

Kruvaziyer Turizmi: İzmir Merkez Liman Olabilir Mi?

Araş. Gör. S. Emre DİLEK
Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 72060, Batman.
s.emre.d@hotmail.com

Araş. Gör. Sonay KAYGALAK
Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Tınaztepe Kampüsü, 35160, İzmir.
sonay.kaygalak@deu.edu.tr

Öğr. Gör. S.Seda TÜRKSOY
Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, 35945, İzmir.
selcen.seda.turksoy@ege.edu.tr

Prof. Dr. Alp TİMUR
Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 35160, İzmir.
alp.timur@deu.edu.tr

Özet

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te belirtildiği üzere, Türkiye'nin dünya turizm piyasasındaki payını arttırabilmesi, turizminin zaman ve mekan içerisine yayılabilmesi, turistik ürün çeşitlendirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda, İzmir ili açısından da durum farklı değildir. İzmir'in Türkiye turizminden aldığı payın % 4,5 olduğu düşünüldüğünde bu oranın arttırılması, turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yıla yayılabilmesi ile mümkündür. Bu amaca yönelik olarak çalışmada, İzmir turizmine yön veren turizm paydaşları ile yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İzmir'in kruvaziyer turizmindeki mevcut durumu ve merkez liman (homeport) olabilmesi adına yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmıştır. Kodlama ve analizler sonucunda, İzmir limanının uluslararası standartlara ulaştırılması ve turizm paydaşları arasındaki koordinasyonun arttırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kruvaziyer, İzmir

Cruise Tourism: Can Izmir be a Home Port?

Absract

As stated in Tourism Strategy 2023, the increase of Turkey's share in world tourism market is due to the spread of tourism geographically and throughout time and tourism product diversification. In this sense it is not different in terms of Izmir tourism. Considering the share of Izmir in tourism market (4.5%), increasing that proportion is directly related to diversification of tourism product and spread of tourism throughout the year. In this research, in accordance with this purpose, face to face interviews were made through structured questionnaire form with the leading stakeholders of Izmir tourism. The current existing state of Cruise Tourism in Izmir and what should be done in order to be a home port were analyzed. After decoding and analyses, the need for internationalizing the port and increasing the coordination among the stakeholders were found out.

Key Words: Tourism, Cruise, Izmir

GİRİŞ

Kişilerin gelir düzeyi ve boş zamanlarındaki artışa paralel olarak seyahat ve dinlence anlayışlarında da değişimlerin meydana geldiği söylenebilir. Uluslararası turizm hareketlerine bakıldığında her ne kadar deniz, kum, güneş gibi klasik kitle turizm anlayışı ağırlığını korusa da alternatif turizm hareketleri de belli oranda artmaktadır (UNWTO - Tourism Highlights 2014) Turizm talebindeki bu değişim, farklı turizm arz kaynaklarına sahip destinasyonlara da yansımakta ve bu yerlerde yeni turizm olanakları yaratılarak alternatif turizm türleri geliştirilmektedir. Bu turizm türlerinden biri de kruvaziyer turizmdir.

Turizmin, dünya toplam ihracat oranının % 6'sını oluşturan bir sektör olduğu ve ülke ekonomileri açısından büyük önem taşıdığı bilinmektedir (WTO - International Trade Statistics 2013). Bu bağlamda, Türk turizminin 1980 sonrası yakaladığı ivmeyi sürdürebilmesi ve dünya turizm piyasasından daha fazla pay alabilmesi – Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te belirtildiği gibi – turizmin zaman ve mekan içerisine yayılıp, çeşitlendirilmesine bağlıdır. İzmir ili açısından söz konusu durum değerlendirildiğinde turizmin tüm yıla yayılması açısından kruvaziyer turizmi önemli turistik ürün çeşitlerinden biridir.

İzmir'e gelen kruvaziyer gemisi ve yolcu sayılarına bakıldığında 2003 yılında gelen kruvaziyer sayısı yalnızca beş ve yolcu sayısı 3.271 iken, başta İzmir Ticaret Odası (İZTO) olmak üzere diğer turizm paydaşlarının da çabaları ile bu rakam 2013 yılı sonu itibarıyla 191 gemi ve 486.493 yolcuya ulaşmıştır (İzmir Ticaret Odası web sayfası, 2014). Ancak İstanbul, Kuşadası gibi ulusal ve Venedik, Pire, Dubrovnik gibi uluslar arası rakipler ile kıyaslandığında söz konusu rakamların halen yeterli seviyelerde olmadığı söylenebilir. Bu nedenle, özellikle direk uçuşlar ile uzun mesafeli deniz aşırı seyahatlerin İzmir'e yönlendirilebilmesi son derece önemlidir. Bununla birlikte, kruvaziyer turizmin geliştirilmesi için gerekli uzun vadeli turizm planlama ve politikaları ile başta limanlar olmak üzere fiziki ve yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir (Gülbahar 2009; Esmer ve Oral 2010).

1. KRUVAZİYER TURİZMİ

Kruz / cruise, kelime anlamı olarak: gezmek, dolanmak, seyretmek (gemicilik), deniz gezisi vb. anlamına gelmektedir (Denizcilik Terimleri Sözlüğü). Kruvaziyer kelimesi, *tatil amaçlı kullanılan, konaklamalı, boyutları ve konfor koşulları belirli standartlarda olan*

gemiler için kullanılırken, yüzen bir otelde konaklayıp, uluslararası seyahatlerin gerçekleştirilmesi ise *krvaziyer turizmi* olarak ifade edilmektedir.

Kruvaziyer yolcuları, Dünya Turizm Örgütü tarafından “*aynı gün gelen ve ayrılan ziyaretçiler*” olarak kabul edilmektedir (WTO). Bu nedenle, bir durakta birden fazla gece konaklama söz konusu olmayabilmektedir. Uluslararası Denizcilik Organizasyonu tarafından tanımlandığı gibi; *krvaziyer yolcuları bir ülkeye seyahat gemileriyle gelenler olup (IMO) bir veya birçok kez karaya çıkmış olsalar bile geceyi gemide geçiren kişilerdir* (Çimenoğlu 2011:19).

Kruvaziyer turizmi, deniz temelli turizm kategorisi içinde yer almakta (Şahin vd. 2011), belli bir program çerçevesinde iki veya daha fazla gün için en az 100 yolcu kapasiteli gemilerde gerçekleştirilen, gemi içinde düzenlenen çeşitli aktiviteler dışında liman ziyaretleri, limana yakın yerleri ziyaret ve alışverişlerden oluşan bir turistik ürün çeşididir. Diğer bir ifade ile kruvaziyer turizmi, deniz yoluyla çeşitli limanlara uğrayarak gerçekleştirilen keyif amaçlı seyahat olarak tanımlanabilir. Kruvaziyerler yüzen oteller özelliğinde olup otellerin sağladığı tüm imkânları misafirlerine sağlarlar. Bu anlamda kruvaziyer turizmin belirgin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Güzel 2006: 10).

- Seyahat süresi yolcu açısından bellidir (5,7,10,15 ve 30 gün).
- Yolcu bindiği yere geri getirilmektedir. Başka bir ifade ile, binme ve inme limanları genellikle aynıdır.
- Gezi sırasında uğrak yerleri ve uğrak zamanları tarifeye dayandırılmıştır.
- Uğrak yerleri ağırlıklı olarak turizm merkezleri (kumsal, güneş, tarih, doğa, alışveriş vb.) arasından seçilmektedir.
- Hizmet ulaştırmadan çok gezi niteliğindedir.

2. DÜNYADA KRVAZİYER TURİZMİ

Kruvaziyer taşımacılığı uluslararası turizm pazarında en hızlı gelişme gösteren alanlardan biridir. (Dwyer ve Forsyth 1998:393). Deniz yolunun turistik bir ulaştırma şekli olması ve kruvaziyer gemilerle turların yapılması, limanları yolcu taşımacılığında önemli bir noktaya taşımıştır (Yaşar 2008: 3). Dünyada kruvaziyer turizm ile taşınan yolcu sayısı 2000 yılında 9.6 milyona ulaşırken (Kester 2002: 338), 2012 yılı sonunda ise bu rakam 20.9 milyon yolcuya ulaşmış (European Cruise Council 2012/13 Report), son yirmi yılda da 60 milyondan fazla insan kruvaziyer gemilerle seyahat etmiştir (Kadioğlu 2007: 81). 2015

yılında ise 25 milyon kişinin kruvaziyer turizmine katılması beklenmektedir (WTO 2012 Barometer).

Tablo 1. Kruvaziyer Turizmde Küresel Pazarlar – Yolcu Sayıları (Milyon Kişi)

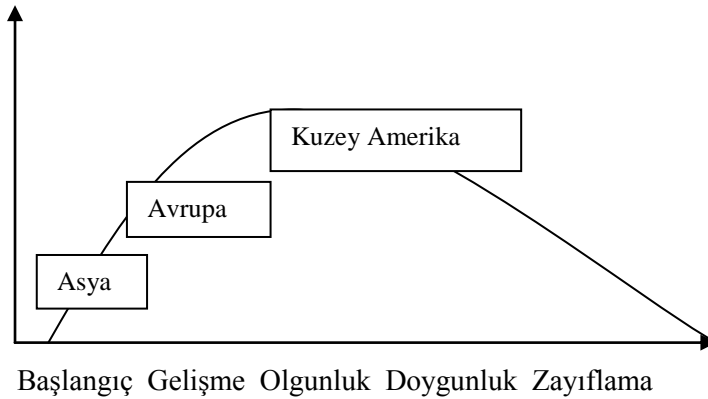
Bölgeler	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Pazar Payı 2012 (%)
Kuzey Amerika	10.38	10.45	10.29	10.40	10.78	11.52	11.6	55,7
Avrupa	3.44	4.05	4.46	5.00	5.57	6.18	6.26	20,9
Diğer (Güney Amerika, Çin ve Asya Ülkeleri)	1.29	1.37	1.45	2.18	2.40	2.91	3.00	
Toplam	15.11	15.87	16.20	17.58	18.75	20.61	20.9	100

Kaynak: European Cruise Council, 2012/13 Report.

Yukarıda yer alan tablodan da anlaşılacağı gibi, küresel pazarlardaki yolcu sayıları her geçen yıl artmakta ve kruvaziyer turizmi pazarı turizm bölgeleri için daha da önem kazanmaktadır. Nitekim kruvaziyer turizmi, ekonomik ve sosyal etkileri göz önüne alındığında kısa dönemde turizmin gelişmesine önemli ölçüde katkı sağlayacak bir turistik ürün çeşididir (Meriç 2007: 313). Bölgeler açısından bakıldığında Kuzey Amerika ve Avrupa'nın aldıkları pazar payı ile kruvaziyer turizmde en önemli bölgeler olduğu görülmektedir.

Aldıkları pazar paylarına paralel olarak bölgelerin kruvaziyer turizm yaşam eğrileri değerlendirildiğinde ise özellikle Kuzey Amerika gelişim – doyumluk basamağına ilerlerken, Avrupa gelişim, Asya kıtası ise kruvaziyer turizmi için başlangıç aşamasındadır (WTO Tourism Barometer 2012).

Şekil 1. Bölgelere Göre Kruvaziyer Turizmin Ürün Yaşam Eğrisi



Kaynak: WTO Tourism Barometer 2012.

Dwyer ve Forsyth (1998) kruvaziyer turizmin ekonomik etkilerini inceledikleri çalışmalarında, kruvaziyer turizmin bölge ekonomisine, vergi gelirlerine, işsizliğe ve çeşitli değerlere katkı sağladığını belirtmişlerdir. Avrupa Kruvaziyer Konseyi 2011 yılı araştırma raporunda, Avrupa'da 6.2 milyon kişi (Avrupa Birliği'nde ikamet eden) kruvaziyer turlar için rezervasyon yaptırdığı ve bu rakamın dünya genelinde kruvaziyer gemilerle seyahat edenlerin % 30'unu oluşturduğu belirtilmektedir. Diğer taraftan, yaklaşık 5.6 milyon kişinin seyahatlerine Avrupa limanlarından başlaması, kruvaziyer gemilerinin Akdeniz başta olmak üzere, Baltık Denizi ve diğer Avrupa limanlarını ziyaret etmesi de önemli bir veridir. Ayrıca 2012 yılında sadece Avrupa'da kruvaziyer turizmde yaklaşık 15 milyar euroluk harcama yapılmıştır. Bu veri de, kruvaziyer turistlerin uğradıkları limanlarda ve bölgelerde yapmış oldukları harcamaların bölge ekonomisine doğrudan ve dolaylı olarak gelişimine ne derecede olumlu katkılar yaptığının bir göstergesidir.

Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği'nin yapmış olduğu bir araştırmaya göre, kruvaziyer ile yapılan gezilerin tur sürelerine göre dağılımı da zaman içinde değişmektedir (Güzel 2006). Söz konusu dağılım ve zaman içindeki değişimi Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Kruvaziyer Gezilerinin Tur Sürelerine Göre Dağılımı

Tur Süreleri	Toplam içindeki Payları (%)		Değişim (%)
	1980	2004	
2-5 Günlük	24,3	31,4	7,1
6-8 Günlük	59,1	55,5	- 3,6
9-17 Günlük	15,4	12,8	- 2,6
18 ve üstü Gün	1,2	0,3	- 0,9
	100 %	100 %	

Kaynak: Güzel, 2006.

Kruvaziyer talebinin kruvaziyer tur sürelerine göre dağılımı incelendiğinde, 2-5 günlük turların gittikçe daha fazla talep edildiği ve Tablo 2'de görüldüğü üzere toplamdaki payının yüzde 31,4'e yükseldiği görülmektedir. Son dönemlerde bir düşüş görülmesine rağmen toplamda en büyük payı % 55 ile 6-8 günlük turlar almaktadır. Bu durum kruvaziyer turizm talebinin daha çok kısa turlara yönelik olduğunu göstermektedir.

Gemicilik sektöründe olduğu gibi kruvaziyer işkolunda da tescilin yabancı menşeli olduğu görülmektedir. Dünyadaki önemli kruvaziyer şirketlerinin merkezlerinin Miami veya

Florida'da olmasına ve yolcuların büyük bir kısmının Kuzey Amerika'dan katılanlar olmasına rağmen şirketler ve kruvaziyer gemileri Panama, Liberya, Bermuda veya Bahamalar gibi kendi menşe ülkelerinin dışına kayıtlıdır. Kruvaziyer şirketlerinin bu şekilde hareket etmelerinin en önemli nedeni merkez ofislerinin bulunduğu ülkelerin vergi uygulamalarıdır. Bu yöntemle birçok firma neredeyse hiç gelir vergisi ödememektedir (Güzel 2006:30).

3. TÜRKİYE'DE KRUVAZİYER TURİZMİ

Dünya genelinde uluslararası turizme katılanlar 2013 yılında 1 milyar 87 milyon kişiye ulaşmıştır (WTO -Tourism Highlights 2014). 2013 yılı rakamlarına göre Türkiye'ye 39 milyonun üzerinde yabancı ziyaretçi girişi gerçekleşmiş ve Türkiye, dış turizmden 32.310 milyar dolar gelir elde etmiştir. Bu verilere göre Türkiye dünya genelinde yabancı ziyaretçi girişi bakımından altıncı, turizm gelirleri bakımından ise 12. Sırada yer almaktadır.

Büyük bölümü kitle turizminden elde edilen gelirler içerisinde marina işletmeciliği, yat turizmi ile birlikte kruvaziyer turizmin payı artmaktadır. 2003-2006 yıllarında Türkiye limanlarını ziyaret eden kruvaziyer gemi başına düşen yolcu sayısı 650-750 iken, son yıllarda 1000-1200 civarına yükselmiştir. Bu gelişme son yıllarda daha büyük kruvaziyer gemilerinin Türkiye limanlarını ziyaret ettiğini göstermektedir (Çetin 2009). Nitekim bu durum tablo 3'te de görülebilmektedir.

Tablo 3. Türkiye Kruvaziyer ve Yolcu Sayıları 2011 – 2013

	2011	2012	2013	2011/12 Değişim %	2012/13 Değişim %
Kruvaziyer Sefer Sayısı	1475	1633	1541	9,6	- 9,6
Yolcu Sayısı	1.990.760	2.095.673	2.240.776	5,5	6,4
Türkiye'nin Pazar Payı (Dünyada)	% 9,56	% 9,66	% 10,02		

Kaynak: İzmir Ticaret Odası, 2014.

Kruvaziyer sayısı bakımından 2013 yılında bir önceki yıla oranla bir düşüş yaşansa da, tablodan da anlaşılacağı gibi yıllar bazında yolcu sayısında ise ciddi bir yükseliş eğilimi görülmektedir. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin dünya kruvaziyer pazarından aldığı pay da her geçen yıl artmaktadır. Öyle ki, Avrupa Kruvaziyer Birliği'nde Türkiye'nin gelişen

krvaziyer turizmi pazarları içerisinde yer aldığını ifade etmektedir (European Cruise Council 2012/13).

2004 yılında yürürlüğe giren Uluslararası Gemi ve Liman Tesisleri Güvenlik Kodu (ISPS Code) uygulaması ile limanlarda yüksek güvenlik sağlanması kruvaziyer turizmin gelişmesine ve büyük denizcilik şirketlerinin Türkiye'yi tur planlarına dahil etmesini sağlamıştır. Türkiye kruvaziyer turizminde son yıllarda en büyük gelişme göstermiş 5 ülkeden biri olmayı başarmıştır. Kruvaziyer gemiler tur planlarına Türkiye'yi almakta bu gemilerle gelen yolcu sayısı gemi sayısına paralel olarak her geçen gün artmaktadır. Türkiye'de İstanbul, İzmir, Kuşadası, Çeşme ve Antalya, en önemli ve uğrak kruvaziyer gemi limanlarıdır (TDİ).

Türkiye'ye gelen kruvaziyer gemi ve yolcu sayıları değerlendirildiğinde 2003 yılında 600.000 civarında yolcu 887 kruvaziyer gemisiyle gelmiş iken, 2010 yılına geldiğinde yolcu sayısı 2003 yılının 3 katına yaklaşmış ve gemi sayısı ise neredeyse katlanmıştır. Türkiye'de kruvaziyer yolcu limanların oranı 2010 istatistiklerine göre İstanbul (% 30), Kuşadası (%29), İzmir (%22), Antalya (%6) ve Marmaris ise (%8) olduğu görülmektedir. Samsun'un son beş yıllık kruvaziyer gemi ve yolcu istatistiklerine bakıldığında 2006 yılında 9 gemi 2.661 yolcu, 2007 yılında 8 gemi 186 yolcu, 2008 yılında 5 gemi 596 yolcu, 2009 yılında 9 gemi 1.524 yolcu, 2010 yılında 4 gemi 825 yolcu olduğu görülmektedir. Söz konusu limanların kruvaziyer pazarından 2013 yılı sonu itibariyle aldıkları pay ise; İstanbul % 29, İzmir % 27, Kuşadası % 27, Antalya % 8, Marmaris % 5 ve diğer % 4 şeklindedir (Deniz Ticaret Odası Genel Müdürlüğü, 2014).

Türkiye'de en çok geminin yanaştığı Kuşadası - İzmir limanlarının (toplam % 54) en çok kruvaziyer turist giren kapılar olduğu açıkça görülmektedir. Bu limanlardan giren kruvaziyer turistler, mutlaka Efes Meryem Ana'yı ziyaret etmekte, kalan sürede alış-veriş, eğlence, yeme-içme ve diğer aktivitelere zaman ayırmaktadır (Güzel 2006).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te belirlenen politikalar kapsamında Türkiye'ye gelen turistlerin daha uzun süre konaklamalarını sağlamak ve gelen nitelikli turist sayısını arttırabilmek için turizm potansiyeli yüksek bölgelerde, kruvaziyer yolcu taşımacılığına yönelik gereken altyapı ve üstyapının hızla tamamlanarak kruvaziyer limanların turizme açılması planlanmaktadır. İçerisinde Samsun limanının da yer aldığı kruvaziyer gemi kabul eden limanlar yenilenerek genişletilmesi deniz turizmi kruvaziyer turizminin gelişmesi için

tanıtım faaliyetlerinin artırılması ile yatırımların daha çekici hale gelmesi amaçlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007: 22).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda; liman ve alt yapı hizmetlerinin geliştirilmesi, Türk armatörlerin kruvaziyer gemi alımlarının desteklenmesi, kruvaziyer gemilerin Türk limanlarında ödemekte olduğu liman ücretlerinde günün gereklerine uygun düzenlemeler yapılması, böylece daha çok kruvaziyer geminin uğrak yapmasının teşvik edilmesi ilke olarak benimsenmiştir.

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Ege ve Akdenizin yanısıra Karadeniz bölgesinin de kruvaziyer turizmine katılması öngörülmüştür (Devlet Planlama Teşkilatı 2006). Denizcilik müsteşarlığı da 2009-2013 stratejik planında ülkemizin deniz ulaşımı payının artırılması, kruvaziyer taşımacılığın geliştirilmesi ve denizcilik sektörünün gelişmesi için ar-ge çalışmaları yapılması gerektiğine değinmiştir (Denizcilik Müsteşarlığı, 2006: 3).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ise (2014-2018) turist sayısında % 4,6, turizm gelirlerinde % 7,1 artış sağlanması öngörülmektedir. Bu nedenle, kruvaziyer turizminin de içinde olduğu alternatif turizm türlerinin gelişiminin desteklenmesi ve altyapı eksikliklerinin giderilmesi amaçlanmaktadır.

İzmir'e gelen kruvaziyer gemisi ve yolcu sayılarına bakıldığında 2003 yılında gelen kruvaziyer sayısı yalnızca beş ve yolcu sayısı 3.271 iken, başta İzmir Ticaret Odası (İZTO) olmak üzere diğer turizm paydaşlarının da çabaları ile bu rakam 2013 yılı sonu itibarıyla 191 gemi ve 486.493 yolcuya ulaşmıştır (İzmir Ticaret Odası, 2014). Ancak İstanbul, Kuşadası gibi ulusal ve Venedik, Pire, Dubrovnik gibi uluslar arası rakipler ile kıyaslandığında söz konusu rakamların halen yeterli seviyelerde olmadığı söylenebilir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Son yıllarda kruvaziyer turizm hızla gelişmekte ve dünya turizm hareketlerinde artan bir paya sahip olmaktadır. Dünya genelinde yaşanan bu gelişme Türkiye'ye de yansımış ve Akdeniz çanağında hizmet veren kruvaziyer gemilerinin rotalarına Türkiye de alınmıştır. Türkiye'deki büyük seyahat organizatörlerinin kruvaziyer gemi taşımacılığına girişmeleri, Kuşadası ve İzmir limanlarının özellikle bu tip gemilerin yanaşması için uygun hale getirilmesi ile Türkiye'nin kruvaziyer turizmindeki payı artmıştır. Dünya ve Türkiye'de yaşanan bu gelişmeler kapsamında araştırmanın amacı; İzmir'in kruvaziyer turizmi açısından mevcut durumunu analiz etmek, eksikliklerinin neler olduğunu belirlemek ve

gelecekte merkez liman (home port) olabilmesi adına neler yapılması gerektiğini ortaya koyabilmektir. Böyle bir araştırma, hem İzmir'in kruvaziyer turizm potansiyelinin paydaşlar nezdinde irdelenmesi, hem de İzmir turizminin önde gelen sivil toplum kuruluşları (STK), sektör temsilcileri ile yapılacak görüşmeler yoluyla uygulamada ne tür adımların atılması gerektiğinin ortaya çıkarılabilmesi bakımından önem taşımaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

İzmir'in kruvaziyer turizmi ile tanışması eski yıllara uzansa da, ancak 2003 yılından itibaren düzenli bir gelişme izlenmeye başlamıştır. 2003 yılında İzmir Alsancak Limanı'na sadece beş kruvaziyer yanaşırken, 2012 yılı sonu itibariyle 286 kruvaziyer limana yanaşmıştır. İzmir Ticaret Odası (İZTO) verilerine göre bu sayı 191 olarak gerçekleşmiştir (İzmir Ticaret Odası, 2014).

Bu araştırma, İzmir'in kruvaziyer turizminden daha fazla getiri elde edebilmesi adına mevcut durumun incelenmesi, eksiklikler noktasında yapılması gerekenlerin belirlenmesi ve gelecekte merkez liman olabilmesi adına nelerin gerçekleştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın çerçevesi, geçmiş veya mevcut olayları, kavramları, ilişkileri açıklamaya yönelik olarak yapılan tanımlayıcı araştırma olarak belirlenmiştir. Söz konusu çerçevede yapılan araştırmada, nitel araştırma yöntemi üzerinde şekillenmiştir. Veri toplama tekniği olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği, sözel olarak bilgi toplama ve yüz-yüze deneklere soru sorarak veri toplama olarak tanımlanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2011: 154). Araştırma verisi toplamak amacı ile bireysel görüşmeler yapılmıştır. Bireysel görüşme, görüşmeci ile örneklem arasında başkasının bulunmadığı yüz-yüze görüşmedir ki bundan dolayı kişiye özel nitelikteki bilgiler ancak bireysel görüşme yöntemi ile sağlanabilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2011: 155). Bireysel görüşmeler, görüşme formu aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu, benzer konulara yönelmek yoluyla değişik insanlardan aynı tür bilgilerin alınması amacıyla hazırlanmaktadır (Patton,1987:111'den aktaran: Yıldırım ve Şimşek 2011:12) Görüşme formunun oluşturulmasında sorular, araştırmanın yazın taraması ile oluşturulmuş (Güzel, 2006; Oral ve Esmer 2010) ve bağımsız iki akademisyenin görüşleri doğrultusunda son halini almıştır.

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmada, nitel araştırma geleneği içerisinde sıkça kullanılan ve pek çok durumda olgu ve olayları keşfetmeye veya açıklamaya yönelik olarak başvuru olan örnekleme yöntemlerinden biri olan amaçlı örnekleme yöntemi altında maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Burada amaç, küçük bir örneklem oluşturmak ve probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtarak ne tür ortak düşüncelerin veya benzerliklerin var olduğunu ortaya koyabilmektir (Yıldırım ve Şimşek 2011). Bu bağlamda, İzmir turizmini bilen, yön veren STK temsilcilerinin, sektör temsilcilerinin, Turizm İl Müdürlüğü'nün, TÜRSAB, TUREB Başkanlarının da aralarında bulunduğu toplam 11 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örnekleme ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 5. Görüşme Yapılan Kişilere İlişkin Bilgiler

Görüşmeler	Görüşülen Kişilerin Bağlı Buldukları Kurumlar	Görev Yaptıkları Pozisyonlar
1	Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamaları Birliği	Başkan (EXPO Yönetim Kurulu Üyesi)
2	Ege Turizm Derneği	Başkan
3	İzmir Ticaret Odası	Kruvaziyer Sorumlusu
4	İzmir Kent Konseyi	Başkan
5	Ege Turizm Derneği	Genel Sekreter
6	Karavan Turizm	Acente Sahibi
7	İzmir Rehberler Odası	Rehber
8	İzmir Rehberler Odası	Başkan
9	Ege Turizm Derneği	Yönetim Kurulu Üyesi, Rehber
10	TÜRSAB İzmir	Başkan
11	İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Müdür

Görüşmeler Mayıs 2013 ve Haziran 2013 olmak üzere toplam iki aylık bir sürede gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin etkin gerçekleştirilebilmesi için fiziki ve beşeri unsurların araştırmanın amacına uygunluğu sağlanmıştır. Görüşmeler, ortalama 15 ile 75 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeler sürecinde tutulan tüm ses kayıtları, bilgisayara aktarılacak suretiyle yazılı hale getirilmiştir.

Araştırma Soruları

Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla görüşme tekniğine uygun olarak açık uçlu sorulardan yararlanılmıştır. Bu yöntem, daha önce de belirtildiği üzere görüşmeyi yapan kişiye hem sistematik bilgi edinebilme şansı, hem de ek sorular sorabilme özgürlüğü sağlamaktadır (Berg 2001). Bu bağlamda, görüşme öncesinde hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunda şu sorulara yer verilmiştir.

Ana Soru:

Sektör paydaşları İzmir’de kruvaziyer turizmini nasıl değerlendiriyorlar ve kruvaziyer turizminin geleceğini nasıl görüyorlar?

Alt Sorular:

1. İzmir için kruvaziyer turizminin önemi nedir? Bölge ekonomisi için avantajları nelerdir?
2. İzmir’in kruvaziyer turizmi potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz? Bu potansiyel doğrultusunda, İzmir’in yeteri kadar pazarlanabildiğini düşünüyor musunuz?
3. İzmir’in kruvaziyer turizmi kapsamında avantajları ve dezavantajları neler olabilir? Fırsat ve tehditler neler olabilir?
4. İzmir’i, yurtdışındaki ülkelerle karşılaştırdığınızda, İzmir’in kruvaziyer turizmindeki rekabet gücünü nasıl değerlendiriyorsunuz?
5. İzmir’i Türkiye’deki liman şehirleri ile karşılaştırdığınızda, kruvaziyer turizmindeki rekabet gücünü nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. İzmir’in kruvaziyer turizmini ön plana çıkartacak yatırımlar yapılmakta mıdır? Yapılıyor ise ne ölçüde etkili olmaktadır?
7. İzmir limanı kruvaziyer turizmi kapsamında yeterli midir? Eğer yetersiz ise neler yapılabilir, önerileriniz nelerdir?
8. Devletin kruvaziyer turizmi ile ilgili yatırım ve teşvik hızını nasıl değerlendirirsiniz?
9. İZTO’nun (İzmir Ticaret Odası) kruvaziyer turizmiyle ilgili çalışmaları yeterli midir?
10. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Ulaştırma Bakanlığı bu konuda yeterince koordineli çalışıyor mu?
11. İzmir’in kruvaziyer turizminin gelişmesi için neler yapılmalıdır?
12. Expo 2020 kapsamında değerlendirdiğinizde, kruvaziyer turizmi öncü bir turizm faaliyeti olabilir mi?
13. İzmir Kruvaziyer turizminde marka bir destinasyon olabilir mi?

14. İzmir limanı home port liman (merkez liman) olabilir mi? Home port liman olması için neler yapılabilir?

4. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmada toplam 11 kişi ile yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile dört aşamalı olarak analiz edilmiştir. Görüşmeler sonucu elde edilen ses kayıtları bilgisayara aktarılacak suretiyle yazılı hale getirilmiştir. Yazılı hale getirilen veriler yazarlar tarafından iki defa okunmuş ve yazarlar birbirlerinden bağımsız olarak içerik analizinin ilk iki aşamasını gerçekleştirmiştir. İçerik analizinin ilk aşaması olarak veri kodlama, alan yazından ve verilerden elde edilen bilgiler ışığında genel bir çerçeve içinde yapılmıştır. İkinci aşama olarak kodlar arasında ortak yönleri bulmaya yönelik temalar belirlenmiştir. Üçüncü aşamada ise yazarlar tarafından oluşturulan kodlama ve temalama aşamaları bir araya getirilerek veriler düzenlenmiş ve sistemli bir şekilde oluşturulmuştur. Son aşamada ise, bulgulardan çıkarılan sonuçlar neden sonuç ilişkisi bağlamında yorumlanarak analiz tamamlanmıştır. (Bilgin 2006: 19; Yıldırım ve Şimşek 2011: 228). Bu bağlamda, üç ana tema ve bu ana temalar altında çeşitli kodlar etrafında belirlenen veriler aşağıda belirtilmiştir:

1. Mevcut Durum

- a. Toplam gemi ve kişi sayısı/toplam gelir
- b. Limanın durumu
- c. Turist profili
- d. Alt yapı ve üst yapı

2. Yapılması Gerekenler

- a. Liman
- b. Turistik ürün çeşitliliği
- c. Hizmet kalitesi ve çeşitliliği
- d. Alt yapı ve üst yapı
- e. Koordinasyon ve iş birliği

3. Gelecek Beklentileri

- a. Merkez liman olabilme
- b. Direkt uçuşlar
- c. Marka destinasyon
- d. Devlet teşvikleri

4.1. Mevcut Durum

İzmir’de kruvaziyer turizmin mevcut durumunu ilişkin verilen yanıtlar doğrultusunda kodlamalar gerçekleştirilmiş ve toplam gemi/toplam gelir/toplam yolcu sayısı, limanın durumu, turist profili ile alt yapı/üst yapı olmak üzere dört temel başlık ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğu İzmir’in kruvaziyer turizmden beklenen ve hedeflenen ekonomik girdiyi sağlayamadığını düşünmektedir.

Katılımcı 1: “İzmir’de kruvaziyer turizmi, olmayan bir şeyin yaratılması açısından bir zenginlik, olandan daha fazla verim elde edilemediği için ise bir yetersizlik olarak özetlenebilir”

4.1. (a) Toplam Gemi ve Kişi sayısı/Toplam Gelir

Katılımcı 2: Son yıllarda İZTO’nun destekleriyle pek çok geminin İzmir’e geliyor olması ve bu sayının artması İzmir adına çok önemli bir konudur. Ancak, üst gelir grubuna mensup kişilerin yer aldığı, daha yüksek tur fiyatlarına sahip gemiler İzmir’e çok fazla gelmemektedir. Bu gemiler daha çok Kuşadasını tercih etmektedirler.

Katılımcı 3: Kruvaziyer turizminden İzmir’in kişi başı elde ettiği gelir 110 – 120 dolar civarındadır.

Katılımcı 4: Kruvaziyer turizmi İzmir’de son yıllarda yükseliş eğilimindedir. Ancak gemilerin burada geceleme yapmaması ekonomik olarak kazancın belli bir seviyede kalmasına neden olmaktadır

Katılımcı 9: 2013 senesinde 400 - 500 bin bir turist sayısı bekliyoruz. %50 gibi büyük bir oranı kruvaziyer turist oluşturuyor. Son zamanlarda İzmir limanının tercih edilme nedenleri arasında Doğu Akdeniz ülkelerindeki iç savaş, Mısır, Tunus ve Lübnan gibi limanların sıkıntılı olması, yakınlık nedeniyle kruvaziyer turlarını İzmir’e çevirmeleri, İzmir’in doğal, tarihi ve turistik zenginlikleri sayılabilir.

Katılımcı 10: Devlet kruvaziyer turizmini sübvansedebilir. Ekonomik açıdan bakıldığında önemli olan İzmir’in Kruvaziyer turizminden elde ettiği gelirdir. Bunun için kalış süreleri büyük önem arz etmektedir. Örneğin, sabah 8.00’de gelen bir gemi, yapılan Efes ve Bergama turlarından sonra 15.00 – 15.30 gibi şehirden ayrılmaktadır. Bunun dışında yalnızca 2 -3 saat kalan gemiler de vardır. Kalış süreleri arttırılmalıdır.

4.1. (b) Liman

Katılımcı 1: Mevcut limanın fiziki kapasitesi ve İzmir'in kent içi turistik ürün yelpazesinin geniş olmaması etkin rol oynamaktadır.

Katılımcı 3: İzmir bir geçiş limanı olması sebebiyle yeterince ekonomik girdi sağlayamamaktadır.. Limanda, iki büyük bir küçük gemi geldiğinde yer kalmamaktadır.

Katılımcı 5: Liman uluslararası büyüklükte ve standartlarda değil. Dördüncü bir gemi geldiğinde limana yanaşamıyor. Limanın mutlak suretle büyümesi ve yenilenmesi gerekiyor. Bunu devlet de yapabilir, özel sektör eliyle de yapılabilir. Önemli olan Amerikalılarında dediği gibi “yolcular limandan çabuk çıksın ve limana çabuk girsin”.

Katılımcı 6: Doğal yapısı ile yeterlidir. Fiziki şartları ile yetersizdir. İzmir körfezi zaten doğal bir liman. Mevcudu iyileştirmemiz gerekiyor. Gayet korunaklı ve güvenli bir ortam. Buradaki fiziki düzenlemeler kruvaziyer turizmin gelişmesinde engel değil. Yeter ki biz buna inanalım. Bugünün ve geleceğin taşıma sistemini rahatlatacak ve giriş çıkışını sağlayacak düzenlemeler gerek zemin taramaları ile derinleştirmek gerek Limandaki yolların oluşturulması bunlar yapılacak şeylerdir. Limandaki tüm sıkıntılara eksilere rağmen kruvaziyer turizm bu aşamaya geldiyse bizim yapacağımız düzenlemelerle çok farklı boyutlara gelecektir.

Katılımcı 11: İzmir kruvaziyer turizminde her geçen yıl gelişim göstermektedir. Ancak, limanın yetersizliği bu gelişimin daha fazla olmasını engellemektedir. Hem ticari hem de turistik liman oluşu sebebiyle, kapasite olarak kısıtlıdır. İzmir'in kruvaziyer turizminin özelliklerine ve uluslararası standartlara uygun alt ve üst yapıya sahip bir limana ihtiyacı olduğu açıktır. Yakın gelecekte, limanın ticari kısmının Çandarlı limanına aktarılması gündemdedir. Eğer bu gerçekleşirse o zaman liman tamamen kruvaziyer turizmi için kullanılacak ve gelişim anlamında daha isabetli sonuçlar alınacaktır.

4.1. (c) Turist Profili

“Newly Wed, Over Fat, Nearly Death”

(Yeni evli, şişman, yaşlı)

Katılımcı 2

Katılımcı 2: Gemiler ile İzmir'e gelenlerin büyük bir kısmını yeni evliler, şişman kişiler ve yaşlılar oluşturmaktadır. Genellikle Avrupalılar bu kitleyi meydana getirmektedir. 3000 kişilik bir gemi geldiğinde, genellikle bu geminin yaklaşık 2000 kişilik kısmı dolu oluyor.

En az 50 – 60 araçla doğrudan gemide satışı yapılan turlara gidiliyor. Araçlar ortalama 30 kişilik ve bunu araç sayısı ile çarptığınızda yaklaşık 1800 kişi tura katılıyor. Başka bir deyişle geminin % 80' tura katılmış oluyor ve şehir merkezinde kalan kişi sayısı çok az oluyor. Bunun en büyük nedenlerinden biri, gemilerin büyümesi ile kişi başı maliyetlerin düşmesi ve her şey dahil sitem ile çalışan cruiselerin fiyatlarında eskiye oranla bir düşüşün bulunmasıdır. Yolcular, aynı otellerde olduğu gibi dışarıda extra para harcamak istemiyorlar ve bu nedenle de şehir merkezinde kalmıyorlar. Gelen yolcuların büyük bir kısmı turlarla Efes Antik kentine ve Bergama'ya gidiyorlar. Dönüşte de yorgun oldukları için şehri dolaşmak istemiyorlar. Yolcuların büyük bir çoğunluğu İzmir'i yalnızca bir liman olarak görüyorlar. Bazıları İzmir'in adını bile bilmiyor, sadece Efes'i biliyorlar. Gelenler destinasyon odaklı gelmedikleri için, İzmir' tanımıyorlar.

Katılımcı 4: İzmir'e gelenlerin büyük bir bölümünü Avrupalı turistler oluşturmaktadır. Ancak gelen turistler geldikleri limanın farkında bile olmuyorlar. Geldikleri yeri tanımıyorlar, adını bilmiyorlar. Sadece Efes ya da İzmir için gelen turistler de olsa, sayısı çok az. Gelen gemiler her şey dahil sitem ile çalıştıkları için ve Avrupa'da bir ekonomik kriz söz konusu olduğundan turistler çok fazla para harcama eğilimi içerisindedir. Gemide satılan turların fiyatının da yüksek olması turlara katılımı düşürmekte, bu durum şehir merkezinde kalanların sayısını artırmaktadır. Özellikle, ucuz olduğu için City Bus'lar ile şehir merkezini gezmek turistlerin daha çok tercih ettikleri bir seçenektir.

4.1. (d) Altyapı ve Üstyapı

Katılımcı 1: İzmir'in altyapı anlamında eksiklikleri bulunmaktadır. Şehir içi çekim unsurlarının yeterince etkin kullanılamaması, gezi rotaları, yönlendirme levhaları vb. eksiklikler de altyapı eksiklikleri olarak dikkat çekmektedir.

Katılımcı 4: İzmir'in iç körfez oluşu da doğal bir rekabet avantajı yaratmaktadır. 4 -5 bin kişilik büyük gemilerin gelişindeki en büyük dezavantaj ise İzmir körfezinin derinliğidir.

Katılımcı 6: Şehir yaşamı içinde bir ayrıcalığı var. Sahil şeridi var. Çok dilli, çok dinli ve farklı inanışa sahip insanların bir arada yaşam boyutu var. İncil'de geçen ilk 7 kiliseden 3'ü İzmir'de ve 5'i de İzmir yakınlarında bulunmaktadır. Bergama, Sard, Tepekule, Selçuk. Meryem Ana Romanın, Hıristiyan âleminin kabul ettiği, papanın ziyarete geldiği önemli bir inanç merkezidir.

4.2. Yapılması Gerekenler

Yukarıda dört madde altında ele alınan konular İzmir'in kruvaziyer turizmindeki mevcut durumunu ortaya koymaktadır. Mevcut durumun analizi, İzmir'in kruvaziyer turizminden aldığı payın arttırılması adına neler yapılabileceği konusunda ön bilgi verirken, aynı zamanda İzmir'in merkez liman olabilmesi için eksikliklerin neler olduğunu da ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda yapılması gerekenler ise liman, turistik ürün çeşitliliği, hizmet kalitesi ve çeşitliliği, alt yapı ve üst yapı, koordinasyon ve iş birliği başlıkları altında değerlendirilmiştir.

4.2. (a) Liman

Katılımcı 3: Limanın Cenova, Barselona gibi limanların seviyesinde olması hem merkez liman (home port) olmak, hem de rekabet edebilmek adına büyük önem teşkil etmektedir. Bu nedenle, limanın uluslararası standartlara sahip fiziki koşullar dikkate alınarak yenilenmesi gerekmektedir. Nitekim, kruvaziyer turizmi ile gelen kişilerin destinasyonla ilgili ilk gördüğü fotoğraf limandır. Eğer olumlu bir imaj yaratmak istiyorsak, bu fotoğrafı iyileştirmeliyiz.

Katılımcı 6: Mevcut Alsancak limanın fiziki şartlarının yenilenmesine ihtiyaç var.

Katılımcı 7: Limanın hizmetlerine bakıldığında şu an iki büyük ve bir orta boy gemiyi idare edebiliyoruz. Konteynır limanına doğru kaydırma yapıldı ama amaç modern bir kruvaziyer limana dönüşmesi. Ticari limanın Çandarlı'ya kaydırılması söz konusu. Zaten şu an dökme ve sıvı yük burada yok. Burada daha temiz işler yapılıyor. Bu sene bir yenilik yapıldı, sabah saatlerinde bir koridor açıldı, viyadükten çevre yoluna çıkış yapılıyor özellikle Efes ve Bergama'ya gidecekler için. Böylelikle 5 dk sürüyor. Bunun için Limanın ihalesinin de tamamlanması ya da çıkarılıp 5 geminin yaklaşabileceği duruma getirilmeli. Limandaki operasyon alanımız dar. 2011, 2012 ve 2013 yıllarında Avrupa'nın lider kruvaziyer destinasyonu seçildi ama bu liman yüzünden seçilmedi. İçinde bulunan Efes, Bergama, on iki İyon kentinin olması, bir kentte üç limanın olması (alsancak, çeşme ve dikili) belirleyici faktörlerdir. Bu bağlamda destinasyonun ödülü aldığını söyleyebiliriz.

4.2. (b) Turistik Ürün Çeşitliliği

Katılımcı 3: Şehrin turistik çekim unsurlarının arttırılması, festivallerin düzenlenmesi (Örneğin, Malezya farklı alanlarda festivaller yaratarak 30 milyonluk bir ülke olmasına karşın 27 milyon turist çekebilmektedir), turistik ürün çeşitliliğinin arttırılması kruvaziyer turizmin gelişmesi adına yapılması gerekenler olarak sıralanabilir. Bu gelişim, İzmir'in

turizmden aldığı % 4.5'lik payı da arttırarak İzmir turizminin bütünsel gelişimine katkı yapacaktır.

Katılımcı 5: Yolcular şehir merkezinde fazla zaman geçirmiyorlar, yemeklerini bile gemide yiyorlar. Bunun yanı sıra turistik çekim unsurları rahatlıkla arttırılabilir. En azından var olanlar değerlendirilebilse o bile yeterli olabilir. İzmir 8000 yıllık bir tarihe sahip, içinde bir çok tarihi ve kültürel zenginliği barındıran bir şehirdir. Bununla ilgili bir müze kurulabilir. Ege bölgesine ait yöresel, kültürel değerlerin turistik ürün olarak kullanılması gerekmektedir. Nitekim, yabancı tur operatörleriyle de konuştuğumda bunları söylüyorlar.

4.2. (c) Koordinasyon ve İş Birliği

Katılımcı 1: İlk olarak, turizmle ilgili sivil toplum kuruluşlarının (İZTO, ETİK, Ege Turizm Derneği vb.), valiliğin, gemi acentelerinin, akademisyenlerin, esnaf odalarının, şehir planlamacılarının ve İzmir Kalkınma Ajansının temsilcilerinin aralarında bulunduğu bir komitenin oluşturularak stratejik bir plana ihtiyaç vardır.

Katılımcı 3: Kent içi dinamiklerin birarada olduğu bir planlamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Ekonomik girdinin arttırılabilmesi bu işbirliğine ve planlı bir büyümeye bağlıdır. Tüm paydaşların katılımıyla oluşturulacak uzun vadeli bir planlama ve bu planlama içerisinde devlet teşviklerinin yer alması son derece önemli bir konudur. Böylelikle, bürokratik engellerin aşılması kolaylaşarak imar planlarında, limanın yapımında vb. alanlarda hızlilik sağlanabilecektir.

Katılımcı 4: Home Port olabilmek adına ortak bir çaba gerekmektedir. İzmir'de bir işbirliği sıkıntısı yaşanmaktadır. İzmir'in gelişimi noktasında buluşulabilirse, o zaman daha hızlı bir gelişim göstermek mümkün olacaktır. Limanın hızla yenilenmesi de bu gelişimin bir parçası olacaktır.

Katılımcı 6: Limanla ilgili düzenlemeler kurvaziyer turizm başladığından beri yapılıyor. Belli planlamalar yapılıyor. Ancak karar verici mekanizmaların buna ikna olması lazım. İşbirliği, doğru bakışın oluşturulması, doğru bilgilerin iletilmesi, karar vericileri ikna etmesi açısından önemlidir. İzmir'deki esnafın tamamı bundan nemalanıyor. Ticaret odası bu esnafın bağlandığı boyutu gösterir. Limanı düzenleyecek karar vericileridir. Bu işbirliği içerisinde bu ilereyecektir.

Katılımcı 7: Liman işletme, gümrük valilik ve belediye ile koordinasyon içinde çalışılıyor. Mesela city bus 'a gerek duyuldu ve birlikte yapıldı. Konak belediyesi, Karşıyaka

belediyesi ve ege turizm derneği birer stant kurdu. İlk önce sadece iki stant vardı. Şuan kucaklayıcı görünüyor. Türkiye kruvaziyer platformunu kurduk. Türkiye'deki tüm limanları tanıtıcı bir yapıda. İZTO'nun öncülüğünde kuruldu ama Ulaştırma Bakanlığı ve Kültür Turizm Bakanlığı ile koordineli çalışılıyor. Belediyeler ve valilikler bu kurulun doğal üyesi. 3 tane toplantı düzenledik geçen sene Marsilya da stant açtık. Şu an Hamburg için hazırlanıyoruz.

4.2. (d) Hizmet kalitesi ve Çeşitliliği

Katılımcı 1: Gastronominin ön plana çıkarılması, Uluslar arası standartlara, kaliteye ve hijyen koşullarına sahip yiyecek-içecek işletmelerinin sayısının artması.

Katılımcı 5: Hizmet kalitesi ve turistik ürün çeşitliliği arttırılmalı, altyapı ve üstyapı geliştirilmelidir. Diğer turizm çeşitleri de buna entegre edilmeli. Bütünsel bir gelişim sağlanmalıdır.

4.2. (e) Alt yapı ve Üst Yapı

Katılımcı 1:

- Potansiyeli iyi yönetmek adına doğru organizasyon yapısının oluşturulması,
- İzmir'in anıtsal özelliğe sahip bir mimari ile giydirilmesi ve simgesel objelerin arttırılması,
- Sahil şeridinde festivaller, eğlenceler, şovlar (pantomim vb.) ile şehre renk katılması,
- Gemide turistik çekim ve cazibe unsurlarının doğru ve etkili bir şekilde anlatılarak insanların merak duygusunun kabartılması, hazır alım gücünün oluşturulması,
- İzmir'in tüm dinamiklerinin kruvaziyer turizminden pay alabilmelerinin sağlanması,
- Büyük ve görkemli bir şehir müzesinin oluşturulması,

Katılımcı 3: Gezi rotalarının düzenlenmesi, yönlendirmelerin doğru yapılması.

Katılımcı 6: Konaklama açısından kapasitenin geliştirilmesi, yeme – içme gibi olanakların gelişmesine ve arttırılmasına ihtiyaç var.

4.3. Gelecek Beklentileri

Gelecek beklentileri, katılımcıların ifadeleri ve kodlamalar sonucunda; Merkez liman olabilme, direk uçuşlar, marka destinasyon ile devlet teşvikleri başlıklarını kapsamaktadır. Katılımcıların İzmir'de kruvaziyer turizminin geleceğine ilişkin genel olarak üzerinde durdukları temel nokta, İzmir'in merkez liman olup olamaması ve bunun için atılması gereken adımların neler olduğudur.

4.3. (a) Merkez Liman Olabilme

Katılımcı 3: Tüm paydaşların katılımı ve devletin desteğiyle planlı bir gelişim sağlandığı takdirde Home Port olmak çok zor değil.

Katılımcı 11: İzmir Home port olabilir. Bunun için öncelikle diğer home port'lara bakılmalı ve onların ne tür özelliklere sahip olduğu incelenmelidir. Burada önemli olan nokta Home Port olmaktan çok, hangi vizyon çerçevesinde nelerin ortaya koyulabildiğidir. Home Port olabilmek için;

- Limanın uluslararası düzeyde standartlara kavuşturulması,
- Tur organizasyonlarında ve şehirde gezmek isteyenler için ulaşım imkanlarının geliştirilmesi,
- Alt yapının eksiksiz hale getirilmesi,
- Şehrin cazibesinin artırılması,
- Direkt uçuşların sağlanması,
- Kruvaziyer tur operatörlerine bazı teşviklerin verilmesi ve İzmir'in tur programlarına daha fazla dahil edilebilmesinin sağlanması,
- Etkin bir tanıtım ve pazarlama anlayışı,
- Fiyat politikasının diğer Home Port olan yerlere göre belirlenmesi, fiyatların diğerlerine yakın olması gerekmektedir. Çünkü, maliyet ile satış bedeli arasındaki orantı eğer rekabet şartlarına cevap vermez ise, söz konusu hangi ürün olursa olsun satma şansı ortadan kalkar.

4.3. (b) Direk Uçuşlar

Katılımcı 1: Rakip ülkelerin home port'larına baktığımızda, uluslar arası standartlara sahip limanların olduğunu, o destinasyona dünyanın bir çok yerinden direkt uçuşlar olduğunu görmekteyiz. Dolayısıyla İzmir, ilk olarak bu iki sıkıntıyı ortadan kaldırmalıdır.

Katılımcı 4: Öncelikle direkt uçuşlar olmalıdır. Örneğin New York – İstanbul uçuşu vardır ama New York – İzmir bulunmamaktadır. Yine Moskova – İzmir bulunmamaktadır. Dünyanın belli merkezlerinden İzmir'e doğrudan turistler gelebilmelidir. Çünkü, kruvaziyer yolcuları birkaç gün öncesinden Cruise'un kalkacağı destinasyona gelerek geceleme yaparlar. Bu durum beraberinde kalış sürelerini arttıracığı için tursitlerin şehre olan katkıları da artacaktır. Şehrin ekonomisi bundan olumlu olarak yararlanacaktır.

Katılımcı 3: İzmir'e direkt uçuşların artırılması en önemli iki konu olarak ifade edilebilir.

Katılımcı 6: Havaalanındaki yenilemenin yapılması lazım.

4.3. (c) Marka Destinasyon

Katılımcı 1: Daha sonra da çekim ve cazibe unsurlarını arttırmak adına az önce ifade edilen bir takım gereklilikleri yerine getirmelidir. Kruvaziyer turizmini İzmir'in dinamikleri ile bütünleştirmek gerekmektedir. Böyle olmadığı takdirde Home Port olmak doğru bir hedef olmayacaktır.

4.3. (d) Devlet Teşvikleri

Katılımcı 5: İzmir'in elde ettiği gelirlerin % 75'i Ankara'ya gitmekte ve % 25'i İzmir'de kalmaktadır. Bu da yatırımlar konusunda sıkıntı yaratmaktadır. Bunun da tam tersi olması halinde işler daha hızlı bir şekilde yürüyecektir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Son yıllarda kruvaziyer turizm potansiyeli giderek büyümekte ve dünya turizm hareketlerinde artan bir paya sahip olmaktadır. Bu bağlamda kruvaziyer turizmi sektöre doğrudan ve dolaylı olarak kaynak yaratmaktadır. İlk kez 1831 yılında İtalya'dan yola çıkıp İzmir'i de kapsayan bir Akdeniz turu ile başlayan kruvaziyer turizmi, 2013 yılı sonunda dünya genelinde 20.9 milyon yolcuya ulaşmıştır. 2013 yılında toplam kruvaziyer turistlerin %11'i Türkiye limanlarına uğramıştır (Türsab Raporu, 2013).

Kruvaziyer turizmi gelir seviyesinin yüksek olması nedeniyle Türk turizmi için büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla, kruvaziyer turizminden alınan payın artırılması, 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde de belirtildiği gibi liman sayısının ve dolayısıyla gemi/Yolcu sayılarının artırılmasına bağlıdır. 2015'te açılacak olan Çanakkale limanına ek olarak Çeşme, Antalya, Samsun, İstanbul Zeytinburnu gibi limanların da ilerleyen dönemlerde kruvaziyer turizmin hizmetine açılması planlanmaktadır. Ancak yapılan bu çalışmalara rağmen, Türkiye'nin kruvaziyer turizminden yeterince faydalanılamadığı da açıktır.

Kruvaziyer turizm bölgelerinde yapılan harcamaların bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine doğrudan ve dolaylı pek çok katkı sağladığı ve bu bağlamda Türkiye'nin 2023 hedefleri de göz önüne alındığında, Türkiye'nin kruvaziyer turizminden aldığı payın artırılması adına tüm kruvaziyer limanlarını uluslararası standartlara kavuşturması gerekmektedir. Bu doğrultuda, yapılan görüşmeler ve analizler sonucunda İzmir'in kruvaziyer turizminden elde ettiği payın artırılabilmesi adına ortaya çıkan sonuçların diğer liman ve destinasyonlar için de bir örnek teşkil etmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonuçları ve yapılması gerekenler aşağıdaki gibi özetlenmektedir;

- İzmir limanı, Avrupa'da rekabet etmiş olduğu limanlar ile kıyaslandığında rakiplerinin gerisindedir. Limanın mevcut şartları iyileştirilmeli ve kaliteli kruvaziyer yolcusunu İzmir'e çekebilmenin liman tarifelerini düşürmek gibi önlemlerin yanında bir altyapı meselesi olduğu unutulmamalıdır. Bu aynı zamanda merkez liman olabilme adına da son derece önemlidir.
- İzmir'in kruvaziyer turizmindeki payını arttırabilmesi önündeki engellerden biri de turizm paydaşları arasındaki planlama ve koordinasyon eksikliğidir. İzmir, bütünsel anlamda bir turizm kenti olmak adına şehrin tüm dinamiklerini sürecin içerisine dahil etmeli ve bir planlama ortaya koyabilmelidir. Bunun için, yerel yönetimler, valilik, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ortak bir paydada buluşmalı ve ortak bir irade ortaya koyabilmelidir.
- Diğer önemli bir sorun da çekim unsuru yaratan turistik ürünlerin yetersizliğidir. Turistik ürün yelpazesi genişletilmelidir. Doğal çekim unsurlarının yanında, yapay çekim unsurları da yaratılabilmelidir. Örneğin festivaller gerçekleştirilebilir. Müzeler daha aktif hale getirilebilir. Bölgesel ürünler (el işçiliği, tarım ürünleri vb.) daha iyi tanıtılarak pazarlanabilir hale getirilmelidir. Kısacası şehrin cazibesi arttırılmalıdır.
- Alt yapı ve üst yapı olanaklarındaki yetersizlikler ortadan kaldırılmalıdır. Şehir içi ulaşım, yatak sayısı, direk uçuşlar, işaret ve levhalar uluslar arası standartlara kavuşturulmalıdır. Bu doğrultuda, merkez liman olan bir destinasyon ile kıyaslama (benchmarking) yapılabilir.
- Fiyat politikasının yine diğer merkez limanlar ile rekabet edebilir şekilde ortaya konulması gerekmektedir. Nitekim, maliyet ile satış fiyatı arasındaki oranın rekabet şartlarına cevap verir nitelikte olması gerekmektedir. Aksi takdirde, söz konusu hangi ürün olursa olsun satma şansı ortadan kalkacaktır.

Ortaya çıkan bu sonuçlar, Güzel'in 2006 yılında yapmış olduğu çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Ancak merkez liman olma konusunda ise farklılıklar mevcuttur ve bu farklılıklar yukarıda ifade edilmektedir.

Bütün bunların yanı sıra, özellikle kruvaziyer işletmeciliği konusunda eğitim veren ya da personel yetiştiren kurum sayısı az olduğu için, bu konu önemsenmeli orta ve yükseköğrenim programlarında bu alana yer verilmeli, ihtisaslaşma sağlanmalıdır. Turizm okullarında deniz turizmine yönelik dersler konulması, öğrencilere yat limanları ve

krvaziyer şirketlerinde staj olanaklarının sağlanması, staj ve eğitim alanlara gemi adamı belgesi verilmesi önemlidir.

Sonuç olarak, kruvaziyer turizmi açısından son derece elverişli olan İzmir'in kruvaziyer turizminden elde ettiği ekonomik faydayı arttırabilmesi bütünleşik (tüm paydaşların sürece dahil edildiği) bir turizm planlaması ve politikası oluşturabilmesi ile doğru orantılıdır. Bununla birlikte, merkez liman olabilmek adına; direk uçuşların sağlanması, altyapı ve üstyapı yatırımlarının arttırılabilmesi için devlet teşviki, çekim gücü yaratan mevcut turistik ürünlerin doğru bir şekilde pazarlanması, çekim unsurlarının arttırılması ile birlikte marka bir destinasyon olabilmek adına tanıtım faaliyetlerinin arttırılması söz konusu planlama içerisinde yer alması gereken diğer önemli konulardır.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Araştırmanın en önemli sınırlılıklarında biri İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir Valiliği gibi kurumların ilgili birimleri ile görüşülememesidir. Bu kurumlardaki yetkili ve ilgili kişilere randevu talebinde bulunulmuş ancak zaman kısıtından dolayı görüşme yapılamamıştır. Gelecekte bu konuyla ilişkin yapılacak çalışmalarda, kruvaziyer turizmi ile ilgili tüm paydaş temsilcileri ile odak grup çalışması yapılabilir. Böylelikle yeni hedeflerin, planlamaların ve koordinasyonun eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesi sağlanarak, İzmir'in kruvaziyer turizminde önemli adımlar atması pratiğe dönüştürülebilir.

KAYNAKÇA

1. Berg, B.L.(2001). *Qualitative Research Methods For The Social Sciences* (4. Baskı). Boston: Allyn and Bacon
2. Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
3. Çetin, O. (2009). Denizcilik Sektöründe Mukayeseli Bir Model, *Journal of Security Strategies* (Güvenlik Stratejileri Dergisi), 5(10), 35-58.
4. Çimenoğlu, Güven (2011). Kruvaziyer Turizminin Kent İle İlişkisi Bağlamında Karaköy - Salıpaزاری Bölgesi (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
5. Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü (2010). Küresel Ekonomik Krizin Deniz Ticaretine Yansımalarının Etkisel Analizi. Ankara.
6. Denizcilik Müsteşarlığı (2006). Denizcilik Müsteşarlığı Stratejik Planı (2009-2013). Ankara.
7. Denizcilik Terimleri Sözlüğü (2013). <http://denizcilik.terimleri.com> (Erişim Tarihi: 3.01.2013).
8. Devlet Planlama Teşkilatı (2006). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (Turizm Özel İhtisa Komisyonu Raporu), Ankara.
9. Dwyer, L. ve Forsyth, P. (1998). Economic Significance Of Cruise Tourism, *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 393-415.
10. European Cruise Council (2009). Contribution Of Cruise Tourism To The Economies Of Europe. <http://www.cruise-norway.no/viewfile.aspx?id=2213> (Erişim Tarihi: 24.08.2013).
11. European Cruise Council (2012). The Cruise Industry <http://www.europeancruisecouncil.com/content/economic%20report.pdf> (Erişim Tarihi: 24.11.2013).
12. European Cruise Council (2012). <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ECC%20Report%202012-13.pdf> (Erişim Tarihi: 24.11.2013).
13. Gülbahar, O. (2009). 2000'li Yıllarda Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Profili, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10 (2), 93-112.
14. Güzel, K., (2006). Kruvaziyer Turizminin Türkiye'deki Geleceği. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
15. İzmir Ticaret Odası (2014). <http://www.izto.org.tr/bilgi-bankasi/izmir/turizm/kruvaziyer-turizmi> (Erişim Tarihi: 02.02.2014).
16. Kadioğlu, M. (2007), The Projects Of Turkiye In The 2023 For Cruise Tourism, *Journal Of Maritime Research*, 4 (1), 77-88.
17. Kester, J. G. C. (2002), Cruise Tourism, *Tourism Economics*, 9 (3). 337-350.
18. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023. Ankara.

19. Meriç, P. Ö. (2007), İzmir’de Turizm Sektörünün Gelistirilmesinde Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 298-316.
20. Oral, E.Z. ve Esmer, S. (2010). Ege Bölgesi, Kuvaziyer Turizminin Mevcut Durumu ve Geleceği, *Türkiye; ’nin Kıyı ve Deniz Alanları VIII. Ulusal Kongresi Bilidirler Kitabı*, 27 Nisan – 1 Mayıs, Trabzon.
21. Şahin, B., B. Çaylı ve G. Erol (2011). Kruvaziyer Turizminin Destinasyon Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Samsun Örneği, Samsun Sempozyumu, 13-16 Ekim, Samsun.
22. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB). Kruvaziyer Turizm Raporu – 2013, http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/arastirma-raporlari/tursab-turkiye-kruvaziyer-turizmi-raporu_10716.html (Erişim: 17.10.2014).
23. UNWTO (World Tourism Organization). Cruise Industry, <http://www.unwto.org/destination/index.php?lang=E> (Erişim: 12.04.14).
24. UNWTO (2013). World Tourism Organization Tourism Highlights 2013 Edition. http://dtxtp4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf (Erişim: 19.04.2014).
25. WTO (2013). World Trade Organization International Trade Statistics 2013. http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2013_e/its2013_e.pdf (Erişim: 19.04.2014).
26. Yaşar, O. (2008), Çanakkale Boğazı Doğu Kıyılarında Çevre Dostu Bir Liman: Çanakkale Kepez Limanı, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (2), 1-26.
27. Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
28. Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.