ile ulaşılamamış kaynaklar olabileceği de özellikle belirtilmelidir. Yazın taramasının veritabanları aracılığıyla yapılması ve pek çok veritabanının da 1990 yılları öncesine ait çalışmaları içeriklerinde barındırmamaları göz önüne alındığında, araştırmanın 1980’den bu yana yapılan çalışmaları kapsadığı düşünülebilir. Bu da araştırmanın kısıtı olarak değerlendirilmelidir. Yapılan yazın taraması sonucu 256 adet çalışmaya ulaşılabilmektedir. Bulunan bu akademik çalışmalara yapısal özellikleri (konu, yöntem, yapım yılı vb.) bakımından yaklaşılmıştır (Çakıcı vd, 2013: 1432). Çalışmada Kozak (2000)’ın “Türkiye’de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışmasında kullandığı inceleme yöntemi referans alınmıştır.

Kozak (2000), tarafından gerçekleştirilen çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da ‘Deniz Turizmi’ yazının gelişimine katkı sağlayan iç faktörler incelemeye alınmıştır. Bu kapsamda, Deniz Turizmi yazınının gelişmesinde etkili olan ve “içsel faktörler” şeklinde adlandırılan unsurlar, bu çalışma kapsamında “birincil faktörler” ve “ikincil faktörler” olmak üzere iki ana grupta toplanmıştır. Birincil faktörler olarak; tezler, makaleler, bildiriler, kitaplar, istatistikler ve araştırmalar; ikincil faktörler olarak da, dergiler, akademik eğitim programları, kongre, sempozyum vb. toplantılar incelemeye alınmıştır (Kozak, 2000: 22).

2.1. Araştırma Bulguları

Yapılan taramada ‘Deniz Turizmi’ alanında yapılan akademik çalışmaların yeni bir çalışma alanı olduğu tespit edilmiştir. İnceleme kapsamında ulaşılan en eski çalışmanın Türkiye’de 1988, yurtdışına ise 1991 olduğu, yani alan araştırmalarının geçmişinin 25 yıla dayandığı görülmektedir. Son yıllarda ise yapılan çalışmaların arttığı gözlenmiştir. Yıllara göre çalışma sayıları aşağıda

Tablo 1’de gösterilmektedir. Ancak daha önce de belirtildiği gibi, araştırmanın sınırlılıkları içerisinde ulaşılabilen çalışmalar dikkate alınmıştır ve ulaşılamayan başka çalışmalar da olabileceği unutulmamalıdır.

Tablo 1. Yıllara Göre Deniz Turizmi Alanında Yapılan Araştırma Sayısı

1988	1	1998	12	2006	7
1991	1	1999	11	2007	8
1992	1	2000	1	2008	20
1993	2	2001	5	2009	17
1994	3	2002	9	2010	32
1995	3	2003	7	2011	27
1996	6	2004	5	2012	31
1997	3	2005	19	2013	25

2.2. Birincil Faktörler

Literatürde yer alan tezler, makaleler, bildiriler, kitaplar, istatistikler ve araştırmalar birincil faktörler kapsamında incelemeye tabi tutulmuştur (Kozak, 2000: 22). Çalışmaların oranları Tablo 2.’de verilmiştir.

Tablo 2. Birincil Kaynakların Oranları

Birincil Kaynaklar	Tüm çalışmalar içinde oranı
Tezler	%14.4
Makaleler	%60.9
Bildiriler	%17.5
Kitaplar	%6.2

2.2.1. Tezler

Alandaki ulaşılabilen akademik çalışmalar içerisinde tezlere bakıldığında, sayının yurtdışında 8, Türkiye’de ise 29 olduğu görülmüştür. Ulaşılan tüm araştırmalar içinde tezlerin payı %14.4dir.

Türkiye’de hazırlanan tezlerin 19’u ‘yat turizmi’ konusunda iken, yurtdışında bu konuda ulaşılan tez bulunmamaktadır. Bulunan bu tezlerin içeriği genellikle bölgesel yat turizminin gelişmesindeki sorunlar ve geliştirilmesine yönelik önerilerdir. Ayrıca yat turizminin bulunduğu bölgeye “ekonomik olarak katkısını” (Kocabıçak, 1996; Kömürcü, 2003) ve “sürdürülebilir turizm kapsamında ekolojik yat turizmi” (Keleş, 2003) yaklaşımını inceleyen tezler de bulunmuştur. Ayrıca ulaşılan akademik çalışmalar içinde, Türkiye’de yapılmış ilk çalışmanın da 1988 yılında “yat turizmi” konusunda bir yüksek lisans tezi olduğu

görülmektedir (“Yat turizminin turizm içindeki yeri: Türkiye’de yat turizmi” Hüseyin Kaya).

- Yat turizmi dışındaki konulara bakıldığında;
- Deniz turizmi konusunda Türkiye’den 1, yurtdışından 1;
 - Kıyı turizmi konusunda Türkiye’den 4, yurtdışından 2;
 - Kruvaziyer turizmi konusunda Türkiye’den 3, yurtdışından 2;
 - Dalış turizmi konusunda Türkiye’den 1, yurtdışından 2;
 - Su sporları turizmi konusunda Türkiye’den 0, yurtdışından 2;
 - Ada turizmi konusunda Türkiye’den 1, yurtdışından 0 çalışmaya ulaşılmıştır.
 - Su ürünleri turizmi konusunda ise hiçbir teze ulaşılamamıştır.

Tezlerin içeriklerine bakıldığında, genellikle, belli bir bölgenin, konu alınan turizm bakımından gelişiminin incelendiği görülmektedir. Bölgesel kalkınma, gelişme olanakları ve sorunların incelendiği bu çalışmalarda varılan sonuçlar ışığında birtakım önerilerle o turizm çeşidinin canlandırılması amaçlanmaktadır. Bunun dışında seçilen konuya sürdürülebilir turizm açısından yaklaşımlar yapılan araştırmalar ve konu hakkındaki tüketici algı ve tercihlerine yönelik yapılan araştırmalar da çalışılma sıklığı bakımından üst sıradadır.

Ulaşılan tezlerin 7 tanesi doktora (%18,9), 30 tanesi ise yüksek lisans tezidir (% 81.1). Yöntemine ulaşılamayan tezler bulunduğundan tam yüzde vermek doğru olmasa da, çalışmaların genellikle içerik analizi ve durum tespiti olduğu gözlenmiştir. Ayrıca anket ve mülakat tekniklerinin kullanıldığı da görülmüştür.

2.2.2.Makaleler

Alandaki ulaşılabilen akademik çalışmalar içerisinde makalelere bakıldığında, en yüksek sayının bu kapsamda ortaya çıktığı görülmektedir. Ulaşılan makale sayısı yurtdışında 129, Türkiye’de ise 27’dir. Tüm araştırmalar içerisinde makalelerin payı %60,9 dur.

Makalelerin içerikleri incelendiğinde, ilk yıllarda daha genel konular üzerine eğilen kavramsal çalışmalara sık rastlanırken, özellikle 2010’lu yıllara gelindikçe değinilen konular daha ayrıntılı irdelenmiş özel konular ve uygulanabilir mikro araştırmalar olarak dikkati çekmektedir. 90’lı yıllar ve 2000’li yılların başında çoğunlukla, konu alınan turizm çeşidi ile ilgili (deniz, kıyı, kruvaziyer vb.) “gelişimi ve katkıları” (örneğin, Tyrrell vd, 2005), “karşılaşılan sorunlar ve öneriler” (örneğin, Kara, 1994), “bölgeye potansiyel etkileri” (örneğin, Dwyer ve Forsyth, 1996, Gormsen, 1997) gibi genel kavramsal çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Son yıllarda ise “sürdürülebilirlik” (örneğin, Ghosh, 2011; Jugovic vd, 2011), “ekoturizm” (örneğin, Halim, 2011), “tüketici algısı ve tercihleri” (örneğin, Onofria ve Nunes, 2013; Lacher vd, 2013), “yerel halkın tutumları”

(örneğin, Perucic ve Puh, 2012; Brida, 2012) gibi konulara eğilim artmıştır. Aynı şekilde çalışma sayısı ve konusu arttıkça, araştırmaların yöntemleri de çeşitlenmiştir. Gözlenen yöntemler arasında; anket, mülakat, gözlem, deney, odak grup çalışması, amprik tahminleme, içerik analizi, lineer regresyon, swot analizi gibi yöntemler bulunmaktadır.

Erişilen makaleler arasında, yurtdışında yazılan makale sayısı en çok "krvaziyer turizmi" konusunu ele alırken, Türkiye'deki çalışmalarda ilk sırayı "kıyı turizmi" konusu almaktadır. Ayrıca "yat turizmi" konusunu ele alan yurtdışında yapılmış akademik makaleye erişilemezken, Türkiye'de de "su sporları turizmi" konusunda çalışmaya erişilebilen kaynaklar arasında rastlanmamıştır.

2.2.3. Bildiriler

Alanda ulaşılabilen akademik çalışmalar içerisinde bildirilere bakıldığında, ulaşılan bildiri sayısı yurtdışında 14, Türkiye'de ise 31dir. Tüm araştırmalar içerisinde bildirilerin payı % 17,5dir. Bildirilerin yayınlandığı konulara bakıldığında, "su sporları turizmi" ve "su ürünleri turizmi" konularında hiç bildiriye rastlanmamış, "dalış turizmi" konusunda ise yalnızca Türkiye'de bir çalışma bulunmuştur. Ayrıca sahip olunan ada sayısı bakımından avantajlı konumda olan bir ülke olmamıza rağmen, Türkiye'de 'ada turizmi' ile ilgili bir bildiriye de ulaşılamamıştır. Bununla birlikte, Türkiye'de yapılan deniz turizmi alan çalışmalarının son yıllarda artmaya başlamasına rağmen, bildiri sayısının da çok düşük olmadığı görülmüştür.

Bildirilerin içeriğine bakıldığında yine daha çok durum tespiti yapılan kavramsal çalışmalar öne çıkarken, "pazarlama" (örneğin, Boyacı ve Çözel, 1998), "sürdürülebilirlik" (örneğin, Yılmaz ve Yılmaz 2005; Özgen, 2005), "çevresel etkileşim" (örneğin, Moreno ve Amelung, 2009) konuları da dikkati çekmiştir.

2.2.4. Kitaplar

Bu çalışmada toplam 16 adet deniz turizmi konularını ele alan kitaba ulaşılmış; bunlardan 2 tanesi Türkiye'ye, 14 tanesi ise diğer ülkelere aittir. Tüm araştırmalar içerisinde kitapların payı %6.2dir.

Türkiye'den ulaşılabilen 2 kitap da, İstanbul Ticaret Odası basımıdır. İlki 1999 yılında yayınlanmış olan, "Sorularla turizm işletmeciliği ve yat turizmi el kitabı" adında Çağrı Oluç tarafından hazırlanmış bir çalışmadır. Görüldüğü gibi, Türkiye'deki 90'lı yıllarda görülen yoğun "yat turizmi" konulu çalışmalara kitap olarak da bir ekleme yapılmıştır. Diğer kitap ise, Ahmet İncekara tarafından hazırlanan "Dünyada ve Türkiye'de krvaziyer turizmi" adlı çalışmadır ve 2002 yılında yayınlanmıştır. Bu çalışmada da erken yıllara ait diğer farklı türdeki çalışmalarda görüldüğü gibi "krvaziyer turizminin geliştirilmesi, krvaziyer

turizminin dünyada ve Türkiye'deki yeri ve önemi” gibi genel konular üzerinde durulmuştur.

Son yıllarda deniz turizmi konusunda hazırlanmış sayısı giderek artan farklı türde çalışmalara rağmen hiçbir kitaba rastlanmamış olması alandaki eksikliği göstermektedir.

Yurtdışında hazırlanmış olan kitaplara bakıldığında ise 14 kitaptan 7'sinin Büyük Britanya'dan çıkmış olduğu görülmektedir. Ulaşılan kitapların %50'sinin tek bir yerden çıkmış olması kayda değer bir orandır, bu durum Birleşik Krallığı'nın deniz turizmi alanındaki çalışmalara olan ilgisini ortaya çıkarmıştır. Bunun dışında Yeni Zelanda, ABD, Hırvatistan, Kanada ve Almanya yayınlanan kitapların ait olduğu ülkeler arasındadır.

Bu kitapların konularına bakıldığında, çalışmaların çoğunun “deniz turizmi” ve “kıyı turizmi” konularında gelişim, etki ve yönetime ilişkin kapsamlı bilgi sağlayan, diğer turizm çeşitlerinden farkını ortaya koyan bilgiler içerdiği görülmüştür. Yine burada da “sürdürülebilirlik ve ekoturizm” ve “iklim değişikliğinin etkileri” gibi konular kitaplarda ele alınmış özel konular kapsamındadır. Ayrıca yine genel betimleyici bilgi ve gelişmeleri aktaran “kruvaziyer turizmi”ni konu almış iki kitap da ulaşılan çalışmalar içerisinde yer almaktadır (Dowling, 2006; Papathanassis vd, 2012). Ayrıca “ada turizmi” konulu bir kitaba da ulaşılmıştır (Butler ve Carlsen, 2011).

Bunların dışında, değinilmesi gereken ilgi çekici mikro konuları ele almış üç kitaba erişim sağlanmıştır. “Marine Wildlife and Tourism Management: insights from the natural and social sciences” adlı kitapta, “deniz vahşi yaşam turizmi” konu alınmış ve bu turizme olan talebin, katılımcıların özelliklerinin, deniz vahşi yaşam turizminin bireysel ve toplumsal açıdan sosyal ve ekonomik etkilerinin, deniz vahşi yaşam turizminin yönetiminin ve etik konuların incelendiği bir çalışma aktarılmıştır (Higham ve Lück, 2008).

“Water – Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences” adlı kitapta, spor ve boş zaman aktivitesi amaçlı yapılan “su sporları turizmi” konusu ele alınmış, tüm su sporları bölümler halinde incelenmiş, sürdürülebilirlik açısından yaklaşımlar yapılmış ve söz konusu turizm çeşidinin geleceğine de değinilmiştir (Jennings, 2007).

“Extreme Tourism: Lessons from the World's Cold Water Islands” adlı kitapta ise “ada turizmi” konusu, kuzey ve güney kutuplara yakın seçilen 14 tane adanın örnek incelemesi ile anlatılmış, ayrıca sonuçta soğuk ve ılık iklim adalarının turizm destinasyonları olarak karşılaştırılması yapılmıştır (Baldacchino, 2011).

2.2.5. İstatistikler ve Araştırmalar

Deniz turizmi konusunda ulusal istatistik ve araştırmalara genel bir bakış yapıldığında bu alanda çok fazla gelişme olmadığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Yat istatistikleri” yapılmaktadır. Burada her liman için ayrı ve ülke bazında toplu olarak, gelen yat sayısı, ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin uyuğu vb. gibi istatistikler tutulmaktadır.

Bunun dışında Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü ve İzmir Ticaret Odası, Bodrum Ticaret Odası gibi kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan “Kruvaziyer istatistikleri ve araştırmaları” mevcut bulunmaktadır. Bu çalışmalar sayesinde kruvaziyer turlarında sefer sayısı, ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin uyuğu, harcamaları gibi konuların istatistiklerine ve durum tespiti yapılan araştırmalara ulaşılabilmektedir.

Uluslararası kapsam istatistik ve araştırmalara bakıldığında, çeşitli ülkelerde çalışmalara rastlanmıştır. Bu ülkelerde genellikle ulusal veya uluslararası çalışmalar yapan, çoğunlukla kar amacı gütmeyen, birlik, kuruluş, dernek gibi kurumların istatistik ve araştırma raporlarına ulaşılmıştır. Bulunan bu çalışmalar içerisinde dikkat çeken bazı araştırmalar olmuştur. Avrupa Komisyonu’nun, Avrupa Birliği bölgeleri dâhilinde deniz - kıyı ulaştırması ve turizmi ile ilgili araştırma ve istatistikleri dikkate değerdir (Eurostat, 2014). “The Florida - Caribbean Cruise Association” adlı örgütün 2011 yılında gerçekleştirdiği “Cruise Industry Overview” adlı çalışma da kruvaziyer endüstrisini ayrıntılı inceleyen bir rapor sunmuştur (The Florida - Caribbean Cruise Association, 2011). “Center on Ecotourism and Sustainable Development” adlı örgütün, “Global Trends in Coastal Tourism” isimli çalışması da 2007 yılında yapılmış ve kıyı turizmi alanında kapsamlı bilgiler sunmuştur. Uluslararası çalışmalar arasında, verilen örnekler gibi örgütler tarafından yapılmış çeşitli araştırmalara ulaşmak mümkündür.

2.3. İkincil Faktörler

İkincil faktörler olarak, kongre, sempozyum vb. toplantılar, akademik süreli yayınlar, akademik eğitim programları incelemeye alınmıştır (Kozak, 2000: 31).

2.3.1. Kongre, Sempozyum vb. Toplantılar

Deniz turizmi alanında yapılan en önemli uluslararası kongre “International Congress on Coastal and Marine Tourism” dir. Ayrıca ilki 1990’da yapılan kongrenin ilk 4’ü dört ve altı yıllık aralıklarla yapılmışken, son 3 kongre ise iki veya üç yıllık aralıklarla gerçekleşmiştir. Son yıllarda artan çalışmalara oranla kongre tarihlerinin de sıklaşmış olduğu görülmektedir. Ayrıca deniz turizmine

yönelik çalışmaların sunulması konusunda önemli bir yeri olan bu kongrenin biri de 2005’te Türkiye’de Dokuz Eylül Üniversitesi ev sahipliğinde yapılmıştır.

Ayrıca ulaşılan bildirimlerin sunulduğu uluslararası kongreler arasında “World Congress on Coastal and Marine Tourism” ve “International Symposium on Coastal and Marine Tourism” kongreleri de bulunmaktadır.

Deniz turizmi konusunda ulusal toplantılara bakıldığında ise 1998 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi tarafından yapılan “I. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu” bulunmaktadır. Türkiye’de deniz turizmi alanında yapılan çalışmaların teşvik edilmesi, değerlendirilmesi ve sunulması açısından oldukça önemli olan bu sempozyum, ilk yapıldığı tarih itibariyle dünyanın çok gerisinde olmadığını da bir göstergesidir. Ancak 2014 yılında ikincisi düzenlenen bu sempozyuma da 15 yıllık bir ara verilmiştir.

Bunun dışında, 7-9 Haziran 2012 tarihinde Ayvalık- Balıkesir’de düzenlenen Sualtı Değerleri ve Turizm Sempozyumu bulunmaktadır.

2.3.2. Akademik Süreli Yayınlar

Ulaşılan 156 makalenin yayınlandığı dergilere bakıldığında, “Journal of Sustainable Tourism” ve “Ocean&Coastal Management” dergilerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmüştür. Ayrıca “Annals of Tourism Research”, “Tourism and Hospitality Management” ve “Tourism Geographies” dergilerinin de sıkça görüldüğü gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, dünyada turizm ve ilgili alanlarında yayımlanan akademik dergiler arasında giderek daha fazla ön plana çıkmakta olan (Kozak, 2000) uluslararası yayım yapan Türkiye dergisi “International Journal of Tourism Research” de araştırmalarda ulaşılan akademik dergilerdendir. Öte yandan 2004 yılından bu yana yayımlanan ‘Tourism in Marine Environments’ adlı hakemli dergi bu alanda dikkati çekmektedir.

Ulaşılan makalelerin bir kısmı da turizm ve denizcilik alanları dışındaki dergilerde yayımlanmıştır. Bunlar ise konu itibariyle; işletme, yönetim, ekonomi, ekoloji, coğrafya ve çevre gibi bilimleri esas alan dergiler olmuştur. Ayrıca ulusal makalelerin üniversitelerin sosyal bilimler dergileri tarafından yayımlandığı da gözlemlenmiştir.

2.3.3. Akademik Eğitim Programları

Türkiye’de deniz turizmi konusunda sadece Dokuz Eylül Üniversitesinde lisansüstü programları bulunmaktadır. Bunlar; “Deniz Turizmi Yüksek Lisans” ve “Deniz Turizmi ve Yat Kaptanlığı Yüksek Lisans” programlarıdır. Türkiye’nin konumu ve potansiyeli düşünüldüğünde program sayısının artırılması gerektiği düşünülebilir.

Bunların dışında, direkt “deniz turizmi” konulu olmayan, denizcilik, marınacılık ve yatçılık ile ilgili çeşitli bölümler mevcuttur. Dört yıllık lisans eğitiminin verildiği “denizcilik” ile ilgili bölümler bulunmaktadır. Genellikle Denizcilik Fakültesi veya Denizcilik Yüksekokullarına bağlı bulunan, “Deniz İşletmeleri Yönetimi”, “Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği” ve “Gemi Makineleri İşletme Mühendisliği” adlı lisans programları, denizcilik sektörüne kalifiye eleman sağlamaktadır.

Ayrıca, yatçılık ve marınacılık alanına nitelikli eleman yetiştirmeyi amaçlayan iki yıllık ön lisans programları da mevcuttur. Bunlar genellikle “Marina işletme”, “Yat işletme ve Yönetimi”, “Marınacılık ve Yat İşletmeciliği” isimli bölümlerdir.

Yurtdışında ise “Coastal and Marine Tourism”, “Coastal, Marine and Water-Based Tourism” gibi çeşitli isimlerde lisans ve lisansüstü programlarına rastlamak mümkündür.

3. SONUÇ

Turizm sektörünün başlıca unsurlarından biri olan deniz faktörünün ortaya çıkardığı bir turizm çeşidi olan “deniz turizmi”, gün geçtikçe sektörde daha fazla önem kazanmaktadır. Bu çalışmada da deniz turizmi konusundaki ulusal ve uluslararası akademik çalışmaların özelliklerini genel bir bakış açısıyla ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan literatür taramasında, ulusal ve uluslar arası toplam 256 adet akademik çalışmaya ulaşılmıştır.

Ulaşılan bu çalışmalar, literatürün gelişmesine katkıda bulunan “iç faktörler” kapsamında “birincil” ve ikincil” olmak üzere iki ana başlık altında incelenmiştir. Birincil faktörler, tez, makale, bildiri, kitap, istatistik ve araştırmaları içerirken; ikincil faktörler ise kongre, sempozyum vb. toplantılar, akademik süreli yayımlar ve akademik eğitim programlarıdır.

Yapılan bu çalışmanın sonucuna kısaca değinmek gerekirse, deniz turizmi akademik çalışmalarının geçmişinin yirmi beş yıl önceye dayandığı görülmektedir. Başlarda çok sık olmayan çalışmalar, deniz turizmi popülerliğini arttırmaya başladıkça artış göstermiştir. Deniz, turizm sektörünün ana etmenlerinden birisi olmasına rağmen, bu turizm çeşidi alanındaki çalışmaların son senelerde yoğunluk kazanması, sektör için dikkat çekici bir eksikliklerdir.

Bulunan akademik çalışmalara bakıldığında en fazla hazırlanan çalışmanın makaleler olduğu görülmüştür. Deniz turizminin hemen her alanında, hem genel konulara değinen hem de özel bazı alt başlıklara göre hazırlanan çalışmalara rastlamak mümkündür. Bildiriler sıklık bakımından ikinci sırada gelmektedir.

Deniz turizmi alanında düzenlenen ve yinelenen kongre ve sempozyumlar sayesinde bu sayının giderek artacağı tahmin edilebilir. Bildirilerde daha çok genel konuların kavramsal açıdan işlendiği dikkat çekmiştir, ancak son yıllarda mikro konulara yönelim de görülmüştür. Bulunan tezlere bakıldığında ise bu alanda tez çalışmasının çok düşük olduğu, sadece deniz turizminin bir çeşidi olarak kabul edilebilecek olan “yat turizmi” konusunda bir dönem çok sık ulusal tez yapıldığı görülmüştür. Yat turizmi dışındaki konuları konu edinen tezlerin tüm çalışmalar içinde %14'lük bir oranda kalmasının, deniz turizmi adı altında akademik eğitim programlarının fazla olmayışından kaynaklandığı düşünülebilir. Yine kitaplara bakıldığında da, Türkiye’de bu alanda sadece 2 tane, uluslararası taramada ise 14 kitaba ulaşılmıştır. Deniz turizmi açısından çok avantajlı konumda bir ülke olmamıza rağmen, özellikle ulusal anlamdaki eksiklik dikkat çekicidir.

İkincil faktörler olarak sınıflandırılan kongre, sempozyum vb. toplantılar, akademik süreli yayınlar ve akademik eğitim programları kapsamında, deniz turizmi alanına karşı çok fazla eğilim olmadığı, son yıllarda hareketlenmeye başladığını söyleyebiliriz. Son yıllarda yapılmaya başlayan ulusal ve uluslararası toplantıların yapılma sıklıkları da giderek artmaktadır. Tüm bu toplantıların alan çalışmalarına büyük katkı sağlayacağı kesindir. Bu nedenle alan içinde önem kazanması beklenmektedir. Akademik süreli yayınlarda, spesifik olarak deniz turizmi konulu bir dergiye rastlanmamıştır. Bu alandaki çalışmaların çoğunlukla turizm alanındaki ve denizcilik alanındaki dergilerde yayımlandığı görülmüştür. Ayrıca işletme, yönetim, coğrafya gibi deniz ve turizm yönetimi ile ilgili dergiler de bu çalışmalar için uygun görülmektedir. Deniz turizmi alanında Türkiye’de sadece tek bir üniversitede akademik eğitim programı bulunmuştur; yatçılık ve marina işletmeciliği konularında da ön lisans programları mevcuttur. Ayrıca uluslararası alanda da çok yaygın değildir. Bunun sonucunda da yukarıda da belirttiğimiz gibi bu alandaki tez çalışmalarının sayısı beklenenin altında kalmıştır. Akademik eğitim programlarının bir alandaki akademik çalışmalara çok büyük katkısı olduğu düşünülünce, bu alandaki eksikliğin de giderilmesi sektörün kazanımı olacaktır.

KAYNAKLAR

ARIKAN, H.A., AYDIN, A., BAYDAĞ, C., ACAR, F. (2000) *Deniz Turizmi ve Yatçılık Çalışma Grubu Görüşler, Öneriler ve Değerlendirmeler*, T.C. Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı, İstanbul.

BALDACCHINO, G. (2011) *Extreme Tourism: Lessons from the World's Cold Water Islands*. Routledge, Kanada.

BODRUM TİCARET ODASI (2014) *Veri Setleri Serisi* <http://www.bodto.org.tr/pdf/istatistik/kruvaziyer.pdf>, Erişim Tarihi: 20.01.2014.

BOYACI, C., ÇÖZEL, B. (1998) Kruvaziyer Gemi İşletmeciliği ve Bir Uğrak Yeri Olarak Türkiye'nin Pazarlanması., *I. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiri Kitabı*, İzmir, ss.34-44.

BRIDA, J.G. (2012) Cruise Tourism Externalities and Residents' Support: A Mixed Approach, *Economics*, Vol.6, pp.1-26.

BUTLER, R., CARLSEN, J. (2011) *Island Tourism: A Sustainable Perspective*. CABI: Birleşik Krallık.

CENTER ON ECOTOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, GLOBAL TRENDS IN COASTAL TOURISM. http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Global_Trends_in_Coastal_Tourism_by_CESD_Jan_08_LR.pdf, Erişim Tarihi: 20.01.2014.

ÇAKICI, A.C., YILDIRIM, O., KARACAOĞLU, S. (2013) Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili. *14.Ulusal Turizm Kongresi*, 05-08 Aralık 2013, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

DENİZ TİCARETİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, *Kruvaziyer İstatistikleri*, https://atlantis.denizcilik.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx Erişim Tarihi: 20.01.2014.

DOWLING, R.K. (2006) *Cruise Ship Tourism*, CABI: Birleşik Krallık.

DWYER, L., FORSYTH, P. (1996) Economic Impacts of Cruise Tourism in Australia, *Journal of Tourism Studies*, Vol.7, pp. 36-43.

ERDOĞMUŞ, U.E., ÇAĞILTAY, K. (2009) Türkiye'de Eğitim Teknolojileri Alanında Yapılan Master ve Doktora Tezlerinde Genel Eğilimler. *Akademik Bilişim'09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 11-13 Şubat, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.

EUROSTAT (2014) *Coastal Region Statistics*, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statisticsexplained.php/Coastal_regionCoastal_tourism, Erişim Tarihi: 20.01.2014.

GHOSH, T. (2011) Coastal Tourism: Opportunity and Sustainability. *Journal of Sustainable Development, Canadian Center of Science and Education*, Vol.4, No.6, pp.67-71.

GORMSEN, E. (1997) The Impact of Tourism on Coastal Areas, *Geojournal*, Vol.42, No.1, pp. 39-54.

HALİM, H. S. (2011) Improving Coastal Tourism Business Competitiveness: Using Ecotourism’s Concept to Explore to Potential of Coastal Tourism Business Pandeglang and Serang Districts. Banten. West-Java. Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*, Vol.2, No.11, pp.87-90.

HIGHAM, J., LÜCK, M. (2008) *Marine Wild Life and Tourism Management: Insights from the Natural and Social Sciences*. CABI Publishing: Birleşik Krallık.

JENNINGS, G. (2007) *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*, Elsevier Inc., Birleşik Krallık.

JUGOVIĆ, A., KOVAČIĆ, M., HADŽIĆ, A. (2011) Sustainable Development Model for Nautical Tourism Ports, *Tourism & Hospitality Management*, Vol.17, No. 2, pp.175-186.

KARA, H. (1994) Mersin-Erdemli Arasında Gelişen Deniz Turizmi, Tarım Alanları İlişkisi ve Sorunları, *Türkiye Coğrafyası Dergisi*, 3, ss.148.

KAYA, H. (1988) *Yat Turizminin Turizm İçindeki Yeri: Türkiye’de Yat Turizmi* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KELEŞ, A. (2003) *Sürdürülebilir Turizm Planlaması ve Türkiye’de Yat Turizmine Ekolojik Bir Yaklaşım*. (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

KOCABIÇAK, Y. (1996) *Kuşadası’nda Yat Turizminin Bölgenin Ekonomik ve Turistik Gelişmesine Katkısı*. (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

KOZAK, N. (2000) Türkiye’de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.1, Sayı.1, ss. 15-55.

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

KÖMÜRCÜ, Ş. (2003) *Yat Turizminin Marmaris Yöresine Olan Katkısının Ekonomik Boyutları* (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

LACHER, R.G., OH, C., JODICE, L.W., NORMAN, W.C. (2013) The Role of Heritage and Cultural Elements in Coastal Tourism Destination Preferences: A Choice Modeling-Based Analysis. *Journal of Travel Research*, Vol.52, No.4, pp.534-546.

MORENO, A., AMELUNG, B. (2009) Climate Change and Coastal & Marine Tourism: Review and Analysis. *10th International Coastal Symposium*, 13-18 Nisan, Universidade Nova de Lisboa, Lisbon.

NTV (2014) *Kaşınan Avrupalılar denizi nasıl keşfetti?* <http://www.ntvmsnbc.com/id/25354452/> Erişim tarihi: 25.05.2014.

ONOFRI, L., NUNES, P.A.L.D. (2013) Beach 'lovers' and 'greens': A Worldwide Empirical Analysis of Coastal Tourism. *Ecological Economics*, Vol.88, pp.49-56.

ORAMS, M. (1999) *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*, Routledge, London.

ÖZGEN, I. (2005) Exploring Marine Ecotourism: Is it a sustainable option or not?. *International Congress on Coastal and Marine Tourism*, 15-18 Kasım, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

PAPATHANASSIS, A., LUKOVIC, T., VOGEL, M. (2012) *Cruise Tourism and Society A Socio-economic Perspective*. Springer: Germany.

PERUĆIĆ, D., PUH, B. (2012) Attitudes of Citizen of Dubrownik Towards The Impact on Cruise Tourism on Dubrovnik. *Tourism & Hospitality Management*, Vol.18, No.2, p.213.

THE FLORIDA-CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION (2011) *Cruise Industry Overview*, <http://www.f-cca.com/downloads/2011-overview-bookCruise%20Overview%20and%20Statistics.pdf>, Erişim Tarihi: 20.01.2014

TYRRELL, T. J., KİM, S., CHANG, Y. (1999) Marine Tourism Resource Development in Korea, *Marine Resource Economics*, Vol.14. No.2, pp. 165-174.

YILMAZ, Ö. D., YILMAZ, B.S. (2005) Protection of Coastal and Marine Resources in Turkey for Sustainable Tourism Development, *International Congress on Coastal and Marine Tourism*, 15-18 Kasım, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Yayın Geliş Tarihi : 31.03.2014
Yayına Kabul Tarihi :03.11.2014
Online Yayın Tarihi: 30.12.2014

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:131-144
ISSN: 1309-4246

SUALTI ARKEOPARKLARI VE DENİZ TURİZMİ

Osman ERKURT¹
Serim PAKER²,

ÖZET

Binlerce yıllık tarihe sahip Anadolu Kıyıları birçok antik batığa ev sahipliği yapmaktadır. Bu batıklardan bazıları bilimsel yöntemlerle gün yüzüne çıkarılmış ve çeşitli müzelerde sergilenmektedir. Ülkemizin bu zenginliği dünyanın ilgisini çekmektedir. Kıyılarımızdaki batıklar, sadece kazılarda görevli bilim insanları tarafından su altında görülebilmekte ve tarihi mirasımızın korunması amacıyla turizme açılmamaktadır. Su altında kurulan imitasyon alanlarla, tarihi dokuya zarar vermeksizin, sahip olunan bu zenginlik turistik çekiciliğe dönüştürülebilmektedir. Su altı turizminin ilgi alanına giren bu konu dünyada özellikle su altı doğal cazibesi yüksek olmayan ülkelerde yeni bir deniz turizmi alanı olarak dikkati çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Deniz turizmi, arkeopark, sualtı arkeolojisi.

UNDERWATER ARCHAEO PARKS AND MARINE TOURISM

ABSTRACT

Anatolian Coasts are hosting many shipwrecks of thousands of years of history. Some of these wrecks have been excavated by scientists and displayed at various museums. This affluence has been attracting the world's attention. The shipwrecks can only be observed by scientists and for the purpose of preserving the historical heritage, wrecks cannot be open to touristic visits. By constructing imitation fields, the affluence can be transformed into touristic attraction without harming the historical artifacts.

This subject involved in the field of underwater tourism attracts attention as a new area of marine tourism particularly in those countries underwater natural attraction of which has not been so high.

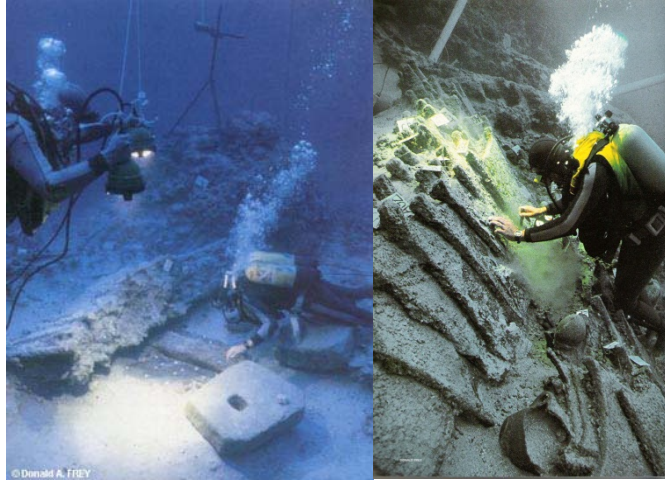
Keywords: Marine tourism, archeopark, underwater archeology.

¹ Arkeolog, 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği, İzmir, info@360derece.info
² Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, serim.paker@deu.edu.tr

1.GİRİŞ

İnsanlık tarihine baktığımızda Anadolu Topraklarının ve onu çevreleyen denizlerin önemli ve değerli olduğunu görürüz. Bilim dünyası binlerce yıllık geçmişe sahip bu toprakları insanlık tarihinin başladığı topraklar olarak nitelendirir. Günümüzden 12000 yıl önceye ait Göbekli Tepe, (Schmidt, 2011:329) 9000 yıl önceye ait Çatalhöyük (Özdöl, 2012:217) gibi dünyanın en eski yerleşim yerlerine sahip olan ülkemiz, doğal olarak onu çevreleyen denizlerde de en eski bilgilere sahiptir. Doğu Akdeniz ve Ege kıyılarında yapılan sualtı araştırmaları ve kazıları birçok batığın var olduğunu göstermektedir.

Kara sularımızda yer alan Uluburun, Gelidonya, Yassıada, Serçe Limanı batıklarıyla bir dünya devi olan ülkemizde, bu batıklar bilimsel olarak mükemmel bir çalışma ile gün yüzüne çıkarılmıştır. (Şekil 1) Bu tekneler her yıl binlerce kişinin gezdiği Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi'nde sergilenmektedir. Kazı sonuçlarından öğrendiğimiz kadarıyla batıkların çok oluşu ve son derece önemli ticaret metallerini taşıyor olması Türkiye'nin sualtı değerlerine olan ilgiyi artırmıştır.



Şekil 1.Uluburun Batığı Sualtı Kazısı

Kaynak: 1985 INA

Dünyanın bilinen en eski batığı olan ve en az yedi ayrı kültürün ürünlerini taşıyan 'Uluburun Gemisi' (Bass, 2001: 86), National Geographic tarafından 20. yüzyılın en önemli ilk 10 keşfi (Scientific American, 1999: 40-43) arasında değerlendirilmiştir (Şekil 1).



Şekil 2. Uluburun Gemisi Replikası
Kaynak*: Selva Egeli, Ağustos 2005

İzmir-Limantepe Kazıları ABD'de yayımlanan ve dünyanın en popüler arkeoloji dergisi olan "Archaeology" nin 2009 yılı Temmuz sayısında dünyanın en önemli ilk 10 sualtı kazısı arasında gösterilmiştir (Archaeology, 2009: 27).

Dünyada ve ülkemizde sürdürülebilir turizm anlayışı fark yaratma ve özgün olma yaklaşımlarının değeri artmaktadır. Otel ve dar çevresinde geçirilen tatil anlayışı giderek önemini yitirmektedir. Yeni açılımlar, yeni keşifler, yeni sunumlar talep edilmektedir. Destinasyonların kendine has özellikleri ve tarihi değerlerini bilimsel temele dayalı projelerle sunmak, turizme yepyeni bir boyut getirecektir. Bu sebeple, interaktif deniz müzelerinin, imitasyon müzelerinin, imitasyon sualtı arkeoparklarının çoğalması gerekmektedir.

Tüm bu olguların hayat geçmesi ülkemiz turizminin pazarlanması, destinasyon çekiciliği, turizm sektörünün sürdürülebilirlik ve alternatif pazar yaratılmasına olumlu katkılar sağlayacaklardır.

2.Dalış Turizmi

Özel ilgi turizminin (alternatif turizm) en önemlilerinden biri olan dalış turizmi, ekonomik hacmi büyük olan bir alanıdır. Kullanılan ekipmanlar, dalış turu organizasyonları ve dalış eğitimi kurumları bu ekonomik hacmin sadece bir kısmıdır.

Senede yaklaşık on milyon Avrupalı turist için Mısır'a gittiğini düşünürsek, turizmin bu alanının son derece önemli bir potansiyel olduğunu düşünebiliriz (www.tourexpi.com). Dalış sporunu seven kalabalık insan grupları su altında farklı deneyimler yaşamak için yeni arayışlarla dünyanın çeşitli yerlerine seyahat programları yapmaktadırlar (Şekil 3).



Şekil 3. Dalgıçlar

Kaynak*: Mualla Erkurt, Eylül 2006

Ülkemizin ılıman iklimi sayesinde dört mevsim dalış yapılabilmesi büyük bir olanaktır. Zengin sualtı coğrafyası ve tarihi sualtı dokusu, batıklar dalış sporu yapan insanların ilgisini çekmektedir. Dünyada en önemli 50 dalış destinasyonlarından biri ülkemizin Kaş ilçesidir. Sualtı dünyası çok çeşitli olan Kaş, batıklar, mağaralar, kanyonlar, resifler, tüneller, uçaklar ve sualtı canlılarının çeşitliliğinden dolayı her zaman çekiciliği yüksek bir dalış merkezi olmuştur.

3. Sualtı Arkeoparkları

İnsanlar tarihin en eski dönemlerinden beri denizi ve sualtını merak etmektedirler. İnsan doğasından gelen bu merak turizm yatırımcılarını cezbetmiştir. Var olan arkeolojik ve doğal dokunun dışında sualtında turizm amacıyla hazırlanmış sualtı turistinin ilgisini çekecek, bölgenin turizm potansiyelini arttıracak insan yapısı unsurlar günümüz turizminin önemli girişimleri arasında öne çıkmaktadır.

Sualtı arkeoparklarının en önemli özelliği tarih, arkeoloji, çevre ve kültürel değerlere sahip bir deniz ortamı oluşturmasıdır. Arkeoloji ve sualtı arkeoloji mirasının bilinçli bir şekilde korunması ve bu bilgilerin yaygınlaştırılması, çevreyi, denizi, ekolojii koruma bilincinin gelişmesini de sağlar. Bu bilinç, eğitim programlarıyla da desteklenirse kalıcı ve daha da koruyucu olur (Hamer vd., 2005: 5).

İdare, (bakanlık, valilik, kaymakamlık), eğitim kurumları (üniversiteler, enstitüler), dalış merkezleri, turizm işletmeleri ve sivil toplum kuruluşları bu konudaki girişimleriyle, hem çevreye duyarlı hem de arkeolojik bilincinin yayılmasıyla ilgili girişimleri teşvik ederek ülke turizmine çok değerli katkılarda bulunmaktadır.

Arkeopark projeleri aynı zamanda çok yönlü olarak hizmet vermektedir. Öncelik, yöre halkının ilgisini çekmek, onları bilinçlendirmek ve yeni iş sahaları yaratmaktır. Daha sonra tarihe ilgi duyan herkesin dikkatini o bölgeye çekmektir. İşin en vazgeçilmezi ise bilimsel temeldir. Sualtı arkeoparkları üniversitelerin, bu alanda çalışmış bilim insanlarının katkılarıyla, bilimsel gerçeklere uygun olarak yapılmalıdır. Bilimsel kaynaklardan yararlanılarak yapılan gerçeğe uygun canlandırmalar insanların daha çok ilgisini çekmektedir (Delgado,1997: 16).

Türkiye'nin dünya çapında bilinirliği en yüksek sualtı merkezi olan Kaş ilçesinde turistik çekiciliği daha da geliştirmek ve tanıtmak amacıyla yerel yönetim, üniversite, sivil toplum kuruluşları ve dalış merkezleri biraya gelerek uluslararası sualtı arkeopark projelerini hayata geçirmişlerdir. Öncülüğünü 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği'nin yaptığı bu projeler Sualtı Araştırmaları Derneği (SAD) tarafından yürütülmektedir (Şekil 4).



Şekil 4. Kaş Sualtı Arkeoparkı
Kaynak*: 2006, Mualla Erkurt, A.Şeyda Maraş

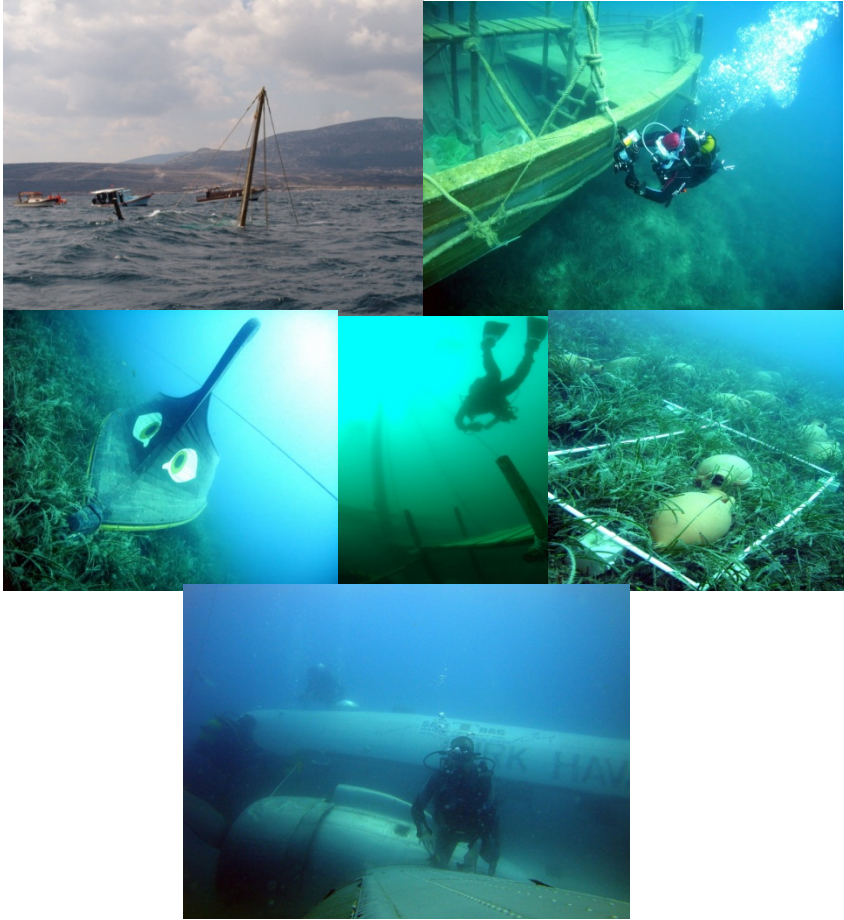
2006 yılında Kaş Arkeopark Deneysel Arkeoloji Projesi, 2007 yılında Türkiye Sualtı Kültür Mirası Sanal Müzesi (internet ortamında yayın), 2008 yılında Kaş Arkeopark Bilim Kampı, 2009 yılında Genç Arkeopark, 2010 yılında Kaş Kültür Mirası Yüzey Araştırmaları, 2011 yılında da Kaş Tarihtir projeleri yapılmıştır. (Özaygen vd., 2008: 14) Projelerin bazıları tamamlanmış, bazıları devam etmektedir (www.sad.org.tr).

Bu projeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜBİTAK (, TÜBA (Türkiye Bilimler Akademisi) NAS (Nautical Archaeology Society), DEGUWA (German Society for the Promotion of Underwater Archaeology), ARİT (The American Research Unstitute in Turkey), AKMED (Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü), Avrupa Birliği, Dünya Bankası, ODTÜ, Başkent Üniversitesi, UCLA (University of California Los Angeles), İTÜ, Kaş Belediyesi ve Kaş Kaymakamlığı'nın destek ve katkılarıyla yapılmıştır. 2014 yılı eylül ayında NAS aracılığıyla tüm Avrupa'ya duyurulan dalış programları uygulanacaktır (www.nauticalarchaeologysociety.org).

2009 yılında İzmir, Mordoğan'da yeni bir sualtı arkeoparkı projesi hayata geçirilmiştir. Proje sahibi 360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği, Ankara Üniversitesi, Ege Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi ve Mordoğan Belediyesi işbirliği ile uygulanan bu projeye, İzmir-Mordoğan ilçesinin gerek bilimsel anlamda gerekse sportif anlamda bir sualtı merkezi haline getirilmesi ve bu değer in ülkemizde, dünyaya tanıtılmasını amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan sualtı arkeoparkının hem bilimsel çalışmalarda kullanılan bir alan haline getirilmesi hem de bölgedeki dalış turizmi çekiciliğinin artırılması arttırılması hedeflenmiştir (Şekil 5, Şekil 6).



Şekil 5: Mordoğan Sualtı Arkeoparkı
Kaynak*: Mualla Erkurt, 2009



Şekil 6: Mordoğan Sualtı Arkeoparkı
Kaynak*: Barış Şendemir, 2009

Bu amaçla M.Ö 600'lere ait Ege Denizinde kullanılan ticaret ve savaş teknesinin replikaları yapılmış, 18 metre derinliğe batırılmıştır. Daha sonra bu alana ilgiyi arttırmak amacıyla 2. Dünya Savaşında kullanılan bir nakliye uçağı olan C 47 de batırılmıştır.

4.İmitasyon (Taklit) Müzeler

Yeni bir müzecilik anlayışı olarak başlayan imitasyon müzecilik orijinal eserlerin yerine taklitlerinin yapılarak sergilenmesi esasına bağlı bir uygulamadır. Yurt dışında çok örnekleri olan bu müzecilik anlayışı daha da gelişerek "Ecomuseum" adıyla yerel katılıma dayalı bir çalışma sistemini uygulamaktadır. Yerel kalkınmayı geliştirmeyi amaç edinmiştir.

Bu bağlamda, 2011 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Alanya Müzesi, Alanya Belediyesi ‘‘Alanya Kalesi Kızılkule-Tophane Eksenli Denizcilik ve Gemi Müzesi’’ projesini hayata geçirmiştir. Tamamen interaktif müzecilik anlayışıyla imitasyon malzemelerle bir sergileme yapılmış, 2012 yılında tamamlanan müzeyi ilk sekiz ayında 46.576 kişinin (Haber Alanya Gazetesi, 8 Eylül 2012) gezdiği tespit edilmiştir. (Şekil 7)



Şekil 7: Alanya Kalesi Kızılkule-Tophane Eksenli Denizcilik ve Gemi Müzesi

Kaynak*: Mualla Erkurt, 2012

5.ÖnerilerR

Ülkemizin eşsiz doğal kaynakları, arkeoloji ve denizin alternatif turizm ile gelişen bağları, özellikle sualtı arkeolojisinin insanları cezbeden yanı bir araya gelince sualtı arkeoparklarının turizm içindeki önemi daha da ortaya çıkmaktadır.

Bilimsel yöntemlerle ele alınması gereken bu konu üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, konu ile ilgili işletmelerin aralarında yapacakları işbirliği ile ele alınmalıdır.

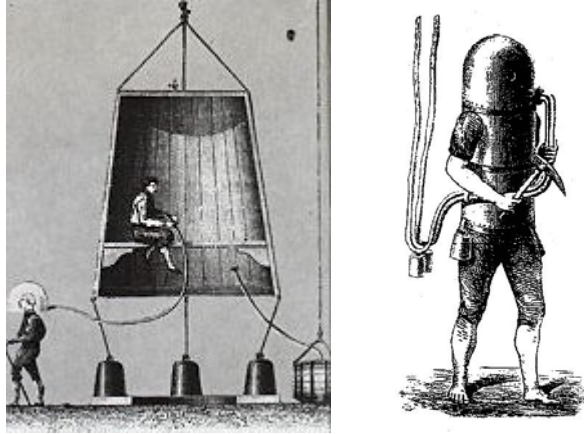
Bu kurumların ortak kararıyla seçilecek bir batığın orijinal bilgilerinden yola çıkarak imal edilecek tekne ve tekneye ait yüklerin imitasyonlarıyla yapılacak özel dalış noktaları oluşturulmalıdır. Hemen yanına ise günümüzde görüldüğü ve bilindiği şekli yerleştirilmelidir. Bu alanlar sualtı arkeolojisinin kazı, restorasyon ve dokümantasyon tekniklerinin öğretildiği alanlar haline getirilmelidir.

Bu alanların en büyük özelliği arkeolog olmayan başka mesleklere sahip insanların sualtı arkeolojisine olan ilgilerinin ve buna bağlı bilgilerinin artmasını sağlayacaktır. Yıllık programlarla çalışan bu merkezler dalış turizmine yeni bir boyut katacaktır. Bu yöntemlerle oluşturulmuş olan dalış noktaları, dalanların ilgisini çekebilecek başka objelerle de desteklenmelidir. Bölgeye yakın yere batırılacak uçak ve deniz canlılarının yaşamı ile ilgili yapay resif oluşumları ilgiyi daha da arttıracaktır. (Bass, 1972: 24)

Ayrıca, dalış ağırlıklı programlar içeren kurslar ve seminerler verilmelidir. Bu kurslar, konularında uzman, akademik referanslı kişiler tarafından verilmelidir. Kursların ana amacı deniz, arkeoloji ve insan bağları kurmak olmalıdır. Kursların konuları ana değişmez olan sualtı arkeolojisi ağırlıklı olmalıdır. Konular; sualtı arkeolojisi, dalgıçlık tarihi (antik dalgıçlık), sualtı sörveyi, eserlerin yüzeye çıkarılması, dokümantasyon, restorasyon, sualtı fotoğraf ve film tekniği, sualtı canlıları ve yaşam alanları, deniz mutfağı olmalıdır.

Sualtı arkeolojisi: Projede yer alan sualtı programlarının bel kemiğini oluşturan sualtı arkeoloji tekniklerinin uygulanması ile ilgili bilgilerin verilmesi.

Dalgıçlık tarihi: Konuya interaktif yaklaşımın en önemli olgusudur. Bunun için bilinen en eski dalış aletleri bilimsel yöntemlerle yeniden imal edilip, risksiz programlar içinde kullanılması (Şekil 8).



Şekil 8. Antik Dalış Aletleri 1680

Kaynak: Dr. Edmond Halley, Bibliodysey image

Sualtı sürveyi: Batıkların tespiti için deniz tabanında yapılan araştırmalardır. Bazı elektronik aletler kullanılabilir. (Şekil 9)



Şekil 9:Uzaktan kumandlı araç (ROV)

Kaynak: www.turbosquid.com

Eserlerin Yüze Çıkarılması: Sualtı arkeolojisinde arkeolojik malzemenin su üzerine çıkarılabilmesi için uygulanan özel yöntemler. (içi hava dolu balonlar)

Dokümantasyon: Yerinde tespit edilen arkeolojik malzemenin tarih ve tipoloji göz önüne alınarak incelenmesidir.

Restorasyon-Konservasyon: Özel sualtı arkeoloji teknikleri kullanılarak çıkarılan eserin temizlenmesi, onarılması ve saklanması için gereken kimyasal işlemlerin yapılması.

Sualtı Fotoğraf ve Film Teknikleri: Tüm dalış programlarında kullanılan bu konu, çalışmaların her noktasının nasıl fotoğraflanacağı ile ilgili bilgileri içermektedir. Çok özel bilgiler gereken, pahalı aletler ile uygulanan bu konu daha çok teorik bilgi gerektirir. (foto mozaik)

Deniz mutfağı: Dünyamızda en önemli besin zinciri olan deniz canlıları hakkında bilgi sahibi olmak (Broadwater, 2002).

6.SONUÇ

Süreklilik turizmin ana değişmezidir. Burada amaç bilimsel gerçeklerden yola çıkarak oluşturulan bu yapıları turizm olgusu içinde yumuşatılarak sunmaktır.

360 Derece Tarih Araştırmaları Derneği on senedir deneysel arkeoloji projelerini hayata geçirmektedir. Bu süre boyunca gerek yurt içinde gerekse yurt dışında ki deneyimlerimizden edindiğimiz sonuçlar; her meslek ve kültür kesiminden insanın tarih ve arkeolojiye karşı duyduğu inanılmaz ilgi ve meraktır. Bundan yola çıkarak ülkemizin zengin tarihi ve arkeolojik değerlerini imitasyon müzeler, arkeoparklar, aquaparklar, sualtı arkeoparkları gibi yeni tanıtım projeleriyle çok geniş kitlelere tanıtılabilir ve bundan ekonomik girdiler elde edilebilir.

KAYNAKLAR

ARCHAEOLOGY (2009) Volume 62 number 4, july/august 2009, <http://archive.archaeology.org/0907/> , Erişim Tarihi: 11.05.2014.

BASS, F. G. (1972) *A History of Seafaring Based on Underwater Archaeology*, Thames&Hudson, London.

BASS, F.G. (2001) *National Geographic Türkiye*, Kasım 2001.

BROADWATER, J.D. (2002) *Timelines of Underwater Archaeology*, Chapter 2, International Handbook of Underwater Archaeology, Kluwer Academic/Plenum Publishers, New York.

DELGADO, J.P. (1997) *Encyclopaedia of Underwater and Maritime Archaeology*, British Museum Press, London.

HAMER, A.,FRY, N.,STONE, G. (2005) *Secrets of the Solent, Hampshire & Wight Trust*.

ÖZAYGEN, A.Ş., CAMUŞÇUOĞLU, D.H, VARİNLİOĞLU, G., GİRĞİN, S., BAŞTANLAR, Y. (2008) *Tübitak Araştırma Projesi*, Proje No: 107K133, Ankara.

ÖZDAŞ, A.H. (2012) *Ege ve Akdeniz Bölgesi Sualtı Araştırmaları*. 35.Uluslararası Kazı, Araştırma ve Arkeometri Sempozyumu, 27-31 Mayıs 2013, Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.

ÖZDÖL, S. (2012) *Çatalhöyük Kazıları 2011*, 34. Uluslararası Kazı, Araştırma ve Arkeometri Sempozyumu, 28 Mayıs-1 Haziran 2012. Hitit Üniversitesi, Çorum.

SCHMIDT, K. (2011) *Göbekli Tepe Kazısı 2010 yılı Raporu*, 3.Cilt, 33. Uluslararası Kazı, Araştırma ve Arkeometri Sempozyumu 23-28 Mayıs 2011, İnönü Üniversitesi, Malatya.

SCIENTIFIC AMERICAN (1999) *The Ten Greatest Discoveries of the Twentieth Century*, 1,6, 40-43.

FOTOĞRAFLAR:

- Şekil 1: Uluburun Batığı Sualtı Kazısı, 1985, Institute of Nautical Archaeology Yayınlanmamış fotoğraf
- Şekil 8: Antik dalış aletleri 1680, Dr. Edmond Halley, Bibliodyssey image. (http://i.kinja-img.com/gawker-media/image/upload/t_original/18zbia42mzyhsjpg.jpg Erişim tarihi 02.03.2014)
- Şekil 9: Uzaktan kumandalı araç (ROW) www.turbosquid.com (Erişim tarihi 02.02.2014)

* Bu fotoğrafların kullanım hakları yazarlara aittir.

- Şekil 2: Uluburun Gemisi replikası, Ağustos 2005, Selva Egeli
- Şekil 3: Dalgıçlar, Eylül 2006, Mualla Erkurt
- Şekil 4: Kaş Sualtı Arkeoparkı , Ekim 2006, Mualla Erkurt, A.Şeyda Maraş
- Şekil 5: Mordoğan Sualtı Arkeoparkı , 2009, Mualla Erkurt

- Şekil 6: Mordoğan Sualtı Arkeoparkı, 2009, Barış şendemir
- Şekil 7: Alanya Kalesi Kızılkule-Tophane Ekseni Denizcilik ve Gemi Müzesi 2012, Mualla Erkurt

Yazarlara Duyuru

Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi Dergisi'ne gönderilecek yazılar aşağıda belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmalıdır.

- Yazılar Türkçe ve İngilizce dillerinde yazılmış olabilir. Ancak tüm çalışmalarda Türkçe ve İngilizce başlıkları ile birlikte Özet / Abstract bulunmalıdır.

- Özet / Abstract'ın sonunda en fazla üç adet Türkçe ve İngilizce **Anahtar Kelime (keyword)** yazılmalıdır.

- Dergiye gönderilen çalışmalar daha önce yayınlanmamış özgün çalışmalar olmalıdır.

Tez çalışmalarından, projelerden veya daha önce bilimsel toplantılarda sunulan tebliğlerden hazırlanan yazılar dip notta belirtilmelidir.

- Yazılar A4 kağıdına tek taraflı olarak basılmalı ve **üst:5 sol:5 alt:5 sağ:4,5 cm** boşluk bırakılmalıdır.

- Yazının **BAŞLIĞI TÜM HARFLERİ BÜYÜK OLMAK ÜZERE** Times New Roman yazı tipinde, koyu, 12 punto, ortalanmış olarak yazılmalı ve iki satırı aşmamalıdır.

- Başlığın altında yazar(lar)ın, Adı Soyadı bulunmalıdır. Birden fazla yazarın bulunması durumunda yazarlar üst bilgi ile numaralandırılmalıdır. Örnek: ilk yazar adı (1) ve _inci yazar adı (2) vb.

- Yazar(lar)ın kimliklerini belli edecek bilgiler (bağlı buldukları kurum, elektronik posta adresleri) alt bilgi alanında bulunmalıdır.

- Yazıların ana başlığını oluşturan cümlelerin tümü "**BÜYÜK HARFLERLE ve KOYU (BOLD)**" yazılmalıdır. İkinci alt başlıklar ise "**İlk Harfleri Büyük ve Koyu (Bold)**" yazılmalıdır. Ana ve alt başlıklar Times New Roman yazı tipinde, 11 punto ile yazılmış olmalıdır.

- Yazıların metin kısmı Times New Roman yazı tipinde, 11 punto ile tek aralık ile yazılmalıdır.

- Önce ve sonra boşlukları 0 nk, satır aralığı tek girinti 1. 125 cm olmalıdır

- Yazıların toplam uzunluğu 5 sayfadan az 50 sayfadan fazla olmamalıdır.

Çalışmaya sayfa numarası verilmemelidir.

- Metin içerisinde yer alan tüm şekiller, tablolar **metin genişliğini aşmamalı**, şekiller ve tablolar **jpg formatında olmalıdır**.

- Tablolar ve şekiller numaralandırılmalıdır. **Tablo** ve **Şekil** başlıklarının “İlk Harfleri Büyük” yazılmalıdır. Tablo başlıkları tabloların üstüne, şekil başlıkları şekillerin altına yazılmalıdır.

- Kaynaklara yapılan atıflar dipnotlar ile değil, metin içinde yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yıl, sayfa numaraları şeklinde yapılmalıdır.

Örnek : sonucu elde edilmiştir (Saçaklıoğlu, 2008 : 18–22).

- Kaynakça alfabetik olarak yazılmalı, numaralama yapılmamalı ve aşağıdaki örneklere uygun olmalıdır.

Kitaplar

GAYTHWAITE, J.W. (2004). *Design of Marine Facilities fot the Berthing, Mooring, and Repair of Vessels*, ASCE Press New York.

Dergideki Makaleler

GEORG_AD_S, C. (1984). Modelling Boat Wake Loading on Long Floating Structures, *Journal of Computers and Structures*, Vol.18, No.4, Pergamon Press, London, pp. 575-581.

- Çalışmalar basılı olarak üç adet ve ayrıca dijital ortamda (CD / disket) gönderilmelidir.

- Yazım kuralları dışında yazılmış makaleler değerlendirilmeye **alınmayacaktır!**

- Çalışmalar için telif bedeli ödenmeyecek olup, yazarlar çalışmalarını dergimize göndermek ile çalışmalarına ait telif hakkını dergiye devrettiklerini kabul etmiş sayılırlar.