

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DENİZCİLİK İŞLETMELERİ YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
DENİZ TURİZMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ:
İZMİR İÇİN BİR ANALİZ

Nur KAN

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Barış KULEYİN

İZMİR - 2019



ONAY SAYFASI

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Deniz Turizmi Stratejileri: İzmir için Bir Analiz” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.



Tarih

.../.../.....

Nur KAN

ÖZET
Yüksek Lisans Tezi
Türkiye’de Deniz Turizmi Stratejileri: İzmir İçin Bir Analiz
Nur KAN

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı
Deniz Turizmi Programı

Türkiye’nin mevcut deniz turizmi stratejileri çerçevesinde, İzmir ili özelinde deniz turizminin gelişimi için gerekli etkenlere verilen önemin ve bilimsel çalışmaların arttırılarak hızlı bir şekilde gelişiminin sağlanmasının uygun olacağı değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın amacı İzmir ilinin deniz turizmi açısından güçlü/zayıf yönleri ile fırsatların/tehditlerin belirlenmesi ve belirlenen ifadelere göre olası deniz turizmi stratejilerinin ortaya koyulmasıdır. Bu kapsamda İzmir ili deniz turizmi paydaşlarını temsil eden uzmanlarla (n=14) yarı yapılandırılmış derinlemesine yüz yüze görüşmeler yapılmış ve toplanan veriler kodlanarak raporlanmıştır. Çalışmanın bulguları itibariyle; deniz turizmi açısından elverişli kıyı ve ikliminin olmasına rağmen İzmir’in deniz turizminden tam olarak faydalanamadığı ifade edilmiştir. Bunun ana nedeni olarak paydaşlar arası koordinasyon eksikliği ve iletişimi sağlayan bir liderin bulunmadığı ifade edilmiştir. Sonuç olarak araştırma çerçevesinde beş ana başlıkta toplam 63 adet olası strateji belirlenmiştir. Eksikliği hissedilen liderlik başkanlığındaki bir komisyonun kurulması ile birlikte tüm paydaşların bir araya gelmesi sağlanarak belirlenen stratejilerin incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Gelecek araştırmalar kapsamında; belirlenmiş olan stratejilerin bir veri toplama aracına dönüştürülerek İzmir deniz turizmi çerçevesindeki tüm paydaşların katılımıyla tartışmaya açılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Deniz Turizmi, Stratejik Yönetim, SWOT Analizi, İzmir.

ABSTRACT

Master's Thesis

Marine Tourism Strategies in Turkey: An Analysis for İzmir

Nur KAN

Dokuz Eylül University

Graduate School of Social Sciences

Department of Maritime Business Administration

Marine Tourism Program

The overall idea behind this study is recommendational belief and thought that within the scope of the existing marine tourism strategies in Turkey, as a particular part of this strategy, marine tourism in Izmir needs to get supported, improved and sustainably promoted by means of effectively carrying out the required activities along with increasing the academic studies particularly related with this precious part of the strategy. The purpose of this research is to reveal the strengths/weaknesses as well as the opportunities/threats regarding the marine tourism in Izmir and based on such a SWOT analysis offering and discuss the basic elements of marine tourism strategies to be implemented in Izmir. To do this, certain semi-structured in-depth interviews have been conducted through a group of experts (n=14) representing the stakeholders of marine tourism in Izmir, and the data collected through these interviews have been coded. The overall results of analysis reveal that Izmir cannot fully enjoy the benefits of marine tourism despite coastal richness and the climatic advantages it has which are quite proper for marine tourism. The basic reason for this failure revealed through the interviews is thought to be the lack of leadership facilitating the required communication and coordination among the relevant stakeholders. Based on the data collected and discussed, 63 points of the strategy have been determined within five categories. As an overall result, it has been concluded that under an effective leadership a commission is to be established through which all the stakeholders should be gathered to discuss and analyze the strategies determined. By means of the

future studies to be carried out, these strategies could act as an instrument for data collection and offered to be discussed by all the stakeholders of marine tourism in Izmir.

Keywords: Marine Tourism, Strategic Management, SWOT Analysis, Izmir.



TÜRKİYE’DE DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ: İZMİR İÇİN BİR ANALİZ

İÇİNDEKİLER

TEZ/PROJE ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	xi
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
EKLER LİSTESİ	xiv

GİRİŞ	1
-------	---

BİRİNCİ BÖLÜM DENİZ TURİZMİ KAVRAMI

1.1. DENİZ TURİZMİ	3
1.2. DENİZ TURİZMİNİN ÇEŞİTLERİ	4
1.2.1. Deniz, Kum ve Güneş	4
1.2.2. Tüplü-Tüpsüz Dalış	4
1.2.3. Kruvaziyer Turizmi	5
1.2.4. Denizaltı Araştırma Gezileri	5
1.2.5. Kutup ve Buzul Turları	6
1.2.6. Deniz Vahşi Yaşam Gözlem Turları	7
1.2.7. Balıkçılık Turizmi	7
1.2.8. Marina ve Yat Turizmi	7
1.2.9. Deniz Eğlence ve Sportif Faaliyetler	8
1.2.10. Mavi Tur	8
1.2.11. Günübürlük Tekne Turları	8
1.3. DENİZ TURİZMİNİN ETKİLERİ	9

1.3.1. Çevresel Etkiler	9
1.3.2. Sosyokültürel Etkiler	9
1.3.3. Ekonomik Etkiler	10
1.4. DENİZ TURİZMİNİN GELİŞMESİNDE ETKİLİ OLAN ÖĞELER	11
1.4.1. Çevresel Öğeler	12
1.4.2. Ekonomik Öğeler	12
1.4.3. Tarihi, Kültürel ve Dini Öğeler	14

İKİNCİ BÖLÜM

DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ

2.1. STRATEJİ KAVRAMI	15
2.2. DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNİN UNSURLARI	17
2.2.1. Demografik Yapının Tespit Edilmesi	17
2.2.2. Destinasyonların Belirlenmesi	18
2.2.3. Pazarlama Stratejisinin Belirlenmesi	18
2.2.4. Rekabetin Arttırılması	19
2.2.5. Yenilikçiliğin Teşvik Edilmesi	20
2.2.6. Turizmin Çevresel Etkilerinin Azaltılması	20
2.2.7. Coğrafi Uzaklığın Değerlendirilmesi	20
2.2.8. Eğitim İhtiyacının Belirlenmesi	21
2.3. ÜLKELERİN/BÖLGELERİN DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ	21
2.3.1. İskoçya Deniz Turizmi Stratejileri	21
2.3.2. Endonezya-Malezya-Tayland Ortak Deniz Turizmi Stratejileri	24
2.3.3. Rusya Deniz Turizmi Stratejileri	25
2.3.4. Güney Afrika Deniz Turizmi Stratejileri	26
2.3.5. Avrupa Birliği Deniz Turizmi Stratejileri	27
2.4. TÜRKİYE'NİN DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ	30
2.4.1. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Deniz Turizmi	30
2.4.1.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelemesi	32
2.4.1.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	33
2.4.1.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	33
2.4.1.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	33

2.4.1.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	34
2.4.1.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	34
2.4.1.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	35
2.4.1.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planının İncelenmesi	35
2.4.1.9. Dokuzuncu Kalkınma Planının İncelenmesi	36
2.4.1.10. Onuncu Kalkınma Planının İncelenmesi	37
2.4.2. Özel İhtisas Komisyon Raporlarının İncelenmesi	38
2.4.2.1. Dördüncü Özel İhtisas Komisyonu Raporu	38
2.4.2.2. Sekizinci Özel İhtisas Komisyonu Raporu	39
2.4.2.3. Dokuzuncu Özel İhtisas Komisyonu Raporu	41
2.4.2.3. Onuncu Özel İhtisas Komisyonu Raporu	41
2.4.3. Ulaştırma Şuralarının İncelenmesi	43
2.4.3.1. Sekizinci Ulaştırma Şurası	43
2.4.3.2. Dokuzuncu Ulaştırma Şurası	43
2.4.3.3. Onuncu Ulaştırma Şurası	43
2.4.3.4. On Birinci Ulaştırma Şurası	44
2.4.4. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 İçindeki Deniz Turizminin Yeri	45
2.5. TÜRKİYE’DEKİ DENİZ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDEKİ	47
PAYDAŞLAR	
2.5.1. Kamu ve Sertifikasyon Kurumları	47
2.5.2. Sivil Toplum Kuruluşları	49
2.5.3. Hizmet ve Sektör Kuruluşları	52
2.5.4. Bilgi Üreten Kurumlar/Eğitim Kurumları	52
2.5.5. Medya ve Basın Kuruluşları	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR İLİ DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNE İLİŞKİN İNCELEME

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	54
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	54
3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ	54
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	55
3.4.1. Örneklem Grubu	56
3.4.2. Veri Toplama Aracı	58

3.4.3. Araştırmanın Kısıtları	58
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	59
3.5.1. Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Güçlü Yönleri	59
3.5.2. Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Zayıf Yönleri	62
3.5.3. İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Fırsatlar	65
3.5.4. İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Tehditler	68
3.5.5. İzmir Kıyı Bölgelerinin Deniz Turizm Stratejileri Açısından Öncelik Sıralaması	71
3.6. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE TARTIŞMA	74
3.6.1. Tanıtım ve Pazarlama ile İlgili Olası Stratejiler	74
3.6.2. Ekonomi ile İlgili Olası Stratejiler	75
3.6.3. Eğitim ve İstihdam ile İlgili Olası Stratejiler	76
3.6.4. Çevre ile İlgili Olası Stratejiler	77
3.6.5. Bürokrasi ile İlgili Olası Stratejiler	78
SONUÇLAR	80
KAYNAKLAR	88
EKLER	

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ADB	Asian Development Bank
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
ATAK	Akdeniz ve Ege Kıyıları Turizm Alt Yapısı ve Kıyı Yönetimi
ÇŞB	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
E.C.	European Commision
IMEAK DTO	İstanbul Marmara Ege Akdeniz
KB	Kalkınma Bakanlığı
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
ÖİK	Özel İhtisas Komisyonu
RG	Resmî Gazete
RSADT	Repuclic of South Africa Department of Tourism
STA	Scottish Tourism Alliance
SWOT	Strengths, Weaknesses Opportunities, Threats
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TAPDK	Tütün ve Alkol Piyasası Denetleme Kurulu
TSSF	Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu
TURMEPA	Turkish Marine Environment Protection Association
TÜRÇEV	Türkiye Çevre Eğitim Vakfı
UB	Ulaştırma Bakanlığı
UDHB	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kalkınma Planlarında Deniz Turizmi Stratejileri	s.32
Tablo 2: Görüşme Yöntemine İlişkin Literatür Taraması	s.56
Tablo 3: Yarı-yapılandırılmış Yüz-yüze Görüşme Yapılan Uzmanların Listesi	s.57
Tablo 4: Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Güçlü Yönleri	s.61
Tablo 5: Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Zayıf Yönleri	s.63
Tablo 6: İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Fırsatlar	s.67
Tablo 7: İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Tehditler	s.70
Tablo 8: İzmir Kıyı Alanlarının Deniz Turizmi Stratejileri Açısından Öncelik Sıralaması	s.73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Turizm Amaçlı Üretilmiş Bir Denizaltı	s.6
Şekil 2: Strateji Geliştirme Süreci	s.16
Şekil 3: İzmir Kıyıları ve Alt Bölgeleri Haritası	s.72



EKLER LİSTESİ

Ek 1: Görüşme Formu

ek s.1





GİRİŞ

Deniz turizmi, denize kıyısı olan ülkelerin denizden faydalanarak ülke ekonomisine katkı sağlamak için kullanılabileceği önemli bir turizm çeşididir. Fakat düzgün stratejiler ile kullanılmadığı takdirde ekonomik, kültürel ve çevresel zararlara da neden olabilmektedir. Bu zararlardan kaçınmak ve maksimum faydayı elde etmek için deniz turizmi paydaşlarının belirlenerek deniz turizmi stratejilerinin oluşturulması ve uygulanması gerekmektedir.

Türkiye'deki deniz turizmi kavramının gelişmesi ve dünya pazarından pay alabilmesi için öncelikli olarak kamu kurumları, üniversiteler, odalar, sivil toplum örgütleri, sektöre ait birlik ve dernekler ile sektörde hizmet veren işletmeler bir araya getirilerek stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir. Türkiye'nin bu stratejileri bu çalışma kapsamında İzmir ili genelinde bulunan deniz turizmi paydaşları belirlenmiş ve görüşmeler yapılarak İzmir ilinin deniz turizmi açısından güçlü/zayıf yönleri ile fırsatları/tehditleri belirlenmiştir. Elde edilen bu verilere göre deniz turizmi stratejileri ortaya koyulmuştur. Bu araştırma kapsamında İzmir ili genelinde görev yapan veya hizmet gösteren deniz turizmi paydaşları ile nitel yöntem kullanılarak derinlemesine yarı-yapılandırılmış yüz yüze görüşmeler yapılmış ve İzmir ilinin deniz turizmi açısından değerlendirilmesi yapılarak olası stratejiler belirlenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde, deniz turizminin tanımı, deniz turizminin çeşitleri, deniz turizminin etkileri ve deniz turizminin gelişmesinde etkili olan öğelerle ilgili literatür incelenmiştir. İkinci bölümde ise; strateji kavramı, deniz turizmi stratejilerinin unsurları, ülkelerin deniz turizmi stratejileri, Türkiye'deki deniz turizmi stratejileri ile birlikte Türkiye ve İzmir ilindeki deniz turizmi paydaşları ile ilgili literatür incelenmiştir. Türkiye'deki deniz turizmi stratejileri incelenirken geçmişten günümüze Kalkınma Planları, Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Ulaştırma Şuralarının raporları ve Türkiye 2023 Turizm Stratejisi detaylı olarak incelenerek içerik taraması yapılmıştır. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde; yapılan araştırmanın amacı, konusu, önemi, modeli, yöntemi ve bulguları incelenmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak yapılan benzer çalışmalar incelenmiş ve uygun olan araştırma yönteminin nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış yüz yüze görüşme olmasına karar verilmiştir. Bu yöntemin

uygulanması konusunda literatür taranmış ve araştırma soruları belirtilerek İzmir ili deniz turizmi paydaşları ile bir araya gelerek yöntem uygulanmıştır. Elde edilen veriler incelenerek bulgular kısmında ifade edilmiştir. Bu bulguların içerik analizi yapılarak çözüm önerileri ve stratejiler sunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

DENİZ TURİZMİ KAVRAMI

1.1. DENİZ TURİZMİ

Deniz Turizmi (marine tourism), deniz ve deniz çevresindeki unsurlara bağlı bir turizm biçimidir. Bu turizm biçiminde müşterilerin ikamet ettikleri yerden uzaklaşarak deniz ve unsurları ile aktif olarak ilgilenmesini içermektedir (Papageorgiou, 2016:45). Bu ilgi kapsamında; deniz sporları, tüplü dalış, su altı ve su üstü balıkçılığı, su kayağı, rüzgâr sörfü, yelkencilik, deniz parklarına yapılan turlar ve deniz canlılarının izlenmesi gibi faaliyetler deniz turizmini oluşturan unsurlardır (EC, 2014;87). Denizde veya kıyıda deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile, onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri deniz turizmi olarak tanımlanmaktadır (www.denizticaretodasi.org.tr).

Deniz araçları kullanılarak denizin içinde veya üstünde ve kıyıda yapılan turizm amaçlı tüm ticari faaliyetler deniz turizmi olarak tanımlanmaktadır (IMEAK DTO, 2015;3). Deniz turizmi kavramı kıyı turizmi (coastal tourism) olarak ta adlandırılmaktadır. Bu kapsamda kıyı turizmi yüzme, sörf, güneşlenme gibi denize yakın olan faaliyetlerle birlikte denizcilik, yatçılık, deniz ve koy gezileri, deniz sporları gibi karasal hizmet ve altyapıya ihtiyacı bulunan faaliyetlerini de içermektedir (ECORYS 2013:5).

Deniz turizmi kavramı turistlere yönelik deniz alanlarında gerçekleştirilen eğlence ve hobi amaçlı tüm aktiviteleri içermektedir. Daha kısa bir tanımı ise turistin denizle daha doğrudan ve daha uzun süreli bir temas içinde olma arayışı olarak adlandırılmaktadır. (Diakomihalis, 2007: 420).

Deniz Turizmi Yönetmeliğinde ise deniz turizmi kavramı turizm kapsamında bulunan turizm araçlarını işletme, barındırma ve bu araçları kullanmak amacıyla olan veya bunlar vasıtası ile gelen yolculara yeme, içme, zaman geçirme ve barınma gibi hizmetleri vermek olarak tanımlanmaktadır (RG, 24.07.2009). Bu kapsamda bakıldığında yat turizmi ve kurvaziyer turizmi de deniz turizmi kapsamında değerlendirilmelidir (Ozkan ve Karadeniz, 2018: 2-3).

Deniz turizmini oluşturan birçok unsur bulunmaktadır. Bunlar dalış, balık

tutma, sörf vb. deniz aktiviteleridir. Ama ticari amaçlı balık tutmak veya denizden gıda sağlamak amaçlı dalışlar bu kapsamda görülmemekte onlar farklı bir sektör olarak adlandırılmaktadır. Bu nedenle deniz turizmi kavramının oluşabilmesi amacıyla kişilerin ikamet ettikleri alanlardan uzaklaşarak denizi bir eğlence amacıyla kullanmasını kapsayan tüm faaliyetler deniz turizmi olarak tanımlanmaktadır (Orams, 2002:9-10).

Tüm kavramlar ışığında deniz turizmi; turistlerin eğlenmek ve keşfetmek amacıyla ikamet ettikleri alanlardan ayrılarak, ticari bir kar sağlama amacı gütmeyen deniz ve kıyıdaki faaliyetlerin tamamı olarak ifade edilebilecektir.

1.2. DENİZ TURİZMİNİN ÇEŞİTLERİ

Turizm türlerinden biri olan deniz turizmini de oluşturan birçok çeşit bulunmaktadır. Bu bölümde deniz turizmini oluşturan çeşitli faaliyetlerden bahsedilmektedir.

1.2.1. Deniz, Kum ve Güneş

Geçmişte deniz turizmi denildiğinde kumsalda uzanarak güneşlenme ve denize girme faaliyetinden oluşan bir yapının olduğu görülmektedir. Fakat günümüzde bu aktiviteyi yerine getirirken farklı başka aktivitelerden oluşan bir etkinlik bütünü haline gelmiştir. “3-s (sun, sand, sea)” olarak adlandırılmaktadır. (Orams, 2002; 38)

1.2.2. Tüplü-Tüpsüz Dalış

Dalış; su altı doğal yapılarını, canlılığını gözlemlemek, avlanmak, maden aramak, su altı yapı işleri gibi görevleri yapmak amacıyla su altına dalma faaliyetine denir. Günümüzde daha çok turistik veya hobi amaçlı bir faaliyet olarak yapılmaktadır. Tüplü ve tüpsüz olarak iki çeşit ve 5 ana metotla yapılmaktadır. Tüplü dalış, dalıcı tarafından sıkıştırılmış hava veya gaz karışımları ile dalış yapılmaktadır. Tüpsüz dalışta ise nefes tutularak su altına dalış yapılmaktadır (TSSF, 04.01.2019).

Deniz turizm endüstrisinin en hızlı ve kolay büyüme gösteren bileşenlerinden biri olarak görülmektedir (Davis ve Tisdell, 1995: 19).

1.2.3. Kruvaziyer Turizmi

Kruvaziyer kelimesi İngilizce kökenli cruise kelimesinden meydana gelmektedir ve “zevk için bir hatta, limanlar arası bir deniz yolculuğu yapmak” olarak tanımlanmaktadır (Dowling, 2006: 4). Kruvaziyer turizmi ise bir gemi vasıtasıyla bir noktadan diğer bir noktaya gitmek yerine planlanmış birçok destinasyonun kısa süreli ziyaretine yönelik bir turizm çeşididir. Buradaki esas amaç birçok destinasyonu görmek ve ulaşımın kaybedilen zamanı yüksek konaklama standartları ile gemide eğlenceli bir hale getirmek olarak tanımlanmaktadır (Deniz, 2017;1). Rekreatif eğlence faaliyetleri ile zaman geçirerek, ulaşım ve seyahat işleminin aynı anda gerçekleşmesi faaliyetidir (Atlay Işık ve Cerit, 2015; 62).

1.2.4. Denizaltı Araştırma Gezileri

Denizaltı araştırma gezileri; deniz çevresini, kültürel mirası, resifleri ve enkazları ziyaret etmek isteyen ziyaretçileri denizaltı ile sahayı gezdiren panoramik manzara sunan bir faaliyettir (McKinnon, 2015; 23).

Şekil 1’de turistik faaliyet yürütmek amaçlı üretilmiş bir denizaltı gösterilmektedir.

Şekil 1: Turizm Amaçlı Üretilmiş Bir Denizaltı



Kaynak: <https://roatanreporter.wordpress.com>. (04.01.2019)

1.2.5. Kutup ve Buzul Turları

Bazı kaynaklarda kutup veya buzul turu yapan turistler, kutup bölgesindeki bilimsel araştırma kapsamında bulunan insanlar, devletler adına bölgede görevli olanlar ve bu projeler dışında kalan bölgeyi keşfetmek amacıyla bölgeye turizm faaliyetlerini yapmak üzere gelen ziyaretçiler şeklinde ifade edilmektedir. Fakat bazı araştırmalarda bu kavram konusunda sıkıntıların olduğu ve sadece bölgeye gemi veya hava yolu ile gelen, gelmek için ücret ödeyen herhangi bir devlet veya devlet üstü yapıda görev amacıyla o bölgede bulunmayan denizden veya havadan keşif amaçlı konaklama ve yeme içme hizmeti alan ziyaretçilerden oluşan turizm türüdür (Hall ve Saarinen, 2010;452).

Genelde gemi ile gelerek buzulları, deniz canlılığını ve manzarayı keşfetmek isteyen turizm faaliyetidir. Bu türün en büyük cazibesi uzak, zor ulaşılabilir ve soğuk olmasının verdiği başarı hissi ile muhteşem çevresel manzaralara sahip olmasının ziyaretçi üzerindeki etkisidir (Hall ve Saarinen, 2010;454-455).

1.2.6. Deniz Vahşi Yaşam Gözlem Turları

İnsanlar geçmişten beri doğadaki hayvanların yaşam biçimine ilgi duymuşlar ve gözlemde bulunmak istemişlerdir. Bu nedenle bu cazibeyi değerlendiren turizm sektörü bu amaçla turlar düzenlemektedir. Bu gözlem turizminin kara formları olduğu gibi deniz formları da mevcuttur. Balina, yunus, köpek balığı, kaplumbağa ve deniz kuşları gibi hayvanların göç, yaşam ve üreme noktalarını tespit ederek bu bölgelere tekne ile turlar düzenlenmektedir (Orams, 2002; 26-27).

1.2.7. Balıkçılık Turizmi

Balık tutma faaliyeti macera, hobi, spor ve doğa gibi etkenleri bünyesinde barındıran bir faaliyettir. Yapıldığı bölgelerdeki ekonomik yapıyı mevsimsel sezon farkı olmaksızın canlı tutmaktadır. Gelen ziyaretçiler bölge halkından rehberlik, tekne, gıda, ekipman, yem ve konaklama gibi hizmetler almaktadır. Yerel halka istihdam sağlamak ve bölgedeki dışa doğru göçleri engellemektedir (Boz ve Tunçer, 2016; 3).

1.2.8. Marina ve Yat Turizmi

Gezi ve spor amaçlı olarak inşa edilmiş yük ve yolcu gemisi statüsünde olmayan ticari veya özel yat olarak tanımlanan teknelere yat denir. Turizm türleri içerisinde kısmen daha pahalı bir faaliyet olarak görülmektedir. Ayrıca yüksek altyapı ve üstyapı yatırımları gerektirmektedir. Eğlence, spor ve dinlenme amacıyla koylar, körfezler ve korunaklı alanlar ile marinalar arasında seferler yapılmaktadır. Bu sektör ekonomiye büyük katkı sağlamaktadır. Marinaların ve koyların bulunduğu alanlara gelen ziyaretçiler hem yerel halka hem işletmelere hem de devlete ciddi ekonomik katkılar sağlamaktadır. Bölgenin refah düzeyini arttırmaktadır (Sarıışık ve diğerleri., 2011:1015-1016).

Yat turizmi; balıkçılık, gezi ve macera gibi birçok isteğe göre şekillenebilmektedir ve marina ile bağlama rıhtımlarına olan talebin küresel pazardaki mevcut arzın çok üstünde olduğu görülmektedir. Belli bir boş zaman

turizminin türü olarak, yat turizmi kıyı bölgeleri üzerinde olumlu bir ekonomik etki yaratmakta ve yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır (Chen ve diğerleri, 2016: 42-43).

1.2.9. Deniz Eğlence ve Sportif Faaliyetler

Geçmişten bugüne kadar sörf ve rüzgar sörfü çok fazla katılımcıyı çekmeye devam etmektedir. Fakat son yıllarda kano, uçurtma sörfü (kite-surfing), deniz paraşütü (parasailing), deniz raftingi (bluewater), deniz kayağı gibi faaliyetlerde yaygın olarak görülmektedir (Jennigs, 2006;8). Bunlara ilave olarak; kule ve trampelen atlama, modern pentatlon, senkronize yüzme ve atlama, şnorkelcilik, su topu, triatlon, yüzme, waboba, jet ski, kürek, aquathlon, su altı hokeyi ve su altı rugby yapılan diğer deniz turizmi faaliyetleridir (Atlay Işık vd. 2013;437).

1.2.10. Mavi Tur

Mavi yolculuk olarak da tanımlanan bu turun Türkiye'nin güney batı sahillerinde ilk kez ortaya çıktığı, daha sonrasında Adriyatik Denizi ve Akdeniz'e yayıldığı bilinmektedir. Guletler vasıtasıyla yapılan bu faaliyet tarihi yerler, antik şehirler, kaya mezarları, ıssız ve el değmemiş koylar, kumsallar gibi deniz ile doğayı birbirine bağlayan bir gezi sürecinden oluşmaktadır. Genelde konaklamalı olan bu hizmet ile ziyaretçiler konaklama, kültürel ve tarihi mirası keşfetme, gastronomi açısından yeni lezzetler deneyimleme, doğal güzelliklere şahit olma, su aktiviteleri yapma ve yüzme imkânı bulmaktadır (<https://www.bluecruise.co.uk>, 12.01.2019).

1.2.11. Günübürlük Tekne Turları

Birbirini tanıyan kişilerin özel bir tekne kiralayarak ya da yolcu kapasitesi yüksek olan teknelerde birbirini tanımayan yolcu profilinden oluşan kişilerin bir araya gelerek ücreti karşılığında gezi, spor, turizm ve eğlence amacıyla yapılan günlük turlar "günübürlük tekne turu" olarak tanımlanmaktadır. Bu tekneler, yolcuları aldıkları limana aynı gün geri getirerek turları tamamlamaktadır. Genelde birbirini

tanımayan yolcu profiline sahip bu turlar standart bir yolculuk planına bağılı kalarak işletilmektedir (Atlay Işıık vd. 2013;429).

1.3. DENİZ TURİZMİNİN ETKİLERİ

Bu başlıkta deniz turizminin çevresel, sosyokültürel ve ekonomik olarak olumlu ve olumsuz etkileri incelenecektir.

1.3.1. Çevresel Etkiler

Deniz turizminde doğal çevre güzelliğı önemli bir etkidir. Bölgedeki koyların güzelliğı, doğal hayatın çeşitliliğı, su altındaki canlı popülasyonu, kıyı yapılarının bozulmaması ve çevre güzelliğı deniz turizminin gelişmesi için oldukça önemlidir. Turistler genellikle cazibesi olan destinasyonları tercih etmektedir. Fakat artan turizm, çevresel olarak bu koşulları bozmakta ve yapılaşmaya neden olabilmektedir. Ayrıca gelen turistlerin ürettikleri atıklar çevreye zarar vermekte ve canlılığı etkileyebilmektedir. Bu sebeple turizm turizmi yok edebilmekte ve ziyaretçilerin geldikleri çevresel cazibe yok olabilmektedir. (Orams, 2002;57).

Deniz turizminin artması ve bölgesel imkanların yetersiz kalması durumunda enerji, gıda, toprak, su, atık ve peyzaj gibi ihtiyaçların karşılanması üzerinde büyük bir baskı oluşturmaktadır. Bu altyapı imkansızlıkları ve etkin denetimlerin bulunmaması çevresel felaketlere neden olmaktadır (www.marinespecies.org). Bunun sonucu olarak yerel türlerin neslinin azalması veya yok olması, atıklar nedeniyle su kalitesinin düşmesi, daha geniş alanlar için ormanların veya bitki örtüsünün yok edilmesi, canlıların göç yollarının bozulması, suyun ağır metaller ile kirlenmesine bağılı olarak yerel halkta yaşanan sağlık sorunları, hava ve gürültü kirliliğı gibi birçok olumsuz etkiye neden olmaktadır (Saenger, 1990;1-6).

1.3.2. Sosyokültürel Etkiler

Sosyokültürel kelimesi “*Aynı anda bir toplumu veya toplumsal bir grubu ve kendine özgü olan kültürü ilgilendiren*” anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Bu

kavram turizm açısından oldukça önemlidir. Yerel halkın kültürü de çoğu zaman bir turist açısından merak edilen unsurlardan bir tanesidir. Davranış biçimi, gelenekleri, yaşam tarzları turistlerin ilgisini çekmekte ve bölgenin cazibesini arttırmaktadır. Fakat turizmin aşırı olduğu bazı durumlarda yerel halk asimile olarak kültürünü ve yaşayış biçimini kaybetmeye başlamaktadır. Hawaii gibi bazı bölgelerde turistlerin yerel halkı geçen sayısı bu bozulmayı gitgide hızlandırmaktadır (Orams 2002, 63). Deniz turizminin bir başka sosyokültürel etkisine bakıldığında, bazı bölgelerde turizmin yoğun olması sebebiyle yerel halkın bu destinasyon bölgesini kullanmasına bölgesel yöneticiler tarafından engeller koyulması ya da maddi artış sebebiyle yerel halk tarafından kullanılmasının imkânsız hale gelmesi gösterilebilmektedir (Johnston, 1990;4). Bu duruma örnek olarak Karayip Adaları gösterilebilir. Karayip Adaları'nın deniz turizmi sebebiyle cazibesinin artması sonucu bölgeye birçok turist gelmeye başlamış ve yerel halkın kullanabileceği plajlar ticarileştirilerek yerel halkın kullanımına kapatılmıştır. Açık olan plajlarda ise fiyatların kur nedeniyle artması sebebiyle deniz kenarında hayatını kuran yerel halk iç kesimlere doğru gitmek zorunda kalmıştır. Ayrıca yapılan gözlemlerde yerel halkın, tatilcilerin davranışlarını taklit etmeye başladığı ve ada halkının kültürel dezenformasyona uğradığı gözlemlenmiştir (Pattullo, 1996;85-86).

Kısaca özetlemek gerekirse deniz turizminin yerel kimliğin ve değerlerin değişmesine, yerel kültürün (din, gelenek, festival ve kutlamaların) ticarileşmesine, bölgesel sanatın turistlerin taleplerine göre şekil alarak tarihsel kimliğini kaybetmesine, ekonomik eşitsizliğe ve kültürel yozlaşmaya neden olduğu görülmektedir (<http://www.marinespecies.org>).

1.3.3. Ekonomik Etkiler

Deniz turizmi ülkelerin ekonomilerine önemli bir katkıda bulunmakta ve hızlı gelişim eğilimi göstererek ekonomik faydayı arttırmaktadır. Bununla birlikte sektörün gerçek büyüklüğüne ilişkin istatistiksel verilerin kaydedilmesi büyük zorluklar arasında görülmektedir. Özellikle deniz turizmini tercih eden turist sayılarının belirlenmesi ve sınıflandırılması oldukça zordur (Diakomihalis, 2007: 421).

Deniz turizminin yaygın ekonomik faydaları olduğu görülmektedir. İstihdamın artmasına, devlet hizmetlerinin iyileşmesine, sağlık şartlarının iyileşmesine ve yaşam standartlarının kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Yerel halkın sahip olduğu işletmelerin ticari olarak kazançlarının artması, daha iyi bir turizm hizmeti için altyapı ve üstyapı standartlarının yükselmesi, ulaşımda sağlanan avantajlar bölge ve yerel halkın kalkınması için büyük avantajlar barındırmaktadır. Sadece yerel halka değil aynı zamanda vergi geliri olarak devlet ekonomisine de çok büyük katkılar sağlamaktadır. Bu sebeple deniz turizmi unsuru devletler için çekici bir ekonomik kaynak olarak görülmektedir. Tabi ki olumsuz olarak dışa bağımlı bulunan bu sistem devletler arası yaptırımlarda bir tehdit aracı olarak kullanılabilir. Buna ilave olarak artan turist ve döviz akışı yerel halkın enflasyon karşısında ezilmesine de sebep olabilmektedir. Eğer turizm faaliyetinin dayanağı olan çekicilik zamanla kötüleşirse turizme yapılan altyapı masrafları gereksiz bir hal alacak ve yerel işletmelerin ortadan kalkması sebebiyle istihdam ve ekonomik sıkıntılara neden olacaktır. Bu nedenle sürdürülebilir deniz turizmi uzun vadeli bir ekonomik başarının sağlanması için oldukça önemlidir (Orams, 2002:66).

Deniz turizmi ile turizm kazançları, ilgili mal ve hizmetlerin karşılığında alınan döviz bedeli, ev sahibi ekonomisine döviz girmesini sağlamaktadır. Buda ülke ekonomisinin gelişmesine ve cari açık kayıplarının azalmasına hatta yok olmasına sebep olacaktır (<http://www.marinespecies.org>).

1.4. DENİZ TURİZMİNİN GELİŞMESİNDE ETKİLİ OLAN ÖĞELER

Turizm açısından cazibe sahibi olan bölgelerde deniz turizmi hızla gelişmektedir. Fakat bu gelişim sürdürülebilir olmadığı takdirde zamanla bu ivmeyi kaybetmektedir. O sebeple deniz turizminin gelişmesi esnasında sağlanacak başarı sürdürülebilirlikle alakalıdır (Lung Wu, 2013:127).

Turizmin gelişmesini etkileyen çevresel, ekonomik ve tarihi/kültürel/dini olmak üzere üç temel öge bulunmaktadır. (Islam, 2015: 1-2).

1.4.1. Çevresel Öğeler

Çevresel etkiler iklim koşulları ve doğal güzellikler olmak üzere iki başlıkta incelenmektedir. İklim açısından bakıldığında yaz mevsiminin uzunluğu, sıcaklık ve nem değerlerinin uygunluğu, rüzgâr ve akıntı şiddeti ile yönünün su sporlarına elverişliliği ve dalga yüksekliği gibi etkenler, bir bölgenin deniz turizminin açısından gelişmesi için oldukça önemlidir (Muslu, 2015:21-22).

Çevre koşullarının turizmle olan bağı araştırıldığında, bir destinasyona ait sosyokültürel ve tarihi özelliklerinden ziyade çevresel koşulların daha önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu destinasyonun tarihi ve kültürel varlıkları ne kadar güzel olursa olsun çevresel özellikleri zayıf veya korunamazsa o bölge ziyaretçiler açısından tüm cazibesini kaybedecektir. Bu nedenle sürdürülebilir bir turizm için çevre ögesi en önemli unsurdur (Hacıoğlu ve Girgin, 2008: 425).

Çevresel öğelerin bir diğer faktörü de doğal güzelliklerdir. Doğal ve korunaklı koylar, deniz suyu kalitesi, uzun kıyı şeritleri, deniz ve karanın birleştiği noktaların estetiği, manzara, adaların konumları, denizin ve koyların derinliği ve doğal canlı çeşitliliği gibi doğal güzelliklerde deniz turizminin gelişmesi açısından oldukça önemli görülmektedir (Muslu, 2015: 21-30).

1.4.2. Ekonomik Öğeler

Ekonomik öğelere bakıldığında ulaşılabilirlik, konaklama, sağlanan olanaklar, altyapı ve üstyapı gibi unsurlar karşımıza çıkmaktadır (Islam, 2015; 2). Ulaşım açısından fiziksel erişimin sınırlı olduğu tesis ve turistik merkezlere ulaşamaması turizmi etkileyen unsurlardan bir tanesidir. Bu sebeple yol ve ulaşım açısından gerekli yatırımların tamamlanması turizmin gelişmesi açısından önemli bir faktördür (Eichhorn ve Buhalis, 2011: 51).

Turizm geniş anlamda, mevcut konaklama tesislerinin niteliğine ve miktarına bağlıdır. Turizmin gelişmesinde konaklama çok önemli bir faktördür. Başarılı bir turizm gelişimini sağlamak için, konaklama unsurunun gelişimi turizm planlamasının temel bir faktörü olarak düşünülmelidir. Başka bir deyişle, konaklama bir turizm matrisidir ve bu nedenle, turizm endüstrisini genişletmek ve geliştirmek için uygun

bir konaklama seçeneği gerekmektedir. Konforlu oteller ve diğer farklı bütçelere hizmet eden konaklama olanakları, turistlerin destinasyonlara çekilmesinde hayati bir rol oynamaktadır. Evden çok uzakta olan bir kişi, evinde olduğu gibi aynı imkân ve konforlardan yararlanabilirse, o zaman o yere bağlı duruma gelmektedir. Bu gerçeğin farkına varılması durumunda konaklama, belli turizm destinasyonları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir, farklı turistik noktalarda bulunan konaklama tesisleri, turistlere makul fiyatlarda maksimum konfor sağlamaya odaklanmaktadır. Turistik bölgelerde verilecek olan konaklama hizmetinin, farklı ekonomik geçmişe sahip insanlara, satın alma yeteneklerine göre konforlu bir konaklama imkânı sağlaması çok önemlidir (Poudel, 2013: 13-14). Deniz turizmi amacıyla gelen turistlere bu konularda iyi hizmetin verilmesi şüphesiz katkı sağlamaktadır. Su altı otelleri, yolcu gemileri ve suya dayalı konaklama hizmetlerinin iyileştirilmesi daha fazla cazibe yaratılmasına neden olacaktır (Orams, 2002: 16).

Deniz turizminin bir yerde gelişmesi ve büyümesi için ortamda bulunan olanakların seviyesinin de iyi düzeyde olması gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse sörf tesisleri, balık tutmak için tam donanımlı bu hizmeti veren teknelerin bölgesel olarak mevcudiyetinin bulunması, kürek çekmek için parkur ve tedbirlerin alınması gibi tesislerin denetimli ve modern düzeyde olması gerekliliği bulunmaktadır. Bunun yanı sıra bankacılık, sağlık, sigorta, internet ve telekomünikasyon gibi yan hizmetler içinde ilgili yatırımların yapılmış olması gerekmektedir.

Deniz turizminde diğer önemli ekonomik faktör ise altyapı ve üstyapı yatırımlarının tamamlanmasıdır. Deniz turizmi genelde deniz ve kıyı alanlarının birlikte etkileşimini sağlayan önemli bir unsurdur. Açık denizde yürütölen seyir ve konaklama gibi tekne faaliyetlerine destek ve barınma hizmetini karada bulunan yat limanları (marinalar) sağlar. Elektrik, temiz su, atık alım, barınma, kumanya, yakıt tedariki ve teknik hizmetler gibi hizmetlerin sağlanması amacıyla gerekli alt yapı ve üstyapıların tamamlanması önemli bir etkendir. Ayrıca diğer deniz turizmi unsurlarına hizmet eden su sporları için ayrılmış tesislerin modern düzeye getirilmesi ve ekosisteme zarar vermeden kurulması ve işletilmesi içinde gerekli yatırımların yapılması deniz turizminin gelişmesi açısından oldukça önemli bir unsurdur (Tegar ve Gurning, 2018; 128-132).

Bunlara ek olarak bölge turizm unsurlarının etkin bir şekilde tanıtımının yapılması amacıyla fuarlar organize edilmeli ya da organize edilen fuarlara güçlü katılımlar sağlanmalıdır. Yabancı bölgelerde tanıtım ofisleri kurulmalı, internet ve telekomünikasyon unsurları ile etkin tanıtımın görsel faaliyetlerinin yürütülmesi gerekmektedir.

1.4.3. Tarihi, Kültürel ve Dini Öğeler

Bir bölgenin tarihi ve kültürel potansiyeli turizmin temel faktörleri arasında yer almaktadır. Turistlerin tarihi ve kültürel mirasa tanıklık etme arzuları teşvik edici unsurlardan biridir. Ayrıca bu kültürel ve tarihsel mirasın markalaşması bölgenin tanınması açısından oldukça önemlidir (Ismagilova ve diğerleri, 2015: 158).

Denizin altında bulunan batıklar, kalıntılar ve su altı doğal yapıları deniz turizminin gelişmesini etkileyen unsurlardan bazılarıdır. Zamanında yaşanmış deniz kazaları veya savaşları sonucunda oluşan batıklar su altı dalışı yapan turistlerin ilgisini çekmekte ve deniz turizmi açısından fayda sağlamaktadır. Bu su altı unsurlarının korunmasını ve erişilebilirliğini sağlamak, bunlarla ilgili su altı müzeleri kurmak bölgede bir turizm cazibesi yaratmaktadır (Maarleyeld ve diğerleri., 2013:10).

Bölgelerde bulunan tarihi batıklar ve kalıntılar deniz turizmi açısından tarihi olguda cazibe yaratması muhtemel unsurlardır. Bunlara ilave olarak kültürel olarak bakıldığında geleneksel su sporları yarışları, fuarlar, festivaller gibi faaliyetlerden oluşan organizasyonlar bölgede kültürel cazibelere neden olarak turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca dini öğeler, hac ziyareti, dine ait sanatsal varlıklar, dini törenler gibi din temelli unsurlar turizm için cazibe yaratmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ

2.1. STRATEJİ KAVRAMI

Türk Dil Kurumuna göre strateji “*Bir ulusun veya uluslar topluluğunun, barış ve savaşta benimsenen politikalara destek vermek amacıyla politik, ekonomik, psikolojik ve askerî güçleri bir arada kullanma bilimi ve sanatı,*” olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr).

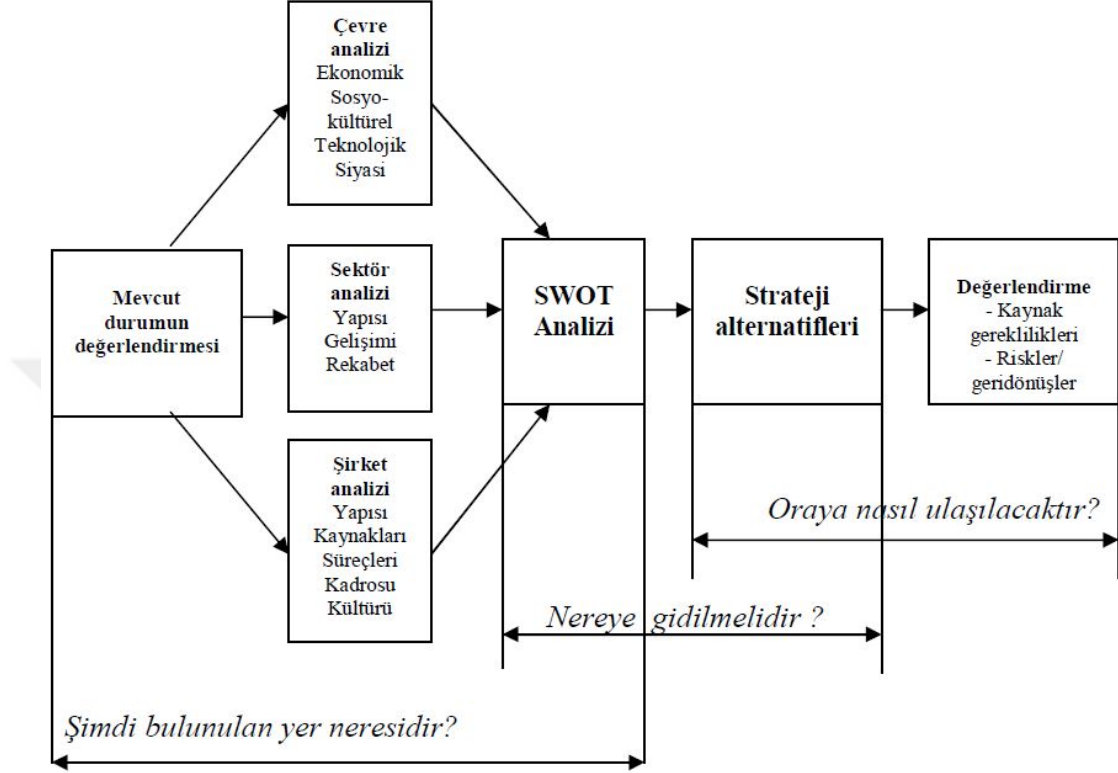
Başarı odaklı, detaylı ve uzun vadeli hedeflerin gerçekleşmesi amacıyla seçilen kararlar bütünü strateji olarak adlandırılır (Formisano, 2003;2). Strateji; potansiyel ürün ve pazarları, uzun vadeli hedefleri ve hedeflere ulaşmak için politikaları belirler (Singh ve diğerleri, 2008; 529).

Stratejik Planlama; geleceğe bakarak eğilimleri ve sorunları belirlemek ve bu eğilimler için bir süreç geliştirmek olarak adlandırılmaktadır. Bu süreç göz önüne alındığında bir hedefe ulaşmak için mümkün olan en etkili ve verimli sürece strateji adı verilmektedir. Eğilimler ve sorunların tespiti, kilit faydalanıcı ve müşterilerin belirlenmesi, bu faydalanıcıların neye ihtiyacının olduğunun belirlenmesi ve bu görevi yerine getirmek için mümkün olan en verimli ve etkili yolun belirlenmesi gerekmektedir (EC, 2014;2). Öncelikleri belirlemek, enerji ve kaynakları odaklamak, operasyonları güçlendirmek, paydaşların ortak hedefler için koordineli çalışmasını sağlamak, sürece yön vermek ve değişen çevreye uyum sağlamak stratejik planlama açısından oldukça önemlidir (www.balancedscorecard.org). Stratejik planlama süreci, kurumsal hedef oluşturma konusu ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır (Anderson, 1982:15). Kurumsal hedef açık bir şekilde ifade edilmeli, dış ve iç paydaşların belirlenmesi, amaç ve faaliyetlerin belirlenmesi, stratejik hedeflerin bir planlama içinde tanımlanarak bunlara uygun stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir (Berry, 1994: 323).

Strateji geliştirme süreci özünde üç önemli soruya verilecek cevaplara odaklanmaktadır. Birinci soru “*şu anda bulunulan yer neresidir?*”, ikinci soru “*nereye gidilmelidir?*” ve üçüncü soru ise “*oraya nasıl ulaşılacaktır?*” olarak belirlenmiştir (Özer, 2010;139-140). Bu üç sorunun cevabından oluşan strateji geliştirme süreci

Şekil 2’te gösterilmektedir.

Şekil 2: Strateji Geliştirme Süreci



Kaynak: Formisano, 2003;45'ten aktaran Özer, 2010;140.

Stratejik planlamanın amacı uzun vadede bir kurum veya kuruluş ile çevresi arasında olumlu bir denge sağlamayı amaçlamaktadır. Bilgi toplamak ve uzun vadeli bir yön belirlemek ve ardından bu yönelimi belirli hedeflere ve eylemlere çevirmek için sistematik bir süreç sağlamaktadır. Geleceğe yönelik düşünme özelliği kazandırarak uzun vadede sürece öznellikten uzak bir hareketlenme katmayı amaçlamaktadır. Kısaca misyon ve değerlerin açıklığa kavuşturulmasını, geleceğin vizyonunun geliştirilmesini, dış zorlukların ve fırsatların analiz edilmesini, iç güçlerin ve zayıflıkların değerlendirilmesini ve buna göre bir eylem planı ortaya koyulmasını amaçlamaktadır. Stratejik planlama, yalnızca uygulama ile dikkatli bir şekilde bağlantılı olması durumunda yararlı olan eylem odaklı bir planlama türüdür (Poister ve Streib, 2005;46).

2.2. DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNİN UNSURLARI

Deniz turizmi stratejileri belirlenirken öncelikli olarak sürdürülebilir turizm çerçevesinde maksimum ekonomik fayda ve pazar payı edinmek amaçlanmaktadır (STA, 2015;8). Bahse konu stratejiler belirlenirken temelde demografik yapının tespit edilmesi, destinasyonların belirlenmesi, pazarlama stratejisinin belirlenmesi, rekabetin arttırılması, yenilikçiliğin teşvik edilmesi, turizmin çevresel etkilerinin azaltılması, coğrafi uzaklığın değerlendirilmesi ve eğitim ihtiyacının belirlenmesi olmak üzere sekiz ana unsur gözetilmektedir (Çokişler ve Türker, 2015; STA, 2015; Butler, 2006; Rahman, 2015; Buhalis, 2000; EC, 2014; Atlay Işık ve Cerit, 2008a; Atlay Işık ve Cerit, 2008b).

2.2.1. Demografik Yapının Tespit Edilmesi

Her insan kendine has demografik karakterleri doğrultusunda dürtülen istek, ilgi, ihtiyaç ve beklentilere sahiptir. Bu demografik karakter doğrultusunda bir destinasyonu ziyaret etme davranışı sergilemektedir. Bu demografik karakterin iyi bir şekilde analiz edilerek o karaktere uygun faaliyetleri belirlemek ve cezbetmek için gerekli stratejilerin oluşturulması gerekmektedir. Her turizm bölgesi içinde pazar bölümlendirmesi yapılarak olabildiğince çok turiste hitap edilebilmesi için bu demografik karakterlerin belirlenmesi için kapsamlı çalışmaların yapılması oldukça önemlidir (Çokişler ve Türker, 2015:33).

Deniz turizmi altında çeşitli sektörler bulunduğundan dolayı bu hizmeti alan grupların ve bireylerin demografik özellikleri faaliyet alanına göre değişiklik göstermektedir. Bu değişik faaliyet alanlarına iyi hizmet edebilmek için öncelikle iyi bir veri ağına duyulan ihtiyacı gidermek gerekmektedir. Veri toplama, pazarlama faaliyetlerini daha da hassaslaştırmak ve gelecekteki yönelimi ve gelişimi bilgilendirmek için ulusal stratejik çerçevenin temel bir şartı olarak kabul edilmektedir. Her grubun ekonomik etkisi, kişi sayıları, yaş aralıkları, beklentileri gibi unsurlar tespit edilirse, etkinlik ve verimlilik açısından ihtiyaçların karşılanması daha kolay olacaktır (STA, 2015:14-16).

2.2.2. Destinasyonların Belirlenmesi

Turizm destinasyonu doğal güzellikleri, iklim özellikleri, tarihi ve kültürel mirası olan yerler olarak tanımlanabilir. Bu statüde bulunan yerler çok sayıda turist için cazibe noktasıdır (Butler, 2006: 232.).

Deniz turizmi açısından cazibe unsurlarına; batıklar, doğal ve el değmemiş koylar, su altı canlı çeşitliliği, denizin dip yapısı, rüzgâr, akıntı, deniz müzeleri, kıyı halkının kültürel özellikleri ve deniz suyu kalitesi örnek gösterilebilir. Bu özellikleri barındıran yerler deniz turizmini geliştirmek için uygun destinasyonlardır. Turizm destinasyonunun geliştirilmesi, yerel halkın ziyaretçiler için kaliteli hizmetler ve deneyimler sunmalarına ve kişisel refahlarını artırmalarına yardımcı olabilecek, tesislerin, olanakların, hizmetlerin ve ürünlerin geliştirilmesi ve eşgüdümünün sürekli bir süreci olması gerekir (Rahman, 2015:5).

2.2.3. Pazarlama Stratejisinin Belirlenmesi

Bir destinasyonun pazarlama ve yönetim stratejisini oluşturmak bünyesinde bulunan paydaşların çıkarlarının çelişmesi gerekçesi ile oldukça zordur. Bu nedenle paydaşları temsil eden yerel halkın, işletmelerin, yatırımcıların, ziyaretçilerin, tur operatörlerinin, aracılardan ve diğerlerinin çıkarlarını ve isteklerini dikkate almak gerekmektedir. Bu kısımda en zoru manzara, dağ ve deniz gibi kamu mallarının tüm paydaşların yararına ve aynı zamanda gelecek nesiller için kaynakları koruyarak sürdürülebilir şekilde kullanılmasını sağlamaktır (Buhalis, 2000: 98-99).

Bir turist ziyarette bulunmadan önce yapacağı faaliyetlerle ilgili bilgi toplamaktadır. Gidenlerin fikir ve deneyimlerine başvurmakta, basında yer alan haberleri, reklamları, web tabanlı siteleri incelemektedir. Bu sebeple bu konuda farklı yaklaşımlar ve stratejiler oluşturulmalıdır. Tatil boyunca bir ziyaretçi farkına varmadan her bir faaliyetin farklı paydaşlar tarafından üretildiği ve yönetildiği bir dizi eylemde bulunmaktadır. Taksi şoförleri, otel çalışanları, garsonlar, müze, tiyatro, plajlar, marina çalışanları, havaalanı çalışanları gibi merkezlerle sayısız karşılaşma oluşmaktadır. Bu bölgelerde bırakılacak iyi bir izlenim o destinasyonun imajına büyük katkı sağlamaktadır. Ayrıca web tabanlı tanıtımlar, fuarlar, acenteler, görsel

reklamlar gibi unsurlar ile bölgenin varlıkları net bir şekilde ifade edilmiş ve ulaşılabilir olması gerekmektedir. Tüm bu unsurlar aslında sürdürülebilir turizmi ifade etmekte ve yasal yaptırımlar ile korunması gerekmektedir (Buhalis, 2000;99).

Deniz turizmi açısından bakıldığında denizle su sporlarını etkileyen unsurların belirlenmesi ve bu unsurların tanıtılması, doğal koy ve güzelliklerin vurgusunun yapılması, iklim koşullarının uygunluğunun belirtilmesi, marinalar, limanlar, tarihi ve kültürel yapıların denizcilikle ilgili olanlarının reklamının yapılması amacıyla görsel ve işitsel tanıtımlarının yapılması gerekmektedir. Ayrıca sektörde istihdam edilen kişilerin eğitimlerinin standartlarının yükseltilmesi ve tüm paydaşların ziyaretçi memnuniyetine önem vermesi konusunda bilinçli olmasının sağlanması gerekmektedir.

2.2.4. Rekabetin Arttırılması

Rekabeti arttırmak için öncelikle deniz turizmi alanında faaliyette bulunan ziyaretçilerin beklentilerine yönelik veri analizinin yapılması gerekmektedir. Bu veri analizi sonucunda değişen ekonomik, finansal ve politik taleplere göre bir dizi önlem alma ihtiyacı görülmektedir. Duruma göre oluşan talep dalgalanmaları ile çeşitli teşvik ve avantajlar ile belirli destinasyonu seçmeleri için cazibe yaratılmaktadır. Örneğin ekonomik göstergeler bölge turizmi için kötüye gittiğinde bölgeye yapılacak uçuşların vergi oranları değiştirilmekte, konaklama ücretlerinde de değişikliklere gidilebilmektedir. Böyle durumlarda diğer rakip bölge ve ülkelere karşı rekabetçi üstünlük sağlamak mümkün olacaktır. Ayrıca vize ücreti gibi kalemlerde turizm vizesinin ücretlerin azaltılması, vize verilebilirliğin kolaylaştırılması veya bir süreliğine kaldırılması da aynı zamanda turizmdeki bu dalgalanmalardan olacak olumsuz etkiyi azaltacaktır (EC, 2014; 2-3). Buna ilave olarak deniz turizminden faydalanan ziyaretçiler için doğal güzelliklerin ve çevre koşullarının uygunluğu önemli bir cazibe unsurudur. Bu unsuru canlı tutmak için yeşil pazarlama stratejileri üretmek sürdürülebilirliği sağlamakta ve önemli bir rekabetçi üstünlük kazandırmaktadır (Atlay Işık ve Cerit, 2008a; 406).

2.2.5. Yenilikçiliğin Teşvik Edilmesi

Sektöre olan faydayı sağlayacak olan pazarlama, spor, destinasyon gibi konularda yenilikçi fikirlerin gelişmesi ve rekabetçi üstünlük sağlamak amacıyla bu fikirlere imkân ve teşvik verilmesi faydalı olacaktır. Ayrıca turizm konusunda başarılı olan destinasyon ve işletmelerin işletme modelleri de diğer işletmeler için model olması amacıyla paydaşların arasında paylaşılmasının sağlanması gerekmektedir (EC, 2014; 4).

2.2.6. Turizmin Çevresel Etkilerinin Azaltılması

Turizm destinasyonları gelişirken dönemsel süreçte belli alanlarda normalde olduğundan daha fazla insanın barınmasına yol açmaktadır. Bu sırada su, gıda, atık ve enerji kaynaklarında sıkıntılara neden olmaktadır. Ayrıca biyolojik çeşitliliğin bozulması, hava kalitesinin düşmesi, toprak yapısının bozulması, deniz yapısı ve canlılığının etkilenmesi gibi başka etkilerde gözlemlenmektedir. Bu etkilerin oluşmaması için gerekli çevreci çözümler belirlenerek paydaşlarla beraber uygulanmalıdır. (EC, 2014; 5-6).

Deniz turizminde ziyaretçilerin çevreyle dost tüketiciler olduğu konusu ve kullandıkları alanların temiz olması gerekliliği açık bir şekilde yapılan araştırmalarda ifade edilmektedir. Bu araştırmalar sonucunda deniz turizminin başarısı; çevre ve doğal özelliklerin korunmasına bağlıdır. Bu nedenle paydaşlar bölgedeki turizmi canlı tutan yeşil tüketiciye hitap eden stratejiler belirleyerek bunları uygulamak zorundadırlar (Atlay Işık ve Cerit, 2008a; 414).

2.2.7. Coğrafi Uzaklığın Değerlendirilmesi

Coğrafi olarak uzak veya ulaşılabilirlik açısından zayıf olan bölgeler ziyaretçiler tarafından daha az tercih edilmektedir. Bu nedenle karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu ile entegre ulaşım sistemleri ile belirlenen destinasyona kolay ulaşılabilir olması gerekmektedir. Ek seferler, gerekli altyapı ve üstyapı çalışmaları yapılmış olması gerekmektedir (EC, 2014;8).

2.2.8. Eğitim İhtiyacının Belirlenmesi

Yerel halka ve paydaşlara (işletmeciler, çalışanlar, kamu ve özel kurumlar) ziyaretçilerin beklentilerine yönelik hizmet vermesi için ilgili eğitimin verilmesi gerekmektedir. Buna ilave olarak çevresel sürdürülebilirlik açısından paydaşların ve yerel halkın bilincinin artırılması ve sürdürülebilir turizm konusunda bilinçli olmaları sağlanmalıdır. Deniz turizm alanında verilen tüm hizmetlere yönelik kapsamlı eğitim programları oluşturulmalı ve fon ihtiyacına yönelik çalışmalar yapılmalıdır (EC, 2014:9).

Diğer turizm alanları gibi deniz turizminde de vasıflı çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu açıdan bakıldığında deniz turizminin alt unsurlarından biri olan yat turizminde hizmet alan ziyaretçilerin profili yüksek kaliteli yaşam standardına uygun olduğundan verilen hizmetinde iyi eğitilmiş ve vasıflı çalışanlar tarafından verilmesi gerekmektedir. Bu eğitimlerin verilmesi için turizm konusunda eğitim verilen okullara deniz turizmi ile ilgili bölümler eklenmeli, turizm bölümlerinde deniz turizmi ile ilgili ders müfredatları oluşturulmalı ve mesleki gelişim açısından kurs ve etkinlikler düzenlenmelidir (Atlay Işık ve Cerit, 2008b: 586,592).

2.3. ÜLKELERİN/BÖLGELERİN DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ

Bu bölümde bazı ülkelerin/bölgelerin oluşturduğu deniz turizm stratejileri incelenmiştir. Bu kapsamda İskoçya, Rusya, Güney Afrika, Malezya-Endonezya-Tayland ve Avrupa Birliği deniz turizmi stratejilerine ulaşılmıştır. İnternet üzerinden yapılan tarama sonucunda yabancı dili İngilizce olan raporlar taranabilmiştir.

2.3.1. İskoçya Deniz Turizmi Stratejileri

İskoçya deniz turizmi konusunda sektörün sürdürülebilir büyümesine odaklanarak kıyı alanlarında deniz turizminin ekonomik faydalarını arttırmayı, denizcilik endüstrisi ile iş dünyası, topluluklar ve diğer deniz turizmi paydaşları arasındaki iş birliğini en üst seviyeye çıkarmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda ayrıntılı bir eylem planı belirlenerek adım adım kuruluşların rollerini ve

sorumluluklarını bir zaman çizelgesi üzerinde belirlemektedir. Bu hedefi gerçekleştirmek için sanayi ve kamu sektörü ile deniz turizmi ile ilgili kulüpler, dernekler, topluluklar ve işletmelerden oluşan paydaşlarla bir ortaklık ilkesine bağlı kalınarak çalışmalar yapılmaktadır (STA, 2015;8).

İskoçya’da hali hazırda ciddi bir pazar payı bulunan yelken ve yat turizmi pazarının arttırılması hedeflenmektedir. Aynı zamanda bu pazar payının diğer su ve deniz sporlarının faaliyetlerinin büyümesine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca yelken ve yat faaliyetlerinin İskoçya’nın sahil kasabalarına da ekonomik katkı sağlayacağı ifade edilmektedir (STA, 2015; 10).

İskoçya deniz turizmi stratejilerini üç ana başlık altında belirlemiştir. Bunlar; *“Otantik Deneyimler Sağlamak”*, *“Müşteri Yolculuğunu Geliştirmek”* ve *“Yeteneklerimizi Geliştirme”* olarak adlandırılmıştır (STA, 2015; 24).

“Otantik Deneyimler Sağlamak” kavramı, deniz ve iç sularındaki zenginlik ile deniz turizmi ve eğlence amacıyla gelen ziyaretçilerin tercihlerine uyacak çeşitli deneyimler ve etkinlikler sunan aşağıdaki hedefler ortaya koyulmuştur (STA, 2015; 28-29);

- Denizcilikle ilgili faaliyetler listesi belirlenerek fırsatların tanımlanması
- Bölgesel, ulusal ve uluslararası fuar gibi etkinliklerin belirlenmesi ve bu deneyimlerin orada sunulması,
- Spora özgü etkinlikler belirlenerek Scottish Series Yat Yarışları gibi marka yarışların yaratılması ve yaratılan bu markaların geliştirilmesi,
- Uluslararası deniz yarışlarının ve etkinliklerin ülke içinde organize edilerek ev sahipliğinin sağlanması,
- Deniz ve nehir festivalleri veya kutlamaların bölgesel veya ülkesel ölçekte geniş kapsamlı koordinasyonunu sağlanması,
- Deniz turizmi etkinliklerinin ve festivallerinin ekonomik etkisini geliştirmek amacıyla paydaşların kapasitelerinin arttırılması,
- Deniz turizmi alt pazarlarının belirlenerek gelen ziyaretçilerin fikirlerinin alınması ve ihtiyaca göre yeni temalar belirlenmesi,
- Ziyaretçilerin güzergahları arası geçişi kolaylaştırmak ve desteklemek için ulaşım konusunda bürokratik düzenlemelerin yapılması ve bu güzergahların arasına vasıtaların koyulması,

- İskoç deniz turizmi konusunda ziyaretçilere birden fazla opsiyonun farklı gelir durumlarına göre geliştirilmesi.

“*Müşteri Yolculuğunu Geliştirmek*” kavramı, yeni ve mevcut ziyaretçilerin ilgisini çekmeye, ziyaretçiyle iletişimi ve ilişkiyi geliştirmeye ve müşteri deneyimini tekrarlayan işleri teşvik etmeye ve ziyaretçinin daha uzun süre konaklamasını sağlamaya odaklanmaktadır. Bu kapsamda aşağıdaki hedefler ortaya koyulmuştur (STA, 2015; 32-33);

- Ziyaretçilerin hem online olarak hem de bilgi merkezleri aracılığıyla istedikleri bilgiye ulaşmasının sağlanması,
- “Sail Scotland” gibi web sitelerinin diğer deniz turizmi türlerine göre düzenlenmesi,
- Müşterilerin ihtiyaçlarını anlamak üzere müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve eksikliklerin paydaşlarla paylaşılması,
- Müşterilere zamanında ihtiyaç duydukları doğru bilginin sağlanması ve bir sonraki ziyaret noktasında neler olabileceğinin görsel, web tabanlı veya bilgi merkezleri vasıtasıyla iletilmesinin sağlanması,
- Sektör için deniz turizmi hizmetinin geliştirilmesine yönelik destek sağlanarak ziyaretçilere farklı deneyimlerin yaşatılması,
- Sosyal medya ve diğer teknolojik unsurlar kullanılarak müşteri ile sektörün iletişime geçilmesinin sağlanması,
- Deniz turizmi bölgelerinde işletmelerle birlikte wi-fi hizmetinin verilerek ziyaretçilerin arkadaşları ve akrabaları ile yaşadıkları deneyimleri paylaşmasının bölge tanıtımına olan avantajının kullanılması.

“*Yeteneklerimizi Geliştirmek*” teması, uluslararası rekabet gücünün devam etmesini sağlamak için sektörün güçlü yönlerini ve yeteneklerini geliştirmeye odaklanmakta, sürdürülebilir ve güçlü büyüme ile ekonomik etkiyi elde edebilmeyi hedeflemektedir. Deniz turizmi müşteri deneyiminde yüksek bir profesyonellik, müşteri odaklılık ve kalite standardı sağlamak için sektörün gerekliliklerini ifade etmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki hedefler ortaya koyulmuştur (STA, 2015;36-37);

- Yerel yönetimler ile birlikte çalışılarak alt yapıdaki eksikliklerin tespiti

ve giderilmesi,

- Deniz turizmini destekleyerek sektördeki büyüme fırsatını en üst düzeye çekilmesi,
- Oluşturulan tesislerin ziyaretçi beklentilerinin karşılanması sağlanması,
- Destinasyon pazarlama organizasyonları ile birlikte çalışılarak ziyaretçi adaylarına ulaşma ve iyi bir pazarlama stratejisinin sunulmasının sağlanması,
- Mevcut ve ortaya çıkacak istihdam ihtiyacının karşılanması amacıyla yetkin personel eğitimi için gerekli teşviklerin sağlanması,
- Müşteri hizmetleri, çapraz satış, sosyal medya ve dijital pazarlama becerileri gibi temel becerileri yerine getirmek için paydaşlarla iş birliğinin yapılması,
- Uzun vadeli başarı ve sürdürülebilirliği sağlamak için çevresel, ekonomik ve sosyal yönlerin deniz turizmine entegre edilmesi,
- Sektördeki işletmelerin sürdürülebilirlik yaklaşımını tanıyan ve ödüllendiren kanıtlanmış mekanizmalar ve akreditasyon planlarının uygulanması,
- Doğal deniz çevresini ve vahşi yaşamı koruma konusunda bilincin yaratılması,
- Sektör genelinde yenilik ve değişimin teşvik edilmesi,
- Tüm bu maddeler için yasal düzenlemelerin ve gerekli fonların sağlanması.

2.3.2. Endonezya-Malezya-Tayland Ortak Deniz Turizmi Stratejileri

Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) üyesi olan Endonezya, Malezya ve Tayland ortak turizm strateji planı hazırlamış ve bu plan içinde deniz turizmi eylem planlarını da belirlemişlerdir. Bu kapsamda deniz turizmi aşağıdaki hedefler ortaya koyulmuştur; (ADB, 2017;7-21);

- Deniz Ulusal parkların deniz yolu ile birbirine bağlanması ve seferlerin

düzenlenmesi,

- Ülkeler arası ulaşımı kolaylaştıracak yeni deniz yolu planlamalarının ve seferlerin düzenlenmesi,
- Yeni yelken ve yat için ayrılmış rotaların belirlenmesi,
- Dalış, sörf, yelken gibi deniz sporlarının geliştirilmesi, denetlenmesi ve standartların arttırılması,
- Geleneksel balıkçı köylerinin ve topluluklarının kültürünü tecrübe etmek amacıyla kültür turlarının düzenlenmesi,
- Deniz festivalleri, yat yarışları, sörf yarışları, derin dalış yarışmaları, ulusal ve uluslararası deniz konferansları ve sergileri gibi etkinliklerin düzenlenmesi ve tanıtılması,
- Deniz canlılığı ve mirası konusunda tanıtımların yapılması,
- Deniz turizmi ile konaklama ve harcama sürelerinin arttırılması amacıyla uzun süreli paket programların hazırlanması.

2.3.3. Rusya Deniz Turizmi Stratejileri

Rusya, deniz turizminin gelişmesi amacıyla bir dizi karar almış ve bu alınan stratejik kararlar aşağıda incelenmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki hedefler ortaya koyulmuştur (Derkacheva ve diğerleri., 2016; 2-4);

- Yelkenli ve yatlar için özel güzergahların belirlenmesi ve bu güzergahlar üzerinde gerekli alt yapı eksikliklerinin giderilmesi,
- Yelkenli yarışlarının düzenlenmesi ve uluslararası yarışlara katılımın sağlanması,
- Uluslararası yeterliliklere göre yelkenliler için kullanıcı eğitimlerinin verilmesi,
- Vize ve tekne girişi için yasal kolaylıkların sağlanması,
- Bağlama alanları, marinalar ve limanlar için altyapı eksikliklerinin giderilmesi,
- Marinaların yetersizliğinin giderilmesi,
- Yeni demirleme sahalarının oluşturulması,
- Yat ve yelkenliler için haritalar ve yardımcı seyir yayınlarının bölgeler

bazında hazırlanması,

- Teknelere bakım, teknik ve yakıt konusunda destek olacak servis ağının kurulması,
- Deniz turizmi için dalış, gezi, rüzgâr sörfü, yelken gibi deniz sporlarını içeren tesislerin kurulması ve bu merkezlerde hem spor hem de eğitimin verilebilir olmasının sağlanması,
- Kış mevsiminde buz üzerinde kayak, buz pateni gibi aktivitelerin deniz turizmi faaliyetleri kapsamında sürdürülmesi,
- Bu yapı için paydaşların görev dağılımının yapılması ve yerine getirmek amacıyla fonlanması.

2.3.4. Güney Afrika Deniz Turizmi Stratejileri

Güney Afrika Cumhuriyeti, deniz turizmini geliştirmek amacıyla 2017 yılında akademi ve paydaşlardan oluşan bir gruba çalışma yaptırmış ve aşağıda belirlenen stratejileri oluşturmuştur. Bu stratejiler ile aşağıda belirtilen hedefler ortaya koyulmuştur. (RSADT 2017: 38-41);

- Var olan veya olası deniz turizmi bölgelerindeki yüksek işsizlik oranlarını azaltılması amacıyla vasıfsız insan gücünün eğitilerek vasıflı hale getirilmesi,
- Yatırımcılar için finansman eksikliklerine çözüm bulunması,
- Turizm işletmeciliği ile ilgili kanuni değişikliklerin yapılması,
- Kıyı ve deniz turizminin kalkınması amacıyla altyapı desteğinin sunulabileceği düzenlemelerin yapılması,
- Yerel yetkililerin deniz turizmi yönetme yetkinliğinin artırılması,
- Yerel turizm departmanlarının kurulması ve yetkilendirilmesi,
- Paydaşlar arasında siyasi nedenlerle oluşan güven eksikliğinin kaldırılması,
- Deniz ekosisteminin ve kıyı yapılarının çevresel politikalar ile sürdürülebilirliğinin sağlanması,
- Deniz turizminin tüm paydaşlarının belirlenmesi, bu paydaşların görev ve ortak çıkarları doğrultusunda koordine edilmesi,

- Vergi planlaması yapılarak teşvik edici unsurlar göz önüne alınıp devlete, istihdama ve ekonomik büyümeye katkı sağlanması için teşvik edilmesi,
- Turizm politikası açısından açık, tutarlı ve ulaşılabilir hedeflerin planlanması,
- Sektörün iyileşmesi için gerekli fonların sağlanması,
- Kamu ve özel sektör ilişkilerinin iyileştirilmesi,
- Bürokrasi ve çok başlı sistemin ortadan kaldırılması,
- Sürdürülebilirlik, çevre, kültürel ve tarihi miras açısından farkındalığın artırılması ve bu değerler ile ekonomik gelirin olacağının sürekli vurgulanması ve kontrol edilmesi,
- Deniz turizmi konusunda eğitim birimlerinin kurulması ve yetkin personel yetiştirilmesi,
- Ziyaretçiler için konaklama ve sosyal imkanlar sağlayan küçük işletmelerin ve tesislerin kurulması.

2.3.5. Avrupa Birliği (AB) Deniz Turizmi Stratejileri

Büyüyen turizm sektöründen en fazla faydayı sağlamak amacıyla deniz turizminde akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir politika oluşturmak hedeflenmektedir. AB deniz turizmi stratejilerini “*Performans ve Rekabeti Teşvik Etmek*”, “*Becerileri Geliştirmek ve Yenilikçiliği Teşvik Etmek*”, “*Sürdürülebilirliği Güçlendirmek*” ve “*AB Fonları İle Desteklemek*”, olmak üzere 4 başlıkta değerlendirmektedir. AB deniz turizmi stratejileri kapsamında aşağıda ifade edilen hedefler ortaya koyulmuştur (EC, 2014;2-9);

- Deniz turizmi tüm paydaşlarının uygulayabileceği ve sektörün sürdürülebilirliğini ve rekabetçiliğini ayakta tutan yeni politikaların üretilmesi,
- Sektörün ekonomik değerlendirmesini yapmak için verilerin eksikliği ve kıyaslanma özelliğinde sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu nedenle planlama ve hedef yönetimini iyileştirmek için veri boşluklarını giderecek bir özel gösterge sistemi yaratılması,
- Deniz turizmi mevsimsel özellikleri nedeniyle yaz aylarında

yoğunlaşmakta ve yılın geri kalanında işletmeler açısından sorunlar yaşanmaktadır. Bu sebeple yoğun olmayan sezonlarda tatil yapan yaşlı veya Avrupalı olmayan ziyaretçileri hedef almak gerekmektedir. Bu sebeple vize konusunda düzenleme yapılması ve bu kitlelere özel tanıtımın yapılması,

- Ekonomik kriz nedeniyle turizm kobilerine verilen yatırım ve yenilik için ayrılmış kredilerin kullanılmaması sektörde yatırım konusunda sıkıntılara neden olmaktadır. Bu nedenle kobiler için kredi sistemi daha cazip hale getirilmeli ve fon ayarlanması,
- Kruvaziyer liman altyapılarına yatırım yapma konusunda çevreci yaklaşımlar geliştirilmesi,
- Araştırma enstitüleri, müzeler, turizm şirketleri ve diğer paydaşlar arasındaki iş birliğinin, ziyaretçilerin beklentilerine cevap verecek yenilikçi ve sürdürülebilir ürünler geliştirmek için teşvik edilmesi,
- Üye devletler, bölgeler ve paydaşlar arasındaki en iyi uygulamanın tespit edilmesi ve diğer üyeler bölgeler veya paydaşlar ile paylaşılmasının sağlanması,
- Yaşlılar ve engelli insanlar için özel alanlara yönelik hizmetler geliştirilmesi,
- Deniz turizmi sezonluk bir iş olması sebebiyle turizm konusunda vasıflı iş gücü tarafından cazip görülmemektedir. Deniz turizmi sektörünün yeterli sayıda vasıflı personel çekmesi amacıyla; mevsimlik iş statüsünden çıkarılmasının sağlanması ve kariyer fırsatlarının verilmesinin sağlanması.
- Deniz turizmi hizmeti için mesleki beceri ve eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bu yönde iş gücü yetiştirilmesi,
- Kaliteli eğitim programlarının yaratılarak nitelikli, hizmet odaklı ve çok dil konuşabilen insan sermayesinin yetiştirilmesi ve bu eğitimin fonlar ile desteklenmesi,
- Deniz araçları ve gemiadamları ile ilgili olan yönetmeliklerin tekrar gözden geçirilmesi,
- Web tabanlı tanıtıcı faaliyetler ile elektronik pazarlama araçlarını

kullanılması konusunda paydaşların teşvik edilmesi,

- Web tabanlı faaliyetlerin çok dilli olması konusunda tercüme desteğinin paydaşlara verilmesi,
- Kıyı ve denizcilik alanındaki becerilerin geliştirilmesi için çevrim içi kursların verilmesi,
- Çevreci uygulamalar ile ilgili olarak iyi örnek oluşturan destinasyonların yönetim planlarının diğer bölgelerle paylaşılması,
- Tekne ve deniz turizmi araçlarının çevreye verdiği zararları azaltıcı önlemlerin alınması,
- Su kaynaklarının ve çevre yönetiminin uygulanması konusunda teşvik edilmesi,
- Kıyı alanlarında iklim değişikliğine adaptasyon geliştirme, kaynak yönetimi, atık ve kirliliği önleyici faaliyetlerde bulunulması,
- Limanların, elektrik temini ve akıllı enerji şebekelerine entegrasyonunun araştırılması,
- Çevre ile ilgili faydalı projelere fon sağlanması,
- Kıyı ve deniz arkeolojisi, deniz mirası, su altı turizmi ve su sporları gibi faaliyetlerin çekiciliğinin ve erişilebilirliğinin artırılması,
- Hobi amaçlı balıkçılık, tekne gezisi, rüzgâr sörfü ve dalış gibi su sporlarına olan ilginin artırılması ile yoğun mevsimler dışında da ziyaretçi gelmesine amaçlanarak turizm döneminin uzatılmasının sağlanması,
- Yatak kapasitesinin artırılması ile daha fazla ziyaretçi sayılarına ulaşılması,
- Yüksek kaliteli hizmet sunmak ve bu hizmet devamlılığının sağlanması,
- Adalar veya ulaşımdan yoksun olan bölgelere ziyaretçi ve yatırımcı çekmek için ulaşım sorunlarının giderilmesi,
- İç alanlarda bulunan kültürel, dini veya eski ticaret yolları gibi güzergahların deniz yolu ile bütünleştirilmesi,
- Kıyı bölgelerinde sağlık turizmi gibi diğer turizm türlerinin geliştirilmesinin sağlanması hedeflenmektedir.

2.4. TÜRKİYE’NİN DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİ

Türkiye’nin deniz turizmi stratejileri; T.C. Kalkınma Bakanlığı’nın (Devlet Planlama Teşkilatı) Beş Yıllık Kalkınma Planları, Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Türkiye Turizm Strateji Eylem Planı ve Ulaştırma Şuraları kapsamında incelenmiştir.

2.4.1. Beş Yıllık Kalkınma Planlarının İncelenmesi

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

Dünyada ve Türkiye’de değişen ekonomik ve sosyal koşullar çerçevesinde hazırlanan kalkınma planları ülkenin uzun vadeli yol haritasının belirlenmesinde ve belirlenen hedeflerin ülke politikası haline gelmesinde önemli bir rol almaktadır. Planlar sadece kamu için değil, toplumun tamamı için uzun vadeli bir bakış açısıyla ortak hedefler oluşturmaya hizmet etmekte, tüm kesimlerin sahiplenmesiyle, toplumsal potansiyelin genelini harekete geçirerek, ekonomik ve sosyal gelişimi hızlandırılmakta, kapsamlı bir kalkınma süreci yaşanmaktadır.

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

Türkiye doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi tüm değerlerini koruma, kullanma dengesi içerisinde turizm alternatiflerini geliştirerek turizmden elde ettiği payı artırmayı hedeflemektedir. 1963-2018 yılları arasında yayımlanan Türkiye’nin beş yıllık kalkınma planları, deniz turizmi açısından incelenerek tarihsel gelişimi analiz edilmiştir.

1980-1990 dönemi, Türkiye’de turizm sektörünün en hızlı gelişme gösterdiği yıllardır. Söz konusu dönemde yatak sayısı 56.000’den 173.000’e ulaşmış, ülkeye

gelen turist sayısı ise 1,2 milyondan 5,3 milyona yükselmiştir (ÖİK, 2014: 11). Çarpan etkisiyle turizm sektörünün alt sektörlerinde de önemli gelişmeler olmuş, Türkiye'nin Batı Avrupa ülkelerinde ilgi uyandıran bir turizm hedefi (destinasyonu) olması bu konuda istihdam ve yatırımları tetiklemiştir.

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

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

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

Türkiye’de “deniz turizmi” kavramından önce “yat turizmi” kavramı ortaya çıkmıştır. 04.08.1983’te yürürlüğe giren Yat Turizmi Yönetmeliği, 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı resmî gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği’nin 60. maddesiyle yürürlükten kaldırılmıştır. Böylelikle kruvaziyer, dalış turizmi, windsurf ile kitesurf sporları, eğlence amaçlı su üstü sportif faaliyetleri, günübirlik gezi tekneleri, marinalar ve yat işletmeleri gibi kavramlarla birlikte deniz turizmi çeşitliliğimiz mevzuatta yer almaya başlamıştır. Bu çeşitliliğe ilave olarak Orams’ın (2002) ifade ettiği üzere; deniz-kum-güneş (3S-Sun, Sea, Sand) turizmi, balina gözlem turları, fiyord turları, balık avlama turları gibi başlıklar da deniz turizmi çeşitliliğini oluşturmaktadır. Bununla birlikte teknoloji ve turistlerin beklentileri doğrultusunda çeşitlilik artmaya devam edecektir.

Bu kapsamda deniz turizminin Türkiye’deki tarihsel gelişiminin ortaya koyulması amacıyla DPT tarafından yayınlanan beş yıllık kalkınma planları ayrı ayrı incelenerek aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır. Kalkınma Planları incelendiğinde deniz

turizmi ile ilgili değerlendirme ve stratejiler Tablo 1’deki gibi özetlenebilir;

Tablo 1: Kalkınma Planlarında Deniz Turizmi Stratejileri

Kalkınma Planı	Deniz Turizmi İle İlgili Değerlendirme ve Stratejiler
Birinci Kalkınma Planı (1963 – 1967)	Turizm için küçük iskeleler yapılması
Üçüncü Kalkınma Planı (1973 – 1977)	Yat yavaşma yeri inşaatına önem verilmesi
Beşinci Kalkınma Planı (1985 – 1989)	Türkiye'nin tabii tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av ve su sporları, festival, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli, ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz ve sağlık tutuma ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi, Devlet tarafından konferans, termal, yat ve kış turizmleri için altyapıyı geliştirmeye ağırlık verilmesi,
Altıncı Kalkınma Planı (1990 – 1994)	Turizm yönünden taşıdıkları önem ve özellikleri belirlenerek liman yapımına uygun kıyı kesimlerini tespit edilmesi, Sektörde kış, av ve su sporları ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve üçüncü yaş turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilmesi
Yedinci Kalkınma Planı (1996 – 2000)	Deniz Turizmi Birliği Yasası'nın çıkarılması, Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacı ile golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, yat, karavan, kruvaziyer, kongre ve eğlence turizmini geliştirme faaliyetlerine devam edilmesi
Sekizinci Kalkınma Planı (2001 – 2005)	Deniz Turizmi Kanunu Tasarısı çalışmalarının tamamlanması
Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007 – 2013)	Turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında; termal ve sağlık turizmi, kültür, kongre, dağ ve yayla turizmi, kış turizmi, üçüncü yaş ve gençlik turizmi, yat ve deniz turizmi yatırımlarına öncelik verilmesi
Onuncu Kalkınma Planı (2014 – 2018)	Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek sağlık turizmi başta olmak üzere, bu turizm çeşitlerine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi planlanmıştır.

Kaynak: Kan ve Kuleyin, 2017: 61.

2.4.1.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

03.12.1962 tarihli ve 11272 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında deniz turizmi / yat turizmi kavramı yer almamaktadır. Türkiye’nin ilk kalkınma planında deniz turizmi ile ilgili olarak “turizm için küçük

iskeleler yapılması” planlanmış, ilk üç yıl ikişer milyon olmak üzere toplam sekiz milyon TL’lik yatırım yapılması gerektiği belirtilmiştir. Aynı kalkınma planında *“balıkçı barınağı iskeleleri yapılması”* için gereken yatırım tutarının 88 milyon TL yani 10 katı olarak belirlenmiş olması dikkati çekmektedir (DPT, 1963: 396).

2.4.1.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

1968 – 1972 yıllarına ait İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda da deniz/yat turizmi kavramına ve bunlarla ilgili herhangi bir stratejik plana rastlanmamıştır (DPT, 1968;1-647).

2.4.1.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

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

2.4.1.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

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

2.4.1.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

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

2.4.1.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı

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

2.4.1.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

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

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

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

2.4.1.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

2001 – 2005 yıllarını kapsayan Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerin eşgüdümü ve sağlıklı bir

yapıya kavuşturulması için Deniz Turizmi Birliği Kanun Tasarısı çalışmaları tamamlanması planlanmıştır. Mevcut durum analizinde; turistik yerleşim alanlarında önemli bir sorun olarak ortaya çıkan çevre kirlenmesi ve altyapı eksikliklerinin giderilmesi için başlatılan ATAK Projesinin uygulanmasında, yeni bir finans modelinin yaratılmayışı nedeniyle fazla bir mesafe alınmadığı rapor edilmiş, projelerin yürütülmesinde, idari ve mali sorunların çözülmesi ve Hazine garantisine gerek duyulmayacak bir model çerçevesinde proje uygulamasının hızlandırılmasının sağlanması planlanmıştır (DPT, 2001: 167, 171). Hızlı kentleşmenin, başta kıyı alanları ve denizler olmak üzere doğal kaynaklar üzerindeki baskıları, atıkların miktarını ve diğer çevre sorunlarını artırdığı rapor edilmiş, deniz turizmiyle ilgili başka bir planlamaya yer verilmemiştir (DPT, 2001: 187).

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

2.4.1.9. Dokuzuncu Kalkınma Planı

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

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

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonlarından biri olan Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda bir önceki kalkınma planında olduğu gibi “deniz turizmi” için ayrı bir bölüm ayrılmamıştır. Mevcut durum değerlendirmesinde deniz turizmi için daha önceki hedeflerin tutturulduğu, gelişimde ivme kazanıldığına değinilmiş ve olumlu bir tablo çizilmiş ancak somut bir karşılaştırma yapılmamıştır. Bu kalkınma planında yer alan ifadelerle “*Turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında termal ve sağlık turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi, dağ ve yayla turizmi, kış turizmi, üçüncü yaş ve gençlik turizmi, yat ve deniz turizmi yatırımlarına öncelik verilmelidir.*” ifadesine yer verilmiştir. Sekizinci Kalkınma Planı deniz turizmi alt komisyon raporunda oluşturulan somut planlara bu plan dahilinde de yer verilmemiştir (ÖİK, 2007b: 12/35).

2.4.1.10. Onuncu Kalkınma Planı

2014 - 2018 yıllarını kapsayan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda 2010 yılında Kıyı Yapıları Master Planı tamamlanmış ancak ilgili kurumların rehber olarak kullanacağı hale getirilememiştir (KB, 2013: 108). Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek turizm sektörünü geliştirme potansiyeli bulunduğu belirtilmiş, sağlık turizmi başta olmak üzere, bu turizm çeşitlerine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi planlanmıştır (KB, 2013: 114). Son hazırlanan beş yıllık süreci kapsayan kalkınma planında sağlık turizmi üzerinde durulmuş ve kalkınma planı içerisinde ayrı bir bölüme yer verilmiştir (KB, 2013: 182/183).

Onuncu Kalkınma Planı'nda 66 adet Özel İhtisas Komisyonu kurulmuştur. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporunda; suya bağlı turizmin (aquatic tourism) geliştirilmesi ifadesine yer verilmiştir. (ÖİK, 2013: 66).

Türkiye'de 1962 yılından beri 2011 yılı itibariyle Kalkınma Bakanlığı olarak ismi değiştirilen Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan planlarda deniz turizmi kavramının ve bu konudaki hedeflerin gelişimi aşama aşama incelenmiştir. 1983 yılında yayınlanan Yat Turizmi Yönetmeliği sonrasında sektörel olarak

değerlendirmeye alınan deniz turizmi birçok konuda gelişime açıktır.

2.4.2. Özel İhtisas Komisyonlarının İncelenmesi

Kalkınma planlarının hazırlık sürecinde toplanan kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarından oluşan Özel İhtisas Komisyonları sektör bazında değerlendirmede bulmakta ve bunu raporlamaktadırlar. Bu raporlar değerlendirilerek Kalkınma planları hazırlanmaktadır. Bu bölümde ulaştırma ve turizmle ilgili Özel İhtisas Komisyonu Raporları incelenmektedir.

Özel İhtisas Komisyonu Raporlarına bakıldığında dördüncü, sekizinci, dokuzuncu ve onuncu özel ihtisas komisyonu “turizm” ve “ulaştırma” konulu alt komisyon raporlarının olduğu beşinci, altıncı ve yedinci özel ihtisas komisyonu raporlarında bu konulara değinilmediği görülmektedir. Ayrıca Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı internet sayfasında birinci, ikinci ve üçüncü özel ihtisas komisyonu raporlarının olmadığı görülmektedir. Bu sebeple onlar araştırma dışı bırakılmıştır (www.sbb.gov.tr).

2.4.2.1. Dördüncü Özel İhtisas Komisyonu Raporu

Dördüncü Özel İhtisas Komisyonunu oluşturan alt komisyonlar arasında Deniz Ulaştırması ve Limanlar Özel İhtisas Komisyonu ile Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu bulunmaktadır. Bu alt komisyonlar içerisinde deniz turizmi ile ilgili tarama yapılmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Deniz Ulaştırması ve Limanlar Özel İhtisas Komisyonu Raporunda aşağıdaki başlıklardan bahsedilmektedir (ÖİK, 1976; 21-66);

- Dış hatlar deniz yolu taşımacılığının bir turizm türü olarak değerlendirilmesi gerektiği, bunun ülke turizmini besleyeceği ve döviz kaynağı olarak değerlendirilmesi,
- Hem kabotaj yolcu taşımacılığı hem de kruvaziyer taşımacılık amacıyla kıyılarımızda yolcu limanlarının etüt ve planının yapılarak inşasına geçilmesinin gerekliliğinden bahsedilmektedir.

Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporunda ise aşağıdaki kararlar bulunmaktadır (ÖİK, 1977; 6,60 ve 170);

- Turistik yat limanlarının etütlerinin tamamlanması,
- Yat limanlarının işletilmesinin Ulaştırma Bakanlığı ile Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ile birlikte düzenlenmesi,
- Yat limanlarının inşası aşamasında tesisin yanında yapılacak olan konaklama tesislerine engel olunmaması gibi kararlar bulunmaktadır.

2.4.2.2. Sekizinci Özel İhtisas Komisyonu Raporu

Sekizinci Özel İhtisas Komisyonunu oluşturan alt komisyonlar arasında Ulaştırma: Denizyolu Ulaştırması Özel İhtisas Komisyonu ile Turizm Özel İhtisas Komisyonu bulunmaktadır. Bu alt komisyonlar içerisinde deniz turizmi ile ilgili tarama yapılmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Ulaştırma: Denizyolu Ulaştırması Özel İhtisas Komisyonu Raporunda aşağıdaki başlıklardan bahsedilmiştir (ÖİK, 2001a; 71-83);

- Deniz Turizmi tekneleri ile yatlara maliyetleri düşürmeleri ve piyasada rekabet şansı bulmaları için transit yakıt kullanma imkanının sağlanması,
- Yat ve deniz turizmi sektöründe bürokratik çok başlılıktan dolayı istatistiki bilgi karmaşasının giderilmesi,
- Kruvaziyer gemilerinin Türkiye'ye çekilebilmesi konusunda tur firmalarına cazibe yaratılması,
- Marinaların alt yapı sorunlarının çözülmesi,
- Marina personelinin eğitimi konusunda ciddi adımların atılması,
- Marina ve yat sektörünün hizmet sahasında fazla olan kamu idaresinin tek bir kurum veya kuruluşa indirgenmesi,
- Deniz ve yat turizminin uluslararası rekabet gücü bulabilmesi amacıyla gerekli yasal düzenlemenin AB politikalarına göre güncellenmesi.

Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporunda, Deniz Turizmi Alt Komisyon Raporu adında özel bir inceleme alanı bulunmaktadır. Bu raporda aşağıda ifade

edilen konular belirtilmiştir (ÖİK, 2001b;117-136).

- Türkiye Kıyılarında “*Yat Turizmi Fiziksel Planı*” (Yat Turizmi Master Plan)’nın tamamlanması,
- Yat limanları inşası, işletilmesi ve yetkilerin devri konusundaki karmaşanın giderilmesi,
- Yat çekek yerleri ile ilgili gerekli yasal düzenlemenin yapılarak hukuki boyutunun tanımlanması,
- Yat limanı yatırımcılarının yat limanı proje ve planlarının onayı için bürokratik çok başlılık yüzünden uzun bir süre beklemesi bu yatırımcılar için caydırıcı bir unsur olduğunda bu caydırıcılığın ortadan kaldırılması,
- Yatların Türkiye’ye hudut giriş ve çıkışlarında beş farklı kurumdan onay alması ve bu kurumların farklı yerlerde olması şikayetlere neden olduğundan, bu sorunun ortadan kaldırılması,
- Liman Yönetmeliğine bağlı limanlarda (Marmaris, Kuşadası, Mersin vb.) liman sahasına giren 150 groston ve üstündeki yatlardan kılavuz ve römorkaj ücretleri tahsil edilmekte, bu hizmeti alsın veya almasın bu ücreti ödeme konusunda haksız rekabet yaratıcı ve caydırıcı bu gibi faaliyetlerin yasal düzenleme ile ortadan kaldırılması,
- Kruvaziyer Turizmi konusunda hizmet verilen limanların alt yapı ve üst yapı ihtiyaçlarının giderilmesi, bu amaçla gelen ziyaretçilere hizmet verecek kıyı tesislerinin yapılması ve bunların işletilmesi ile ilgili olarak yasal düzenlemelerin yapılması
- Günlük gezi teknelerinde standartların yükseltilmesi, bu tip tekne yapan işletmelerin disipline edilmesi ve verdikleri hizmet açısından eğitime tabi tutulmasının sağlanması,
- Su sporlarının emniyet açısından değerlendirilerek uygun planlar ve eğitimler ile hizmet etmesinin sağlanması ve bununla ilgili yasal düzenlemelerin güncellenmesi,
- Tanıtım faaliyetleri ile ilgili olarak bakanlıkların kısıtlı bütçeleri nedeniyle yeterli olmayan çalışmalara fon sağlanmalı ve yat işletmelerinden alınan harçlarla kaynak yaratılarak tanıtımların yapılması,

- Cezalar ve teşviklerin belirlenmesi,
- Mesleki eğitim amacıyla meslek yüksek okullarının kurulması ve finanse edilmesi,
- Yarışlar ve fuarlar düzenlenmeli düzenlenen yurt dışı kaynaklı bu fuarlara katılımların gerçekleştirilmesi konuları belirtilmiştir.

2.4.2.3. Dokuzuncu Özel İhtisas Komisyonu Raporu

Dokuzuncu Özel İhtisas Komisyonunu oluşturan alt komisyonlar arasında Denizyolu Ulaşımı Özel İhtisas Komisyonu ile Turizm Özel İhtisas Komisyonu bulunmaktadır.

Ulaştırma: Denizyolu Ulaştırması Özel İhtisas Komisyonu Raporunda aşağıdaki konulardan bahsedilmiştir (ÖİK, 2007a;48-71);

- Deniz turizminden alınan payı büyütmek için gerekli tanıtım stratejilerinin belirlenmesi ve benimsenmesi,
- Kruvaziyer gemileri için liman alanlarının belirlenmesi amacıyla fizibilite çalışmasının yapılması,
- Yat ve deniz turizmindeki alt yapı eksikliklerinin giderilmesi.

Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporunda (ÖİK, 2007b;35-41);

- Çeşitli turizm biçimleri ile deniz turizmi ve yat turizmi yatırımlarına öncelik verilmesi ve teşvik edilmesinin gerekliliği,
- Turizm meslek liselerinin ders programlarına deniz turizmi ile ilgili derslerin eklenmesi gerekliliği ve eleman ihtiyacının sağlanması.

2.4.2.4. Onuncu Özel İhtisas Komisyonu Raporu

Onuncu Özel İhtisas Komisyonunu oluşturan alt komisyonları arasında Turizm Özel İhtisas Komisyonu bulunmaktadır. Bu komisyonun sunduğu raporda çeşitli turizm biçimleri ile deniz turizmi ve yat turizmi yatırımlarına öncelik verilmesi ve teşvik edilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır (ÖİK, 2014;41). Ayrıca turizmle ilgili güçlü ve zayıf yanlar belirtilmiş çevre koşulları açısından deniz

turizmi güçlü, marinaların dağılımlarının dengeli olmaması ve belgelendirme esnasında kurumlar arası eşgüdümün zayıf olduğu belirtilmiştir (ÖİK, 2014;34).

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

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

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

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

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

2.4.3. Ulaştırma Şuralarının İncelenmesi

Bu bölümde Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı tarafından hazırlanan Sekizinci, Dokuzuncu, Onuncu ve On Birinci Ulaştırma Şuralarının raporlarının içeriği deniz turizmi ve yat turizmi açısından taranmış ve alınan karar ve hedefler incelenmiştir.

2.4.3.1. Sekizinci Ulaştırma Şurası

Sekizinci Ulaştırma Şurası nihai raporunda deniz veya yat turizmi kavramı ile ilgili olarak sadece motorlu ve yelkenli yat inşalarında yurtdışından alınan makine ve teçhizatında gümrük muafiyetine tabi olması, ithal yatlar için de düzenleme yapılarak, yerli yapım yatların teşvik edilmesi önerilmektedir (UB, 1987;230).

2.4.3.2. Dokuzuncu Ulaştırma Şurası

Dokuzuncu Ulaştırma Şurası sonuç raporunda yat onarımı ve inşası için tesisler geliştirilmesi ve yat inşasında kontrol mühendisliği sürecinin oluşumunun sağlanması önerilmektedir (UB, 1998;26,120).

2.4.3.3. Onuncu Ulaştırma Şurası

Onuncu Ulaştırma Şurasında denizcilik stratejileri arasında deniz ve yat turizmi ile ilgili olarak aşağıdaki konu başlıkları hedeflenmiştir (UB, 2009: 508-509,950-951);

- Mega yat inşasında dünyada ilk üçe girilmesi,
- Mevcut yat bağlama kapasitesinin 12 binden 50 bine çıkartılması,
- Mevcut marina sayısının arttırılması,
- Balıkçı barınaklarının bir kısmının kademeli olarak marinaya dönüştürülmesi için gerekli işlemlerin yapılması,
- Türk sahillerinde en fazla 40 mil aralıklarla marinaların oluşturulması,
- Yedi adet kruvaziyer limanı yapılması,
- Kruvaziyer gemilerine hizmet veren üç limanımızın ana liman tesislerine

ve alt yapısına sahip olması,

- Kullanılmayan veya bakımsız balıkçı barınaklarının çekek yeri olarak kullanılması amacıyla donatılması,
- Kruvaziyer yolcularını Anadolu'nun tarihi ve doğal destinasyonlarına ulaşımını sağlayacak entegre ulaştırma sistemlerine limanların bağlanması,
- Türkiye turizmine hizmet amacıyla en az üç adet kruvaziyer gemiye sahip olunması ve bu gemilerin Türk tersanelerinde üretiminin sağlanması,
- Deniz sporlarının teşvik edilerek yelken, yüzme, sörf gibi sporlarda hem profesyonel hem de amatör sporcu sayısının artırılması.

2.4.3.4. On Birinci Ulaştırma Şurası

On Birinci Ulaştırma Şurasında deniz turizmi kavramı geniş bir şekilde işlenmiştir. Bu kapsamda gelişmelerin değerlendirilmesi, mevcut durum, sorunlar, geleceğe yönelik eğilimler ile hedefler, politikalar ve stratejiler olarak beş ana başlıkta ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Bu bölümde deniz turizmi ile alakalı olarak hedefler, politikalar ve stratejiler incelenmektedir. Bu stratejilerle aşağıdaki konu başlıkları hedeflenmektedir (UDHB, 2013; 373-379, 416-418);

- Türkiye kıyılarında İstanbul'da iki, Çanakkale, Antalya, İzmir ve Mersin'de birer kruvaziyer limanı inşasının yapılması,
- Turizm stratejisinde sürdürülebilirliğin ana hedef haline getirilmesi,
- Deniz turizmi stratejisinde doğal ve tarihi varlıkların korunarak fayda sağladığı rekabet avantajının kullanılması,
- Doğal güzellikleri bulunan koyların belirlenerek koruma altına alınması ve imar planlarının bu durum göz önüne alınarak düzenlenmesi,
- Kıyı yapıları master planının güncellenmesi,
- Sürdürülebilirlik açısından koyların doğal varlıklarını yok etmemek amacıyla turizme açılacak bu koyların taşıma kapasitesi çalışmasının bilimsel olarak analiz edilmesi,
- Sahil hattında deniz turizmine yasaklı bölgelerin tekrar değerlendirilmesi,

- Atıl durumdaki yük iskelelerinin ihtisas limanlarına dönüştürülmesi,
- Deniz turizmine yönelik yapılan yönetmeliklerin kısıtlayıcı değil yatırımı cazip haline getirici olmasının sağlanması,
- Kıyı Master Planları ile bölgesel olarak koyların hangisinin deniz turizmine tahsis edileceği, kıyı faaliyetleri için tesislerin nereye yapılacağı, koruma altına alınacak koyların nereler olacağı belirlenmesi,
- Atık alımla ilgili arıtma ve alım tesislerinin optimizasyonu ve konuşlandırılması,
- Tüm verilerin ve istatistiklerin paydaşlarla paylaşılmasının sağlanması,
- Bürokratik çok başlılığın ortadan kaldırılması,
- Yeterli miktarda deniz turizmi tesisinin kurulması,
- Türkiye'nin deniz turizmi açısından uygunluğunun uluslararası arenada tanıtılması ve pazarlanması,
- Yabancı dil ve teknik yönlerden yetkin personelin eğitilmesi,
- Çevreye zarar verilmesinin engellenmesi,
- Paydaşların birbiri ile iletişiminin güçlendirilmesi.

2.4.4. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 İçindeki Deniz Turizminin Yeri

2023 yılı hedeflenerek hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi içerisinde deniz turizmi eylem planlarına da yer verilmiştir. Yapılan bu çalışmayla; Cumhuriyetin kuruluşunun 100. yılı olan 2023 yılına kadarki 16 yılı planlayan “Türkiye Turizm Stratejisi 2023” içerisinde deniz ve yat turizmi kavramları tanımlanmış ve çıkan sonuçlar incelenmiştir. Bu stratejiler ile aşağıdaki konu başlıkları hedeflenmektedir (KTB, 2007; 54-69):

- Marmara ve Karadeniz’de bulunan belirlenen 27 balıkçı barınağının yat turizmi açısından dönüşümünün tamamlanması ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılarak, fizibilite ile projelerin hazırlanması,
- Türkiye içinde belirlenen yerlere turizmi çeşitlendirmek için dokuz yat limanı yapılması amacıyla fizibilite ve projelerin hazırlanması ve gerçekleştirilmesi,

- Türkiye kıyılarında belirlenen yerlere 11 kruvaziyer limanının yapılması için gerekli fizibilite ve projelerin hazırlanması ve gerçekleştirilmesi,
- Markalaşmış kentlere denizden erişilebilirliğin sağlanması amacıyla iskele ve limanların geliştirilmesi için gerekli altyapının tamamlanması,
- Markalaşmış kentlerin kruvaziyer rotalarına dahil edilmesi amacıyla kruvaziyer liman sayılarının artırılması ve altyapısının tamamlanması,
- İskele ve limanlar ile marka kentlerin birbirine bağlanması amacıyla ulaşım alternatiflerinin belirlenerek bunlara uygun altyapıların tamamlanması,
- Yat turizminde manevra kabiliyetleri rüzgâra bağlı olan yelkenlilere ve spor amaçlı yatlar vergi muafiyeti, motor yatların ise sigorta bedeli üzerinden vergi alınması hakkında mali düzenlemelerin hazırlanıp yasalaşması,
- Yat Turizmi yönetmeliğinin adının Deniz Turizmi Yönetmeliği olarak güncellenerek deniz turizmini oluşturan tüm unsurları (su sporları, kruvaziyer, yat, dalış, günübirlik gezi tekneleri vb.) kapsayacak ve ihtiyaçlara yönelik bir düzenlemenin yapılması,
- Atık alımla ilgili olarak sintine ve katı atıkları teknelerden toplayacak deniz içinde ve karada hizmet veren atık alım tesislerinin kurulması,
- Turizm sektöründe istihdam edilecek personelin yat ve deniz turizmi konusunda eğitilmesi amacıyla müfredat değişiminin yapılması,
- Balıkçı barınaklarının alt yapı ve üst yapı noksanlıklarının tespit edilerek giderilmesi,
- Yat limanı olarak belirlenecek yerlerin teknik kriterlerinin belirlenmesi.

Bu stratejiler ile turizm alanında kamu ve özel sektörün eşgüdümlü iş birliği sonucunda stratejik planlama çalışmalarının tamamlanması için bir yol haritası ortaya koyulması amaçlanmaktadır (IMEAK DTO, 2018;256-257).

Türkiye coğrafi konumu, pazar büyüklüğü, zengin tarihi ve kültürel varlıkları, doğal güzellikleri, kaliteli marinaları ve bakım hizmetleri ile bu alanda güçlü olmasına karşın bürokratik karmaşası, marina kapasitelerinin sınırlı olması, deniz turizminde eğitim eksikliği ve uluslararası lobi çalışmalarının yetersizliği gibi zayıf

olan yönlerini geliştirmesi gerekmektedir (IMEAK DTO, 2018;257).

2.5. TÜRKİYE'DEKİ DENİZ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDEKİ PAYDAŞLAR

Türkiye'nin dolaysıyla İzmir'in deniz turizmi çerçevesindeki paydaşlarının gelişen bir ülke olması ve sürekli değişim halinde olan kadroları, bakanlıkları, kurum ve kuruluşları nedeniyle tespit edilmesinde zorluklar yaşanmıştır.

2.5.1. Kamu ve Sertifikasyon Kurumları

İçişleri Bakanlığı; karasularımıza giriş çıkış yapan yabancı teknelerin pasaport işlemleri ile marinalarda kışlayanların sahiplerine ait menkullerin kayıtlarını, kalış süreleri ile ilgili evraklarını ve denetimlerini yaparlar. Valilik gibi Mülki İdari Amirliklerinin ve il özel idarelerin bağlı olduğu bakanlıktır. **Valilik** illerde, **Kaymakamlık** ise ilçelerde devletin ve Cumhurbaşkanının temsilcisi ve vasıtasıdır (İçişleri Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019)

Sahil Güvenlik Komutanlığı; İçişleri Bakanlığına bağlı olan Sahil Güvenlik Komutanlığının temel görevleri denizlerde güvenlik ve emniyeti sağlamak, ulusal çıkarları, çevreyi ve doğal kaynakları korumaktır. Seyir esnasında deniz turizmi araçlarını durdurarak denetleme yetkisine sahiptirler. İşletmelerin eksik beyanları veya beyanlarına uymayan uygulamalarına istinaden rapor tutup ilgili kurumlara iletirler (Sahil Güvenlik Komutanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019). (Örneğin; kapasite fazlası yolcu ile seyre çıkılması, belgesiz ticari faaliyet yapılması, mavi kart atık alım sistemine uyulmaması, can yelekleri, uyarıcı levhaların bulunmaması vb.)

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı; denizcilikle doğrudan belki de en çok bağlantılı olan bakanlıktır. **Liman Başkanlıkları;** Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'na bağlı olan Liman Başkanlığı, turizm amaçlı deniz araçlarının seyir, demirleme, durmalarına ilişkin kuralların ve araç kapasitesinin belirlenmesi liman giriş ve çıkış işlemlerinde, mülki idare amirinin talimatlarına göre hudut kapılarında işlemleri yürüten yetkili kamu idaresidir. Deniz turizmi araçlarındaki personelin (yat kaptanı, gemici vb. gibi) sınav ve yeterlilik sertifikalarının verilmesi, deniz turizmi araçlarının Denize Elverişlilik Belgesinin verilmesi konusundaki yetkili kurumdur. Ayrıca

günübirlik tur teknelerini ve yatların seyir güzergâhlarının belirlenmesi, turizm amaçlı sportif faaliyet yapan işletmelerin denizdeki giriş çıkış koridorlarının yüzme alanlarından ayrılarak şamandıralarla belirlenmesi işlemlerini yürütürler. **Kıyı Emniyeti Genel Müdürlüğü;** Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'na ilgili kuruluşu olarak hizmet vermekte olup, kıyı emniyeti ve gemi kurtarma hizmetleri ile kılavuzluk, römorkörcülük hizmetleri yaparak gemilerin seyir güvenliğine yardımcı olur ve bunlarla ilgili cihaz ve tesisleri kurarak, kullanımına yönelik belgeleri düzenlerler (Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı; Deniz Turizmi Yönetmeliği çerçevesinde kruvaziyer limanlarının, yat limanlarının, deniz turizmi araçlarının, turizm amaçlı sportif faaliyetlerin belgelendirme işlemleri yapılmaktadır. Ayrıca katılım sağlanacak fuarlar belirlenerek ülke tanıtımına katkı sağlayacak stratejilerle tanıtım materyalleri hazırlanmakta ve fuarlara bakanlık önderliğinde katılım sağlanmaktadır. Bunlarla birlikte deniz turizmine sağlanacak sektörel teşvikler belirlenmektedir. (Kültür ve Turizm Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019)

Gençlik ve Spor Bakanlığı; deniz turizmi sualtı ve su üstü sporları faaliyeti yürüten işletmelerin federasyon kurallarına uygun şartlarda çalışmalarını konusunda denetim ve belgelendirme kurulları içerisinde yer alırlar (Gençlik ve Spor Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı; deniz turizmi tesislerinin yatırım ve işletme sürecinde denetim ve belgelendirme işlemlerini yürütürler. Ayrıca deniz turizmi araçlarının atık alım takibini yürütürler (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Tarım ve Orman Bakanlığı; amatör balıkçılık turizmi yapacak olan teknelere başvuruları ile iki yıl süreli belge verirler. Ayrıca deniz turizmi araçlarında alkol tüketilebilmesi ve satılması konusunda izin sağlayan TAPDK belgeleri bu kurum tarafından verilir. Bununla birlikte yat turizmi için önemli olan özel koruma alanlarının belirlenerek koyların milli park ilan edilmesi ile ilgili kararları alınmaktadır. Balıkçı barınakları da su ürünleri avcılığı olması sebebiyle bu bakanlığa bağlıdır (Tarım ve Orman Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Ticaret Bakanlığı; Gümrük ve Muhafaza Genel Müdürlüğü yatların ve kruvaziyerlerin yolcularının personellerinin karasularımıza giriş çıkış işlemleri, vergi

resim ve harç kontrolünün yapılmasını hususunda deniz turizminin paydaşıdır. Ayrıca yurtdışından ithal elden tekne ve teçhizatla ilgili faaliyetlerde bulunmaktadır (Ticaret Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Sağlık Bakanlığı; Türkiye Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü yat ve kruvaziyer yolcularının, gemiadamlarının sağlık işlemleri konusunda belge düzenlerler (Sağlık Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı; Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü bu bakanlığa bağlı olup, bölgesel kurulan ajanslarla kalkınma sağlayacak projelere hibe desteği sağlayarak raporlar hazırlamaktadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Hazine ve Maliye Bakanlığı; Özelleştirme İdaresi Başkanlığı ile yatırım aşamasındaki yat ve kruvaziyer limanlarının ilişkide olduğu bakanlıktır (Hazine ve Maliye Bakanlığı İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı; eski Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Müsteşarlığı ilgili birimleri ile deniz turizmi ile ilgili yapılacak yatırımlara yönelik planlama ve yürütme faaliyetleri ile sektöre verilecek teşviklerin uygulanması konusunda gerekli işlemler yapılmaktadır.

Belediyeler; deniz turizmi yatırımlarına hem önemli altyapı hizmetleri sağlarlar hem de tanıtım imkânlarıyla destinasyonun markalaşmasında büyük rol oynarlar. Kıyı alanlarının kullanımı Belediyelere ait olup bazı bölgelerde (Foça, Çeşme vb.) liman işletmeciliği faaliyetlerinde bulunarak günü birlik gezi teknelerine ve yat turizmine bağlama yeri imkânı sunmaktadırlar.

2.5.2. Sivil Toplum Kuruluşları

İMEAK Deniz Ticaret Odası; Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğine bağlı 1982 yılında kurulmuş Türk denizciliğinin en önemli meslek kuruluşudur. 48 alt sektörü üyeleri arasında bulduran Oda deniz turizmi konusunun da kamu ve özel sektörü bir araya getiren, sektörün sorunlarını ilgili bakanlıklara ileten, fuarlarda tanıtım yapan, belgelendirme kurullarında yer alan, sekiz şubesi ile yerel sorunlar ve planlarla da doğrudan alakalı olan ve sektöre yön veren bir sivil toplum kuruluşudur. Deniz turizmi çalışma grubunu bulundurmaktadır. Aynı zamanda meslek

komitelerinde yat işletmeciliği, marina işletmeciliği ve gezi tekneleri işletmeciliği ile ilgili mesleklerin gelişmesini sağlamaktadır. İMEAK DTO bünyesinde Deniz Turizmi Sektörü ile ilgili 14 No'lu Hernevi Yolcu Taşımacılığı ve Turistik Amaçlı Gezi İşletmeciliği, 38 No'lu Yat İşletmeciliği, 39 No'lu Gezi Tekneleri İşletmeciliği, 45 No'lu Marina İşletmeciliği, 46 No'lu Dalış Turizmi, 48 No'lu Su Üstü Aktiviteleri Hizmetleri Meslek Komiteleri bulunmaktadır. Ayrıca 2000 yılı itibariyle Deniz Turizminin ağırlıkta olduğu Şubelerin ve Meslek Komiteleri'nin Başkanları'nın iştirakleriyle sorunların daha hızlı çözülmesi ve projeler üretilmesi amacıyla Deniz Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı'nın yönetiminde "Deniz Turizmi Çalışma Grubu" kurulmuştur (IMEAK DTO İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Günübirlik Gezi Tekneleri Kooperatifleri; ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve isteklere istinaden müşterek kurulan Ticaret Bakanlığı Kooperatifler Genel Müdürlüğüne bağlı özerk ticari kuruluşlardır. Bölgesel olarak kurulan günübirlik gezi tekneleri kooperatifleri de kendi içlerinde birlik olarak bağlama noktalarının işletilmesini sağlarken, sektörün fiyat politikası belirlemede, kooperatif üyeliği şartı ile bağlama yeri konusunda pazar arzını ellerinde bulundurmaktadırlar. Ayrıca Mülki İdare Amirinin izniyle belgelendirme komisyonlarında yer alırlar.

Deniz Turizmi Birliği Derneği (DTB); 41 yat limanı ve çekek yeri işletmesi, 4 kurvaziyer limanı işletmesi ve iki Marina Yönetim Birimi olmak üzere 47 tüzel kişi temsilcisi üye, altı onursal üye olmak üzere toplam 53 üye ile deniz turizmiyle ilgili sektördeki işletmelerin birliğini sağlamak ve deniz turizmiyle ilgili sorunlara çözümler üretmek amacıyla kurulmuştur (Deniz Turizmi Birliği İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Deniz Endüstrisini ve Denizciliği Geliştirme Derneği (DENTUR); Türkiye'de yat ve tekne sektöründe imalat, ithalat, ihracat, ticaret yapanları deniz turizmine hizmet verenleri bir çatı altında toplamak amacıyla 2000 yılında kurulan derneğin 287 adet üyesi bulunmaktadır. Fuarlara katılım, tekne yat imalatı ile ilgili teknik eğitim konularında faaliyet göstermektedirler (DENTUR İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Yat ve Tekne Endüstrisi Federasyonu (YATEF); Suüstü ve sualtında yapılan tüm spor ve spor dışı etkinliklerle ilgili "tekne, araç, gereç, donanım,

aksesuar, teçhize, denizde emniyetle seyretmesine ve/veya kullanılmalarına yönelik koruyucu teçhizat”ın imalat, ithalat, pazarlama ve satışı ile satış sonrası hizmetlerini veren firmalar ile bu firmaların temsilcilerinden oluşan dernekleri bir araya getiren bir kuruluştur. Dernekleri de bünyesinde barındırarak yat ve tekne inşasına yönelik sektörün sorunlarına etkin çözüm bulmak amacıyla 2004 yılında kurulmuştur. Deniz Endüstrisini ve Denizciliği Geliştirme Derneği, Tekne İmalatçıları ve Tedarikçileri Dayanışma Derneği, İzmir Marmara Yat ve Tekne İmalatçıları Derneği, Yat ve Tekne Donanım Malzemeleri İmalat ve İthalatçıları Derneği Deniz Motorları ve Sevk Sistemleri İthalatçıları ve İmalatçıları Derneği bu federasyona bağlı bulunmaktadır (YATEF İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV); Turizm Bakanlığı öncülüğünde 1993 yılında kurulmuştur. “Mavi Bayrak” etiketliyle plajlar, marinalar ve yatlar için 3 kategoride bir yıllığına verilen ödülün Türkiye ayağını yürütmektedirler. Mavi Bayrak, merkezi Danimarka’da olan Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (Foundation for Environmental Education–FEE) tarafından koordine edilen, sürdürülebilir turizm için oldukça önemli bir ödüldür. 2018 yılı itibariye Türkiye’de 459 plaj, 22 marina, 10 yat mavi bayrak ödülünü almaya hak kazanmıştır (TÜRÇEV İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Türkiye Kruvaziyer Platformu; İzmir Ticaret Odası öncülüğünde 2012 yılında kurulmuş, limanları, liman kentlerinin ticaret odalarını, acentaları, operatör şirketleri, kruvaziyer şirketleri, tedarikçileri, İl Turizm müdürlükleri, belediyeler, valilikleri de bünyesine alan, geniş katılımlı bir yapıda olduğu belirtilmiştir. Türk limanlarının kruvaziyer turizmdeki faaliyetlerini desteklemek, tanıtım ve pazarlama konusunda faaliyet göstermektedir. 2017 yılı sonrasında fuarlara Deniz Ticaret Odası çatısı altına katılım sağlandığından faaliyetlerinin devamlılığı konusunda bilgi edinilememiştir (Türkiye Kruvaziyer Platformu İnternet Sitesi, 11.02.2019).

Türkiye Yelken Federasyonu, Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu ve Türkiye Yüzme Federasyonu; spor olarak yapılan faaliyetlerin aynı zamanda turizm amaçlı sportif faaliyet olarak yapılması ve bu konuda federasyon kurallarının geçerli olması sebebiyle deniz turizmi çerçevesinde bulunun paydaşlar arasında sayılabilir. Ayrıca denizciliğin sevdirmesi ve halkla bütünleştirilebilmesi için ticari

faaliyetler haricinde federasyonların yapmış olduğu yarış ve organizasyonların, yurtdışında başarı sağlamak üzere yetiştirilen sporcuların katkısının olduğu da yadsınamaz.

Deniz Temiz Derneği/TURMEPA; Türkiye'nin kıyı ve denizlerinin korunması misyonuyla 1994 tarihinde kurulan, 2000 yılında Bakanlar Kurulu'na alınan kararla, kamu yararına çalışan dernek statüsünü alan, Deniz Ticaret Odası ile birlikte hareket eden çevreci bir sivil toplum kuruluşudur. Bu derneğin bünyesinde koylarda dolaşarak yatlara ücretsiz hizmet veren atık alım tekneleri bulunmakta, kıyı ve deniz dibi temizliği etkinlikleri yapılmakta, ilkokul öğrencilerine deniz çevresi ile ilgili eğitimler verilmektedir (TURMEPA İnternet Sitesi, 11.02.2019).

2.5.3. Hizmet ve Sektör Kuruluşları

Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile, onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri deniz turizmi olarak tanımlanmaktadır. Bu sektörler dalış okulları, amatör ve sportif balıkçılık tekneleri, marina işletmeleri, yat kiralama firmaları, mavi tur hizmeti sağlayan firmalar, günöbirlik gezi tekne sahipleri, su sporları okulları veya işletmecileri ve kruvaziyer turizmi konusunda hizmet veren firmalar Türkiye'deki ve dolayısıyla İzmir'deki deniz turizmi paydaşları olarak görölmektedir.

2.5.4. Bilgi Üreten Kurumlar/Eğitim Kurumları

Deniz turizmi hem denizciliği hem işletmeciliği hem de turizmi bir arada bulunduran multidisipliner bir sektördür. Özkan ve Karadeniz'e (2018) göre bu kapsamda hepsini bir arada bulunduran eğitim modelinin yaratılması gerekmektedir. Türkiye'de denizcilik işletmeciliği ve turizmi konusunda eğitim veren 11 üniversite bulunmakta bunların altısında lisansüstü eğitim imkânı bulunmaktadır. Ayrıca yat işletmeciliği ve yönetimi, marina ve yat işletmeciliği konusunda 11 adet ön lisans programı bulunmaktadır. Bu üniversitelerin Yaşar Üniversitesi Marina ve Yat İşletmeciliği Programı ve Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakóltesi olmak üzere ikisi İzmir ilinde bulunmaktadır. Tüm bu kurumlar deniz turizminin bilgi üreten

paydaşları olarak görölmektedir. Turizmin gelişmesi ve sürdürülebilirliği için kalifiye iş gücüne ve bilinçli bir topluma ihtiyaç bulunmaktadır. Bu kapsamda eğitim kurumlarının da Türkiye'nin deniz turizmi paydaşı olarak adlandırılması gerekmektedir.

2.5.5. Medya ve Basın Kuruluşları

Bölgelerin ve kentlerin turistik gelişimini takip eden ve bir destinasyonun tanıtımında rol oynayan en büyük unsurlardan birisidir. Bu sebeple bu konularda tanıtım faaliyetlerine katılınması ve etkin kampanyaların üretilmesi amacıyla basın ve medyanın desteğinin alınması kesinlikle çok önemli görölmekte ve deniz turizmi paydaşları arasında yer almaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR İLİ DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNE İLİŞKİN İNCELEME

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı Türkiye'deki mevcut deniz turizmi stratejileri çerçevesinde İzmir ili özelinde ayrıntılı bir değerlendirme yapılmasını sağlamaktır. Bu kapsamda öncelikle İzmir ili deniz turizmi paydaşları (hizmet veren kurumlar, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, merkezi yönetimler, medya, sertifikasyon kurumları, bilgi üreten kurumlar) belirlenmiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Türkiye'deki deniz turizmi kavramının gelişebilmesi ve dünyadaki deniz turizmi açısından ileri ülkelere ulaşabilmesi için öncelikli olarak; kamu kurum/kuruluşlar, üniversiteler, odalar ve sivil toplum örgütlerinde bulunan konu ile ilgili uzmanların bir araya getirileceği bir çalışma modeli çerçevesinde stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir. Türkiye'nin mevcut deniz turizmi stratejileri çerçevesinde, İzmir ili özelinde deniz turizminin gelişimi için gerekli etkenlere verilen önemin ve bilimsel çalışmaların artırılarak hızlı bir şekilde gelişiminin sağlanmasının uygun olacağı değerlendirilmektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Bu çalışmada ulusal ve uluslararası deniz turizmi kaynakları taranmıştır. Stratejilerin incelenmesi ve politikalarla ilgili geçerliliği olan görüşme formları belirlenmiştir. Bu kapsamda SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar, Tehditler) analizi temelinden yola çıkılarak (Çoban ve Karakaya, 2010:347) yarı yapılandırılmış yüz-yüze görüşme formu oluşturulup, beş akademisyenin ve üç sektör temsilcisinin uzman görüşüne sunulmuştur. Değerlendirmeler neticesinde verilen düzeltme ve eklemeler göz önüne alınarak yarı yapılandırılmış görüşme formu (bkz. Ek 1) son şeklini almıştır. Ayrıca bu uzmanlara görüşme yapılması planlanan kişilerin listesi de verilmiş ve eklenmesi

gereken katılımcıların olup olmadığı da sorulmuştur.

Belirlenmiş yarı yapılandırılmış görüşme formunda bulunan beş adet soru 22.12.2017 – 01.05.2018 tarihleri arasında farklı zamanlarda katılımcılara sorulmuştur. Verilen cevaplar katılımcılardan izin alınmak suretiyle hem ses kaydı şeklinde hem de yazılı olarak kayıt altına alınmıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma yöntemi olarak bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Yüz yüze görüşme ile sözlü iletişim becerisi kullanılarak veri toplama ve derinlemesine sorular sorularak katılımcının bu konudaki görüşlerini almak hedeflenmiştir (Serper ve Gürsakal, 1989:125). Bu yöntem ile araştırılan konu hakkında uzmanlardan detaylı bilgi alınabilirken aynı zamanda görüşme sırasında katılımcı tarafından sergilenen vurgularda konu hakkında daha net veriler alınmasını sağlamaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2012;93). Görüşme yöntemi toplum bilimciler tarafından, araştırma amacıyla sorulan soruların daha net anlaşılmasına imkân vermesi ve verilen cevapların daha kapsamlı olmasını sağlamak amacıyla tercih edilmektedir. (Seyidoğlu, 1992:64).

Yüz yüze yapılan görüşmelerde katılımcıların zaman durumu dikkate alınarak uzun sürmemesinin sağlanması, tahmini süre önceden belirtilerek randevu alınması gerekmektedir. Bu yöntem kapsamında katılımcılara görüşme öncesinde bilgi verilerek, gerek görmeleri durumunda isimlerinin ve kurumlarının paylaşılmayacağı ifade edilmelidir. Görüşme ortamı genel olarak katılımcıların kendilerini rahat hissedecekleri ortamda olmasına özen gösterilmeli ve sessiz, sakin ve çevre koşulları açısından uygun yerler seçilmelidir (Güven, 2006:171).

Yarı yapılandırılmış görüşmelerde önceden belirlenen sorulara ilave olarak konu bütünlüğünden sapmadan ve yönlendirici olmadan konuya açıklık getirilmesi amacıyla başka sorular sorulabilir. Fakat bu gibi durumlarda dikkatli olmak ve görüşme sürecine olan hakimiyeti kaybetmemek gerekmektedir (Kurtuluş, 2010:46).

Bu çalışma kapsamında görüşmelere başlandığında görüşme tekniği ile ilgili olarak yukarıda bahsedilen tüm öğelere dikkat edilmiş ve görüşmenin konudan sapmaması, katılımcıların konforunun bozulmaması için azami özen gösterilmiştir. Katılımcılarla genelde kendi ofislerinde veya çevresel koşulları uygun ortamlarda

görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yöntemi turizm ve strateji konulu çalışmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntem olduğundan tercih edilmiştir. Benzer konulardaki literatür çalışmaları Tablo 2’de listelenmiştir.

Tablo 2: Görüşme Yöntemine İlişkin Literatür Taraması

Yazar(lar)	İçerik
Figueroa ve Rotarou (2016)	Sürdürülebilir Kalkınma ya da Eko Çöküş Paskalya Adasından Turizm ve Kalkınma İçin Dersler
Gutsul (2011)	Ukrayna İç Turizminin Geliştirilmesi İçin Stratejik Analiz
Kizielewicz (2013)	Yolcu Gemisi Turizmi- Polonya Üzerine Bir Çalışma
Nara ve diğerleri (2014)	Tayland'da Sahil Turizminin Sürdürülebilir Kalkınması İçin Çevre Yönetimi Politikasının Uygulanması
Republic of South Africa (2017)	Deniz ve Kıyı Turizmde Yönetim ve Koordinasyon: Zorluklar ve Fırsatlar
Sugiantoro ve diğerleri (2017)	Banyuwangi’de Deniz Turizmi Üzerine Kamu Politikası Uygulamalarının Değerlendirilmesi
Wiener ve diğerleri (2009)	Hawaii’nin Deniz Parkı: Hawaii Adasındaki Ticari Deniz Turizmine Olan Etkileri ve Yorumlanması

Kaynak: Yazar Tarafından Oluşturulmuştur.

3.4.1. Örneklem Grubu

Araştırmanın örneklem grubunun belirlenmesinde, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda ve çalışmamızda bir genelleme kaygısı güdülmediği göz önünde bulundurulduğundan örneklem sayısının belirlenmesinde sektörde cevap alınabilecek uzman kişilerin görüşlerine başvurulmuştur. (Kıncal, 2013:64). Bu durum göz önüne alındığında araştırmanın evreni; İzmir’de faaliyet gösteren deniz turizmi paydaşlarıdır. Bu araştırma kapsamında deniz turizmi alanında İzmir’de faaliyet gösteren kurum ve kişiler değerlendirilerek Sivil Toplum Kuruluşları, Yerel Yönetimler, Merkezi Yönetimler, Medya, Sektörel Hizmet Sağlayanlar, Eğitim Kurumları ve Sertifikasyon kurumları belirlenmiş ve bunların arasından seçilen 14 uzman (bkz. Tablo 3) ile görüşülmüştür. Bu çalışma kapsamında örneklem üç kamu temsilcisi, üç sektör temsilcisi, üç medya temsilcisi, iki meslek odası temsilcisi, bir sivil toplum kuruluşu

temsilcisi, bir üniversite temsilcisi ve bir yerel yönetim temsilcinden oluşan 14 katılımcıdan meydana gelmektedir.

Tablo 3: Yarı-yapılandırılmış Yüz-yüze Görüşme Yapılan Uzmanların Listesi

Katılımcı No	Kurumu / Görevi	Paydaş Temsiliyeti	Süre
K1	Marina ve Yat Turizmi Üst Düzey Yöneticisi	Hizmet Kuruluşu	50
K2	Meslek Odası Kurumsal İletişim Yetkilisi	Medya	26
K3	Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Üst Düzey Yönetici	Bilgi Üreten Kurum	20
K4	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Orta Düzey Yönetici	Sertifikasyon Kurumları ve Merkezi Yönetim	100
K5	Sivil Toplum Kuruluşu Üst Düzey Yönetici	Sivil Toplum Kuruluşu	35
K6	Meslek Odası ve Kruvaziyer Sektörü Üst Düzey Yönetici	Sivil Toplum Kuruluşu ve Hizmet Kuruluşu	30
K7	Dalış Sektör Temsilcisi	Hizmet Kuruluşu	30
K8	Meslek Odası Üst Düzey Yönetici	Sivil Toplum Kuruluşu	20
K9	Yerel Yönetim Üst Düzey Yöneticisi	Yerel Yönetim Kuruluşu	10
K10	Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü Üst Düzey Yöneticisi	Merkezi Yönetim	30
K11	İzmir Valiliği Üst Düzey Yöneticisi	Merkezi Yönetim	26
K12	Yerel Gazete Basın Danışmanı	Medya	75
K13	Meslek Odası Basın Danışmanı	Medya	35
K14	Su Sporları Sektör Temsilcisi	Hizmet Kuruluşu	30

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

K1, İzmir'in önemli marinasında üst düzey yönetici ve aynı zamanda mega yat kaptanlığı yapmış bir uzak yol kaptanıdır. Buna ilave olarak deniz turizmi ile ilgili olarak bir sivil toplum kuruluşunda yönetim kurulunda bulunmakta ve Deniz Ticaret Odası meslek komitesi üyesidir. K2, İzmir'in önemli ekonomi yazarlarından ve denizcilik meslek odası kurumsal iletişim yetkilisidir. K3, İzmir'deki deniz turizmi kurullarının ortak kararları ile halk eğitim merkezi koordinesinde hazırlanan sertifikasyon programında gezi tekneleri çalışanlarına turizm ve ağırlama eğitimi vermektedir. K4, İzmir il deniz turizmi kurullarının sekreteryalığını yürütmekte ve deniz turizmi yüksek lisansı yapmıştır. Ayrıca yat kaptanlığı ile dalış eğitimi almış ve İzmir'deki tüm deniz turizmi verilerine hâkim bir uzmandır. K5, deniz çevresi konularında İzmir temsilciliği yapan bir sivil toplum kuruluşunun üst düzey yöneticisidir. K6, İzmir kruvaziyer konusunda uzman ve meslek odası yöneticisidir. K7, dalış turizmi sektöründe uzun yıllar hizmet veren eğitmen ve temsilcidir. K8, deniz ticaret odası yöneticisi olmakla birlikte deniz turizmi çalışma grubu ve Türkiye Yelken federasyonu temsilcisidir. K9, yerel yönetimin strateji belirleme konusunda üst düzey yöneticisidir. K10, çevre konusunda İzmir ilinin üst düzey yöneticisi ve aynı zamanda

yat turizmi kullanıcısıdır. K11, İzmir ilinin merkezi idareye bağı strateji belirleme ve uygulama konusunda üst düzey yöneticisidir. K12, kruvaziyer konusunda ilk haberleri yapan ve deniz turizmi yazıları yazan bir gazetecidir. K13, İzmir'in köklü odalarından birisinin basın danışmanı ve uzun yıllar tecrübesi olan bir gazetecidir. K14, yurtdışı deneyimi olan sörf ve yelken konusunda tecrübeli ve uluslararası bir markanın temsilciliğini yapan sektör temsilcisidir. Uzmanlar seçilirken İzmir içindeki farklı deniz turizmi destinasyonlarından seçilerek bölgesel çeşitlilik sağlanmaya çalışılmıştır.

3.4.2. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmanın ilk iki bölümünde ikincil kaynaklar taranarak konu ile ilgili ulusal ve uluslararası kaynaklar taranmış ve bunlar kaynakçada belirtilmiştir. Bu kaynaklardan elde edilen veriler ile yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği ile görüşmeler yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formundaki soruların geçerliliği için Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesinde görev yapan beş öğretim üyesinin ve üç sektör temsilcisinin fikirlerine başvurulmuştur. Gelen düzeltmeler form üzerinde değiştirilerek görüşme formu son haline getirilmiştir.

Görüşme formunun güvenilirliği için deniz turizmi alanında deneyimi olan iki katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmenin üzerinden üç gün sonra aynı kişilerle tekrar görüşme yapılarak benzer cevapları verdiği tespit edilmiş ve görüşme formunun güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır.

3.4.3. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışma, deniz turizmi ve strateji konularında ulusal ve uluslararası kaynaklardan oluşturulan literatür bilgileri ile oluşturulmuştur. Bu çalışma kapsamında İzmir'de bulunan deniz turizmi paydaşları belirlenmiş ve randevu alınarak katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler için iş yoğunluğu nedeniyle randevu vermeyen veya görüşme sırasında bu konularda görüş bildirmek istemeyen

katılımcılar çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmelerde katılımcıların zaman durumu dikkate alınmış, katılımcılardan randevu alınıp tahmini süre önceden belirtilerek görüşmelere başlanmıştır (Güven, 2006:171).

Araştırma kapsamında 25 kişi/kurumdan oluşan deniz turizmi paydaşı belirlenmiş ve görüşmeler için önceden görüşülerek randevu talebinde bulunulmuştur. 17 katılımcıdan randevu alınmış olup, sekiz katılımcıdan iş yoğunlukları nedeniyle birkaç kez randevu talep edilmesine karşılık randevu alınamamış ve bu katılımcılar araştırma dışı bırakılmıştır. Randevu alınan 17 kişiden aralarında bir liman otoritesi temsilcisi ve bir finans kuruluşu temsilcisi sorular hakkında daha sonra görüşmek istediklerini ifade ederek randevuyu ertelemiş ve bir daha randevu alınamamıştır. Diğer bir sektör temsilcisi katılımcı ise işini İstanbul'a taşıması sebebiyle taşınmış ve görüşme gerçekleştirilememiştir.

14 katılımcı ile minimum 10 maksimum 100 dakika olmak üzere toplamda 507 dakika, ortalamada ise 35 dakika süren yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerin kayıtları 62 sayfalık düz yazıya çevrilmiş ve söz konusu düzyazı tekrar tekrar okunarak sorulara dair frekans dağılımı ortaya çıkarılmıştır.

3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bulguları, “*İzmir İlinin Deniz Turizminin Güçlü Yönlerine İlişkin Bulgular*”, “*İzmir İlinin Deniz Turizminin Zayıf Yönlerine İlişkin Bulgular*”, “*İzmir İlinin Deniz Turizminin Fırsatlarına İlişkin Bulgular*”, “*İzmir İlinin Deniz Turizminin Tehditlerine İlişkin Bulgular*” ve “*İzmir Kıyı Bölgelerinin Deniz Turizm Stratejileri Açısından Öncelik Sıralaması*” olmak üzere beş alt başlıkta verilmektedir.

3.5.1. Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Güçlü Yönleri

Yapılan araştırma kapsamında katılımcılara ilk olarak “Deniz turizmi sektörü açısından İzmir ilinin güçlü yönleri nelerdir? Bu üstünlükler nasıl kullanılabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar tarafından verilen cevapların analizi Tablo 4’te gösterilmektedir

Bu soruya istinaden; koyların doğal güzellikleri, iklim koşullarının su

sporlarına uygunluğu, Meryem Ana, Efes, Agora gibi 8500 yıllık tarihi ve kültürel geçmişe sahip olması, havaalanına yakınlık, yolların ve ulaşım imkânlarının iyi olması, İzmir'in Avrupa ve Yunanistan'a olan deniz yolu ve hava yolu mesafesi gibi özellikler belirtilirken, Türkiye'nin en batısında oluşu da güçlü yönü olarak ifade edilmiştir.

Türk mutfağının çeşitliliği, termal kaynaklara sahip olunması, turizm alanında yetişmiş genç nüfusa sahip olması gibi özellikler de deniz turizmi ile birleştirebileceğimiz çok kaynağa sahip olmamız bakımından İzmir'in güçlü yanları olarak ortaya koyulmuştur.

Bu çalışmada İzmir'in "Deniz Kenti" olması ifadesinin katılımcılar tarafından sıkça tekrarlandığını vurgulamak gerekir. K10 kodlu katılımcı "İnsanlar farkında değil ama İzmir'in körfezini alın veya kapatın geriye ne kalır? Yaşar mıyız o zaman bu şehirde?" diyerek İzmir'in gücünü denizinden aldığını tüm hissiyatıyla aktarmıştır.

Ayrıca dünya standartlarında trendleri takip eden deniz turizmi tesislerinin ve otellerin de İzmir'de mevcut olduğu belirtilmiş, tüm deniz turizmi çeşitlerinin tek bir ilde yapılıyor olmasının dikkat çekici özelliğinden bahsedilmiştir.

Tablo 4: Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Güçlü Yönleri

Güçlü Yönler	Verilen Cevap Kodlamaları														
İfadeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	F.
Tarihi ve kültürel geçmişe sahip olması	√	√	√	√	√	√	√	√		√		√	√	√	12
Coğrafi konumu, deniz kenti olması, uzun kıyı şeridi	√			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
Koylarının bakırlığı	√			√		√	√	√		√	√	√	√	√	10
İklim koşullarının su sporlarına uygunluğu	√			√	√	√	√	√			√	√	√	√	10
Deniz turizmi çeşitlerinin tamamının yapılabilir olması	√	√		√	√	√	√	√			√	√		√	10
Kendine has duruşu ve kültürü olması farklı kültürlerle ev sahipliği yapması	√	√				√	√	√				√	√	√	8
Avrupa ve Yunanistan'a yakınlık	√				√	√	√	√				√	√	√	8
Deniz turizmi yapılan ilçelerin şehir merkezine yakınlığı					√	√	√	√			√	√	√	√	8
Havaalanına yakınlık					√	√	√	√				√		√	6
Yolların ve ulaşım imkânlarının iyi olması	√					√	√	√				√		√	6
Oturmuş alt yapı	√					√	√	√			√	√			6
Türkiye'nin üçüncü Büyükşehir olması		√				√		√			√	√			5
Gelişmiş turizm tesisleri ve dünya standartlarında deniz turizmi tesislerinin olması				√		√	√				√			√	5
Su altı canlı çeşitliliği						√	√					√			3

Kaynak: Araştırma Kapsamında yüz yüze görüşmelerden elde edilmiştir.

3.5.2. Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Zayıf Yönleri

Katılımcılara ikinci soru olarak “Deniz turizmi sektörü açısından İzmir ilinin zayıf yönleri nelerdir? Bu zayıflıklar nasıl sona erdirilebilir?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılar tarafından verilen cevapların analizi Tablo 5’ te gösterilmektedir.

Tüm katılımcılar tarafından İzmir’in Deniz Turizmi Stratejisinin ve master planının olmadığı belirtilmiştir. Ayrıca her kurumun kendi planını yapmasından dolayı projelerin gerçekleşemediği veya bilinmediği ifade edilmiştir. K14 kodlu katılımcı tarafından bu durum aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir;

“İzmir’in Deniz Turizmi Stratejisi var mı bilmiyorum. Olsa bilirdik diye düşünüyorum. Biz kendi deneyimlerimizle, kendi yolumuzda kopuk uçurta gibi gitmeye çalışıyoruz.”

Bu sorunu K11 kodlu katılımcı şu şekilde açıklamıştır;

“Deniz turizmiyle ilgili İzmir’in özel bir stratejisi bugüne kadar yapılmamıştır. Yapılmayışının sebebini de ben şöyle görüyorum biz iç turizmde mevsiminde %98lere varan doluluğu aldığımız için çok da tanıtıma ihtiyaç duymamışız eğer daha çok turistik tesisimiz olursa bunları 12 ay çalıştırıp müşteri arayışına girersek o zaman deniz turizmiyle ilgili stratejiler de olur, çalışmalar da diye düşünüyorum.”

İkinci önemli sorun olarak kurumlar arası iletişim eksikliği, yetki paylaşımı, koordinasyon olduğu tekrar edilmiştir. K8 kodlu katılımcı tarafından aşağıdaki düşünce vurgulanmıştır;

“Üç, beş ve 10 yıllık stratejik planlama için kurumların bir araya gelip böyle bir stratejiyi isteyip istemediklerini gözlemek lazım, öncelikle istemek gerekli. Bunu tespit etmeliyiz İzmir olarak deniz turizminde gelişmeyi istiyor muyuz?”

Tablo 5: Deniz Turizmi Sektörü Açısından İzmir İlinin Zayıf Yönleri

Zayıf Yönler	Verilen Cevap Kodlamaları														
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	F
İfadeler															
İzmir'in deniz turizmi stratejisinin olmaması	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14
Deniz turizmi konusunda lider eksikliği	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14
Yetki paylaşımı sıkıntıları	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14
Kurumlar arası iletişim ve koordinasyon eksikliği	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14
Tanıtım eksikliği veya yanlış tanıtım yapılması	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	13
Çevresel sorunlar kirlilik Doğanın tahrip edilmesi	√				√	√	√	√	√	√	√	√	√		10
Bürokrasinin çokluğu bürokratik engeller	√			√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	10
Deniz turizminin herkes tarafından benimsenmemesi, odaklanılmaması			√			√	√	√	√	√		√	√	√	10
Diğer bölgelere nazaran maddi destek ve kaynak azlığı	√	√	√		√	√	√		√			√	√	√	10
Alt yapı eksikliği (bağlama yeri, atık alım tesisi vb.)			√	√	√	√	√	√			√	√	√		9
Gediz deltasının sığlaşması					√	√			√	√	√	√	√		7
Limanın derinlik sorunu					√	√			√	√	√	√	√		7
Çarpık kentleşme	√		√	√	√					√		√	√		7
Turistlerin yönlendirilmemesi			√		√	√	√		√		√	√			7
Yat turizmi rotası belirlenmemesi					√	√				√	√	√	√		6
Turizm tesisleri tarafından koyların halkın kullanımına kapatılması			√				√		√	√		√	√		6
Yerli halkın deniz turizminden ve İzmir'in varlıklarından haberdar olmaması				√	√	√			√		√	√	√		6
Körfezin yeteri kadar kullanılmaması					√	√					√	√	√	√	6
Liyakat olmayan kadrolaşma	√		√	√								√	√	√	5
Yurtdışına doğrudan uçuşların azlığı					√		√					√	√	√	5
İmar planlarının hatalı olması	√					√			√		√				4
Denizciliğin gelecek kuşaklara aktarılamaması						√						√	√	√	4
İlçelerle Merkez arasında kopukluk olması							√					√	√	√	4
Turizm ve yabancı dil eğitimi yetersizliği			√	√								√			3
Projelerde çeşitliliğin olmaması taklit olması						√						√		√	3
Kültürel dezenformasyon			√									√	√		3
Belgesiz iş yapma denetleme eksikliği yaptırımların azlığı			√				√				√				3
Yüksek kira bedelleri	√					√									2
İstihdam plansızlığı			√									√			2

Kaynak: Araştırma Kapsamında yüz yüze görüşmelerden elde edilmiştir.

Buna ilaveten katılımcıların tamamı tarafından İzmir’de deniz turizmi paydaşlarını bir araya getiren devlet idaresi ve otoritesine sahip bir lider eksikliğinin olduğu ifade edilmiştir. Katılımcılara strateji belirlenirken stratejiyi oluşturacak paydaşlar kimler olmalıdır diye sorulmuştur. Bu sorunun yanıtı da değişmeyerek deniz turizmi komisyonu kurulması gerektiği ve içerisinde sivil toplum kuruluşları, yerel idareler, bakanlıkların il müdürlüklerinden uzmanlar, meslek ve esnaf odaları, sektör temsilcileri, üniversitelerden akademisyenler, kalkınma ajansları, ilçe ve büyük şehir belediyesi temsilcileri ile kaymakamlar ve Valilik makamının olması gerektiği cevabı verilmiştir. Deniz turizmi paydaşlarını bir araya getirmesi gereken lider kurumun; Deniz Ticaret Odası, Yerel yönetim, Valilik, Sektör Temsilcileri veya Sivil Toplum Kuruluşlarının olması gerektiği konusunda görüş ayrılıkları olmuştur.

Alt yapı eksikliği, yüksek kiralar, imar planları bürokratik engeller, çarpık kentleşme de deniz turizminin gelişmesi açısından İzmir’in zayıf yönleri olarak sıklıkla dile getirilmiştir. Bu duruma önlem olarak K4 kodlu katılımcı tarafından söylenen ifade aşağıda gösterilmektedir.

“Yazlık konutların yapımı kontrol altına alınmalıdır. Çok uzun süre kullanılmayan bu evler milli servettir ve turizme zarar vermektedir. Ya bu ilçelerde daimi olarak şehir yaşantısı ile birlikte bu konutlar değerlendirilmeli ya da turizme ve doğaya zarar vermemek için engellenmelidir. Örneğin Kültür Turizm Bakanlığı Gelişim Bölgesi olarak ilan edilen yerlerde sadece turizm yatırımı yapılabilir.”

Bunlarla birlikte, eğitimsiz turizmciler sayısı ve yabancı dil yetersizliği ile devlet kadrolarında çalışanların turistlere yaklaşımının bazı durumlarda yanlış anlaşılmalara sebebiyet verdiği konusu ifade edilmiştir.

Ayrıca ülkemizin ve kıyılarımızın yurt dışında iyi tanıtılmadığı da sıklıkla katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Tanıtımla ilgili olarak bir katılımcının verdiği cevap aşağıda özetlenmektedir.

“Fuarlardaki görevlilerin İngilizce biliyor olması gerekir, Almanca biliyor olması lazım. Dil biliyor diye de Türkiye’yi ve deniz turizmini

bilmeyen hostesler kullanılmamalı. Örneğin Efes'e gitmemiş birinin Efes'i anlatmaması lazım. Birebir görüşmeler yapılmalı, videolar hazırlanmalı. Stantta dikkat çekici şeyler kullanılmalı. Ünlüler, olimpiyat şampiyonları götürülmeli. Örneğin. Yurtdışındaki bir fuara A milli basketbol takımı getirilmişti ve oldukça dikkat çekmişti.”

Denizciliğin gelecek kuşaklara aktarılamaması da İzmir'in deniz turizminde zayıf olduğu yön olarak değerlendirilmiştir. Aşağıda bir katılımcının cevabı verilmektedir.

“17. 18. Yy baktığımız zaman önemli bir liman kentidir. Limanı üç kere yer değiştirmiş bir liman kentidir. Eski komünitelerden insanlarımız yaşıyor denizci eski aileler var bunları tam anlamıyla kullanıyor muyuz? Denizimizi kullanıyor muyuz? 17. 18. Yy'da ki kadar denizci miyiz vapur harici körfezde ne yapıyoruz?”

Deniz Turizmine herkes tarafından odaklanılmaması ve benimsenmemesi de güçsüz yön olarak birkaç katılımcı tarafından vurgulanmış, yurtdışından örnekler verilmiştir.

“Yurtdışındaki örneklerde görülüyor ki eğer orada kruvaziyer turizmi varsa insanlar sadece kruvaziyere odaklanmış, taksicisinden oteline, esnafından tezgahlarına, hayatlarında kruvaziyer turizminin gelişmesine odaklanmışlar ve aldıkları tüm kararlarda bunun gelişmesi için çaba gösteriyorlar. Eğer biz de deniz turizminin gelişmesini istiyorsak ona göre hareket etmemiz lazım.”

3.5.3. İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Fırsatlar

Katılımcılara üçüncü soru olarak “İzmir ili çerçevesinde deniz turizmi konusundaki fırsatlar nelerdir? Bu fırsatlardan tam olarak nasıl faydalanılabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 6'da incelenmektedir.

Sektör temsilcisi katılımcılar tarafından; belirlenmiş bir strateji olmasa bile belgelendirme işlemleri ve fuarlara katılım ile son birkaç yılda yavaş da olsa deniz turizmi sektörünün tanınmasından duyulan memnuniyet dile getirilmiştir.

“10 sene önce ne fiyat politikası ne birbirimizi biliyorduk. Son 2-3 senedir bir araya gelmeye başladık. Kurumlar da yeni diyaloga geçmeye başladı, fiyat politikası oluşmaya başladı, kaliteli olmaya başladık”

Bu soruya cevap veren katılımcılar tarafından deniz turizmi konusunda oluşturulacak bir stratejik eylem planı gerekliliğini sıklıkla ifade edilmiştir. Bu eylem planı içinde yer alması muhtemel ülke menfaatine durumlar için, “geniş yetkilere sahip bir lider”in var olması gerektiğinden bahsedilmiştir. Bu yetkiyi ve sorumluluğu alabilecek liderlerinde İzmir içinde bulunabileceği sadece bununla ilgili adımların atılmasının gerekliliği ifade edilmiştir. Paydaşların beraber çalışması ve rekabetçi unsurların denetiminde herkese eşit şekilde davranılması hususu dile getirilmiştir.

Denizlerin, doğal koyların ve koruma alanlarının, kültürel, tarihi güzelliklerin ulusal ve uluslararası fuarlarda tanıtılmasının önemi ifade edilmiştir. Bu tanıtımların yapan insanların bölgeyi bilen ve anlatabilecek kişiler tarafından yapılması gerekliliği vurgulanmıştır.

İzmir kıyı şeridinin uzunluğu ve deniz turizmi çeşitliliği için elverişli olması ile diğer turizm çeşitleri ile bütünleşik hale getirilmesi de katılımcılar tarafından en sık tekrar edilen ifadeler arasında bulunmaktadır.

Tablo 6: İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Fırsatlar

Fırsatlar	Verilen Cevap Kodlamaları														
İfadeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	F.
İzmir'in kıyısının çok uzun ve çeşitlilik imkanının olması	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	13
İnanç, sağlık, termal, gastronomi turizmi çeşitlerinin varlığı	√	√		√	√	√	√	√		√	√	√	√		11
Deniz turizmi konusunda oluşturulacak stratejik plan için kurumların istekli olması	√				√	√	√		√	√	√	√	√	√	10
Stratejik eylem planı içinde yer alması muhtemel ülke menfaatine durumlar için, geniş yetkilere sahip lider potansiyellerinin olması					√	√	√	√	√		√	√	√		8
Ülkemizin de yer aldığı coğrafyada yaşanan savaşların coğrafi konumu itibari ile İzmir'e sirayet etmemesi	√					√	√	√				√	√	√	7
Değerli üniversitelerin ve deniz turizmi ile ilgili bölümlerin varlığı			√		√			√				√	√		5
Ulusal ve uluslararası fuarlara katılım çalışmalarının başlamış olması					√		√	√				√		√	5
Turizmci genç nüfus		√										√	√		3

Kaynak: Araştırma Kapsamında yüz yüze görüşmelerden elde edilmiştir.

3.5.4. İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Tehditler

Katılımcılara dördüncü soru olarak “İzmir ili çerçevesinde deniz turizmi konusundaki tehditler nelerdir? Bu tehditlerden zarar görmek nasıl önlenebilir?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar Tablo 7’de analiz edilmiştir.

Katılımcılar tarafından İzmir Bölgesi genelinde turizme desteğin az olması ve deniz turizminin diğer turizm türleri ile etkileşimde bulunmaması nedeniyle sezonun kısa olmasını turizm açısından tehdit olarak ifade etmiştir.

Katılımcılar tarafından koyların güzelliğinin korunması ve doğayla iç içe olması gerektiği, bu doğal güzelliklerin imara açılarak yok edilmesinin deniz ve ülke turizmine zarar vereceği hususuna dikkat çekilmiştir.

Ayrıca gelecek açısından bakıldığında diğer ülkelerle olan politik ilişkilerin ve siyasi yaptırımların da İzmir’in deniz turizmi konusundaki tehditleri arasında yer aldığı belirtilmiştir. Buna ilave olarak ülkesel boyutta yaşanan terör tehditlerinin turistlerin kıyılarımızı ziyaret etmesi konusunda da tereddütte düşürdüğü belirtilmiştir. Ülkemizin de yer aldığı coğrafyada yaşanan savaşın coğrafi konumu itibari ile İzmir’e sirayet etmediği vurgulanarak, bölgeye etkilerinin olmadığı konusunda yabancı turistlerin ikna edilmesi gerekliliği ifade edilmiştir.

Ayrıca K14 kodlu katılımcı deniz turizmi müşteri profili hakkında aşağıdaki şekilde açıklama yapılmıştır.

“Deniz turizmi için seyahat eden insanlar en sadık müşterilerdir. Çünkü bir windsurf yapmaya gelen müşteri sadece denize girmeye gelen turist gibi burası güvenli değil her yerde sahil var başka yere gideyim demez. Arap Baharı döneminde Mısır’da çalışmışım ve biz bu gelmeye devam eden sadık müşterilerle çarkları döndürebilmiştik. Ona rağmen windsurfçüsü dalgıcı kitesörfçüsü gelmeye devam ettiler. Bunun gözden kaçırılmaması lazım. O insanlar buradaki komple doğanın kendisine geliyorlar ve siyasi şartlar ne olursa olsun diğer turizme nazaran daha sadıklar.”

Sektörler arası çatışma ifadesi deniz turizmini negatif etkileyen bir faktör olarak görülmekte ve bu durumun minimize edilerek kararlar alınması gerektiği vurgulanmıştır. K8 kodlu katılımcının konuyla ilgili yorumu aşağıda özetlenmiştir;

“Marina yapılması için talepte bulunuyorlar, var olan marinalar dolu değiliz kaynak kullanmayın diyorlar. Çekek yeri yapılma durumu söz konusuydu ama plaj olsun dediği için yapılamadı. Teknelerin bakımı için yer yok. Herkes kendi açısından konuşuyor. Meslek kuruluşları fayda maliyet analizi yaparak bu konuyu çözebilir. Farklı Sektörlerin birbirleri ile etki alanları bulunmalı ve minimize edilerek planlamalar yapılmalı.”

Merkeziyetçiliğin giderek artması yerel kararların alınamaması da tehdit unsurları arasında yer almakta olup, aşağıdaki cümle ile K9 kodlu katılımcı tarafından açıkça ifade edilmiştir.

“Yerel yönetimlerin yetkisi kısıtlı. Yeri geliyor bir kişiyi ikna etmeniz gereken durumlar olabiliyor, o zaman stratejiden uzaklaşıyoruz”

Sonuç olarak İzmir'in deniz turizmi stratejisinin oluşturulması gerekliliği ortaya çıkmıştır. İzmir'in güçlü yanları deniz turizmine ve İzmir'in tüm destinasyonlarına hâkim olan kişiler tarafından yurtdışı fuarlarında anlatılmalıdır. Su altı ve doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel varlıkları fotoğraf ve video ile desteklenerek tanıtılmalıdır. Terörün ve şiddetin bölgesel olarak etkisinin olmadığı belirtilmelidir. Kişilere ve kurumlara eğitim vererek turizmin bir milli gelir olarak vatana katkıları konusunda bilgi verilmeli ve hem İngilizce bilen hem de turizm açısından kalifiye insan gücünün yetiştirilmesi gerekmektedir.

Tablo 7: İzmir İli Çerçevesinde Deniz Turizmi Konusundaki Tehditler

Tehditler	Verilen Cevap Kodlamaları														
İfadeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	F.
Turizme desteğin az olması	√		√	√	√	√	√				√	√	√	√	10
Plansız büyümeye sebep olabilecek projeler	√	√			√	√		√		√	√	√	√		9
Sektörler arası çatışma				√		√	√	√	√	√	√			√	8
Bölgede turizm sezonun kısa olması	√			√	√		√	√			√	√		√	8
Merkeziyetçiliğin giderek artması yerel kararların alınamaması	√	√	√			√	√		√		√		√		8
Diğer ülkelerle olan politik ilişkiler	√		√	√	√	√						√	√		7
Terörün dış yansıması güvenli olmadığımızıza dair algı	√		√	√	√	√						√	√		7
Göçmen trafiğinin yaratmış olduğu negatif algı	√			√	√	√						√	√		6
Deniz turizmine yatırım yapanların bir kısmının kâr amacı güden ve turizmcisi olmayan kişilerden oluşması			√	√								√	√		4

Kaynak: Araştırma Kapsamında yüz yüze görüşmelerden elde edilmiştir.

Yapay batıklar ile su altı sporları için dalış tesisleri oluşturmalı, koyların güzellik ve temizliği için hem halk bilinçlendirilmeli hem de temizlik işlemlerinin titizlik ile yapılması sağlanmalıdır. Bürokratik engellerin kaldırılarak deniz turizmi açısından kolaylık sağlanmalıdır. Koylarda imara izin vermek gibi doğal güzelliklerin yok edilmesinin önüne geçilmelidir. Konuyla ilgili olarak K1 kodlu katılımcı aşağıda ifade edilmektedir;

“Bakir alanlardaki marina projelerinde çevresel etkilere dikkat edilmeli. Marina içine Gerence körfezinden getirilen midyeler yerleştirildi. bir midye günde 150lt suyu temizliyor. Deniz ekosistemi marina içerisinde devam etmesi için deniz patlıcanları yerleştirildi 100 adet. Bunların neticesinde marina içerisinde yengeçler görülmeye başlandı. İlerleyen günlerde kalamar yetiştiriciliği de yapılacak ve sürdürülebilir bir deniz ekosistemi oluşturulmaya çalışılacaktır. Devlet tarafından üniversiteler aracılığıyla bu tarz projelere destek verilmelidir.”

Ayrıca, deniz turizmine yatırım yapanların bir kısmının kâr amacı güden ve turizmci olmayan kişilerden oluştuğu ve bu kişilerin turizme zarar verdiği de değinilmiştir. Bir katılımcının bu konuyla ilgili ifadesi aşağıda gösterilmektedir:

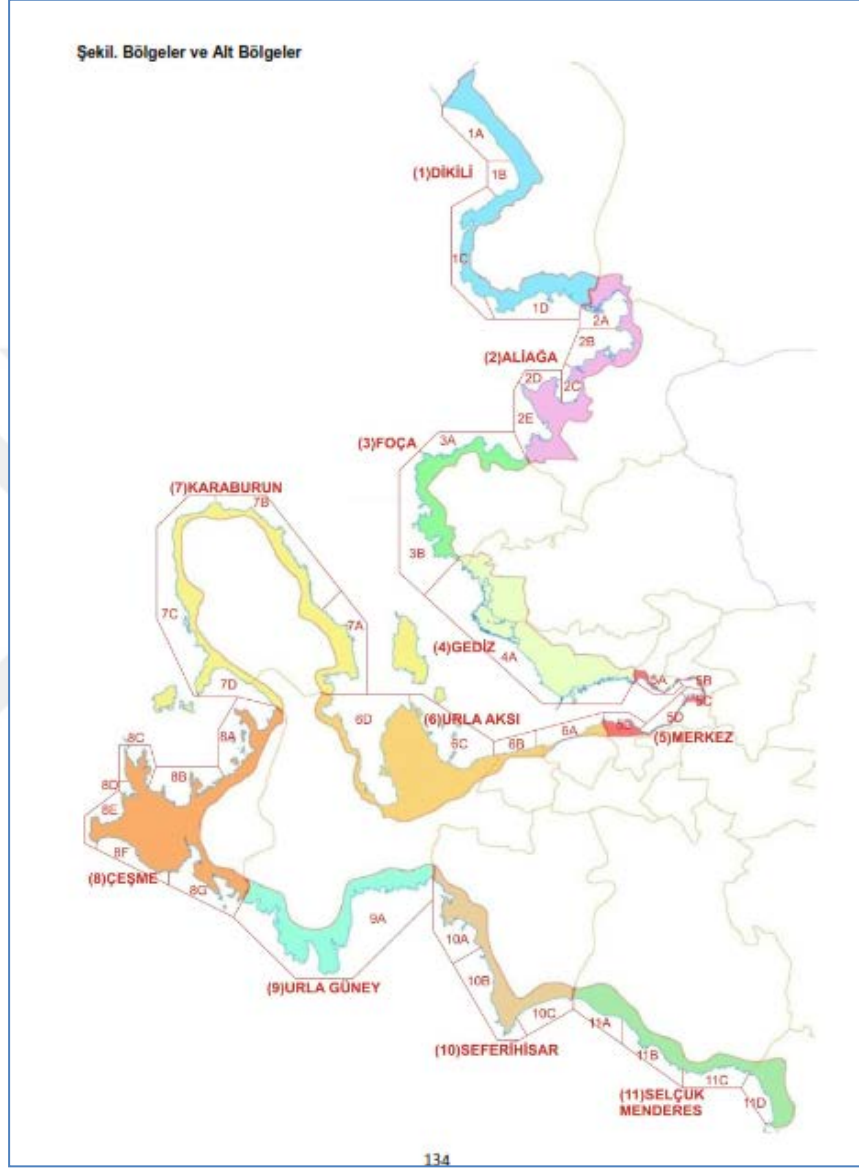
“Antalya’da insanlar artık otele geliyor deniz turizmine gelmiyor burada da iş bir süre sonra oraya gidiyor böyle yaptığınız zaman insanları bir süre sonra denizden de uzaklaştırmış oluyorsunuz. Normalde kıyılar halkındır otellerin kıyıyı kapatması kullandırmaması durumu olmamalı”

3.5.5. İzmir Kıyı Bölgelerinin Deniz Turizm Stratejileri Açısından Öncelik Sıralaması

Beşinci ve son soruda İzmir İli Bütünleşik Kıyı Alanları Yönetim ve Planlama Projesi kapsamında hazırlanan “Kıyı Alanları Mekânsal Strateji Planı” çerçevesinde Şekil 3’te olduğu gibi İzmir kıyıları 11 alt başlıkta bölgelere ayrılmıştır (ÇŞB,

2012:134). Harita ile sunulan bölgelerin deniz turizmi stratejileri açısından öncelik sıralamasına göre derecelendirilmesi talep edilmiştir.

Şekil 3: İzmir Kıyıları ve Alt Bölgeleri Haritası



Kaynak: (ÇŞB, 2012:134)

Bu soruya göre yapılması istenen sıralamada farklı önem dereceleri ortaya çıkmıştır. Kimi katılımcılar daha önce turizm ve deniz turizmi açısından çok fazla yatırım yapılmayan bölgelere öncelik verilmesi gerektiğine inanırken, kimi katılımcılar hali hazırda turizm konusunda yol almış bölgelerin alt yapı eksikliklerinin giderilerek bölgedeki ivmelerinin artırılmasının daha doğru olacağına kanaat

getirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar tarafından verilen puanların toplamı ve bölgelere göre sıralaması Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8: İzmir Kıyı Alanlarının Deniz Turizmi Stratejileri Açısından Öncelik Sıralaması

İZMİR KIYI ALANLARI				Toplam	Sıralamadaki
Kod	Bölge Adı	İlçeler	Kıyı uzunluğu	puan	yeri
8	Çeşme	Çeşme	165,3 km	58	1
10	Seferihisar	Seferihisar	54,5 km	67	2
7	Karaburun	Karaburun, Mordoğan, Urla Batı kıyıları	125,5 km	71	3
1	Dikili	Dikili	77,1 km	72	4
3	Foça	Foça	73,2 km	73	5
5	Merkez Kent	Konak, Bayraklı, Karşıyaka, Balçova	39,2 km	75	6
6	Urla Aksı	Narlidere, Güzelbahçe, Urla kuzey kıyıları	91,6 km	80	7
9	Urla Güney	Urla güney kıyıları	61,8 km	87	8
11	Menderes-Selçuk	Menderes, Selçuk	46,5 km	94	9
4	Gediz Deltası	Menemen, Çiğli	56,5 km	123	10
2	Aliağa	Aliağa, Bergama	75,9 km	124	11

(1-En fazla öncelikli ↔ 11-En az öncelikli)

Kaynak: Araştırma kapsamında yüz yüze görüşmelerden elde edilmiştir.

Verilen puan ortalamalarına göre çıkacak sonuca bakarsak sıralamada birinci olan ilçenin “Çeşme”, sonrasında “Seferihisar” sonrasında “Karaburun” olarak devam ettiği görülmektedir. Sanayi ve limanlar bölgesi olarak bilinen “Aliağa” sonuncu, *Gediz Deltası* sondan ikinci olmuştur. Bu sonuca göre bölgede turizmde popüler olarak ön plana çıkan Çeşme’nin stratejik olarak öncelikli planlanan bölge olması gerektiği ortaya koyulmuştur. Çeşme konusuna bir katılımcının ifadesi aşağıda gösterilmektedir;

“Kruvaziyer, yat turizmi, marina su sporları deniz turizminin unsurları. Bunların aynı anda yapıldığı yerler öncelikli olmalı. Mesela deniz turizminin dört unsurunun da var olduğu Çeşme birinci sırada olmalıdır. Tam tersi düşünenler de olabilir hiç olmayan bölgelere odaklanılmalı diyenler olabilir ama o bir zaman alacaktır. Olması gereken var olanı en iyi derecelere sokmak pazardan daha çok pay almak böylelikle bu gelişimi diğer bölgelere de sirayet ettirmek paralel

olarak gelişimi devam ettirmek lazım. Sıfırı var edebilmek için çok çabalarsın ama elindeki geliştirmek daha kolay.”

3.6. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE TARTIŞMA

Bu bölümde yapılan araştırma sonucunda İzmir ili genelinde olması gereken olası deniz turizmi stratejileri demografik yapının tespit edilmesi, destinasyonların belirlenmesi, rekabetin artırılması yenilikçiliğin teşvik edilmesi, çevresel etkilerinin azaltılması, coğrafi uzaklığın değerlendirilmesi ve eğitim ihtiyacının belirlenmesi unsurları kapsamında incelenmiştir. Ortaya çıkan stratejiler; tanıtım ve pazarlama, ekonomi, eğitim ve istihdam, çevre ve bürokrasi başlıkları altına değerlendirilmiştir.

3.6.1. Tanıtım ve Pazarlama ile İlgili Olası Stratejiler

Bir destinasyonun ziyaretçileri, turizm faaliyetini gerçekleştirmeden önce gidecekleri bölgenin turizm çeşitliliği ve ürünleri ile ilgili bilgi sahibi olmak istemektedir. Bu nedenle İzmir ili kapsamında deniz turizmini geliştirmek için öncelikli olarak tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkin yapılması amacıyla stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda İzmir ili çerçevesinde tanıtım ve pazarlama konusunda 17 olası deniz turizmi stratejisi ortaya koyulmuştur;

- Yurtdışı fuarlarına etkin katılım sağlanmalı,
- Fuarlarda deniz turizmini ve bölgeyi yetkin turizmciler tanıtılmalı,
- Bölgenin deniz turizmi imkanlarını tanıtan videoları, afişler, internet sitesi gibi görsel ve işitsel sunumlar hazırlanmalı,
- Fuar stantlarında dikkat çekici tanıtım öğeleri kullanılmalı, popüler ve tanınmış reklam yüzleri tanıtımın parçası haline getirilmeli,
- İzmir'in arkeolojik, tarihi ve kültürel değerleri ön plana çıkarılarak pazarlanmalı,
- Turizm sezonunu uzatmak ve tüm mevsimlere yaymak amacıyla deniz turizmi paydaşlarının sürekli hizmet vermesini sağlayacak paket programlar

- hazırlanmalı, gastronomi turizmi, ekoturizm, sağlık turizmi ile birleştirilmeli,
- Yerel organizasyonlar artırılmalı, İzmir Tekne Fuarı (Boatshow) tekrar düzenlenmeli, enternasyonel fuarı büyütülmeli, yelken yarışları sörf yarışları gibi etkinliklerin sayısı ve katılım gücü arttırılmalı,
 - EXPO, Universiade gibi dünyaca ünlü organizasyonlara ev sahipliği yapabilmek için gerekli girişim ve lobi faaliyeti yapılmalı, adaylık sürecindeki projelere devam edilmeli,
 - Ülkeler arası ikili ilişkiler artırılmalı, lobi faaliyetleri yapılmalı,
 - Turizm işletmeleri arasında küresel iş birlikleri kurulmalı,
 - Ziyaretçilerin güvenlik ile ilgili endişelerinin İzmir ili genelinde giderilmesi için gerekli tanıtım ve bilgilendirme faaliyetler gerçekleştirilmeli,
 - İzmir Körfezinin daha etkin kullanılmasını için faaliyetlerin arttırılmasının sağlanması, saatlik tekne turları, küçük yolcu motorları olmalı, tekne park ve marina projeleri hayata geçirilmeli, İzmirli denizle daha çok buluşturulmalı,
 - Kentteki herkese stratejiler ve deniz turizminin önemi ve varlığı anlatılarak özümsemesi ve ziyaretçilere hizmet veren taksicisinden esnafına, memurundan öğrencisine herkesin benimsemesi sağlanmalı.
 - İzmir kayıkları projesi körfeze kazandırılmalı,
 - Tutarlı bir fiyat politikası izlenerek turistin güven duyması sağlanmalı,
 - Sosyal sorumluluk projelerinde deniz turizmi kullanılmalı gelecek nesiller yönlendirilmeli,
 - Turizmin en önemli tanıtımının ziyaretçilerin yaşadıkları ve anlattıkları deneyimler olduğu unutulmamalı ve gelen ziyaretçilerin memnuniyeti için gerekli her hizmetin bulunabilir olması sağlanmalı.

3.6.2. Ekonomi ile İlgili Olası Stratejiler

İzmir ili kapsamında deniz turizmini geliştirmek için ekonomi başlığı altında stratejilerin belirlenerek kaynak yaratmak gerekmektedir. Bu kapsamda İzmir ili çerçevesinde ekonomi konusunda 18 olası deniz turizmi stratejisi ortaya koyulmuştur;

- Deniz turizmi paydaşlarına kalkınma ajansları ve devlet teşvik sağlamalı,

- Kalkınma planlarına alınmalı, ayrı bir başlık açılarak somut hedefler koyulmalı,
- Marina yatırımları doğru planlanmalı,
- İzmir'in kaynakları kısıtlı olduğundan planlar en iyi şekilde hazırlanmalı,
- Küçük tekneler için tekne parklar yapılmalı halk denize özendirilmeli,
- Turizm bölgeleri konutlara değil deniz turizmi işletmelerine ayrılmalı, çarpık kentleşe olmamalı, doğal yapısı bozulmamalı,
- Balıkçı barınaklarının durumu iyileştirilmeli, bazıları deniz turizmi araçlarının kullanımına tahsis edilmeli,
- Belgesiz ticari faaliyetlerin önüne geçilmeli,
- Meslek örgütleri ve kamu deniz turizmini geliştirmek için projeler üretmeli,
- Avrupa Birliği hibelerinden yararlanılmalı, devlet projeleri destekleyecek teşvikler sunmalı,
- Ulaşım ağı genişletilmeli,
- Deniz yolu için rota haline getirilmeli,
- İzmir Alsancak limanının kruvaziyer rıhtımı düzenlenmeli, alt yapı eksiklikleri giderilmeli,
- İzmir'in tarihine sahip çıkılarak restorasyon çalışmaları ve arkeolojik bölgelerdeki kazılar tamamlanmalı,
- İzmir merkezi ve ilçeleri arasındaki deniz yolu kullanımı artırılmalı, yeni güzergahlar oluşturulmalı,
- İzmir'in dört milyonluk nüfusunun da deniz turizminin bir kullanıcı potansiyeli olduğu unutulmamalı,
- Arz ve talep durumunun değerlendirilerek hazırlanacak fizibilite çalışmalarıyla kontrollü büyümenin sağlanmalı
- Standup paddle, kano gibi iç sularda bile yapılan deniz turizmi çeşitleri şehir merkezinde yapılabilirliği sağlanmalı.

3.6.3. Eğitim ve İstihdam ile İlgili Olası Stratejiler

Deniz turizminin gelişmesi için bu sektörde çalışan paydaşların kalifiye ve iyi eğitim almış olması gerekmektedir. Bu kapsamda İzmir ili çerçevesinde eğitim ve

istihdam konusunda sekiz olası deniz turizmi stratejisi ortaya koyulmuştur;

- Deniz turizmi paydaşlarının içerisinde yer alan uzmanları liyakat sistemine göre istihdam edilmeli,
- Deniz turizmi açısından İngilizce bilen kalifiye insan gücü yetiştirilmeli
- Kamu personelleri deniz turizmi sektöründen ve sahadan haberdar olmalı, özel sektör veya staj tecrübesi olmalı,
- Deniz turizmi stratejileri oluşturulmadan önce tüm komisyon üyeleri deniz turizmi çeşitlerinden haberdar edilmeli, turlar, tanıtım organizasyonları, bilgilendirme toplantıları yapılmalı, mümkünse deneyimlemeleri sağlanmalı,
- Üniversitelere destek verilmeli,
- Komisyonda akademisyen üye de olmalı ve sonuçların bilimsel değerlendirilmesi sağlanmalı,
- Yerel yönetim tarafından halka turizm ve deniz kenti olduğumuz konusunda bilgilendirmeler yapılmalı, orta ve uzun vadede turizmin getirileri anlatılmalı,
- Deniz turizmi sektörü çalışanlarına turizmde ağırlama hizmetleri konusunda sertifika programları hazırlanmalı ve istihdamda belge aranmalı.

3.6.4. Çevre ile İlgili Olası Stratejiler

Deniz turizminin sürdürülebilirliği ve gelişmesi açısından çevresel etkenler oldukça önemlidir. Bu kapsamda İzmir ili çerçevesinde çevre konusunda 11 olası deniz turizmi stratejisi ortaya koyulmuştur;

- Doğal park alanları oluşturulmalı,
- Koylara demir ve tonoz atılmasına, kazık çakılmasına izin verilmemeli,
- Teknelerin aynı koyda uzun süre demirlemesine izin verilmemeli,
- İmar planlarına düzenlemeler getirilmeli koruma alanları denetimi yapılmalı kaçak yapılaşmaya izin verilmemeli,
- Atık planlaması iyi yapılmalı, kara kaynaklı kirliliğin önüne geçilmeli, sadece turizm tesislerinin değil yazlık sitelerin de atık yönetimi kontrol altında tutulmalı,

- Mavi kart sistemi uygulanabilir olmalı, daha çok atık alım merkezi kurulmalı, bu merkezlerin bakım tutumu için kooperatiflere ödenek çıkartılmalı,
- Çevre etkinlikleri kıyı ve deniz dibi temizliği etkinlikleri yapılarak kıyıların temiz tutulması konusunda bilinç yaratılmalı,
- Kıyı kenar çizgisi kullanımına dikkat edilmeli, gereksiz dolgu alanları oluşturulmamalı,
- Yeşil alanlar en önemlisi çevre için olmakla beraber turizm için de çok önemli olduğu bilinmeli ve arttırılmalı,
- Körfez taraması ve liman yaklaşım kanalı projesi tamamlanmalı,
- Deniz kazalarının sonucunda oluşacak çevre kirliliğini önlemek amacıyla acil eylem planı yapılmalı, genişletilmeli,

3.6.5. Bürokrasi ile İlgili Olası Stratejiler

Turizmin gelişmesine zarar veren veya yavaşlatan en büyük unsurlardan biriside bürokratik zorluklardır. Kurumların birbiri ile olan iletişim eksikliği veya politik zorluklar turizmin yatırım alarak gelişmesine zarar vermektedir. Bu kapsamda İzmir ili çerçevesinde bürokrasi konusunda dokuz olası deniz turizmi stratejisi ortaya koyulmuştur;

- Deniz turizmi stratejisi, eylem planı ve master planı oluşturulmalı,
- Kurumlar arası iletişim arttırılmalı, tüm paydaşların birbirine bağlı olduğu fikri benimsetilmeli,
- Deniz turizmi stratejilerini oluşturmak üzere tüm paydaşların bir arada olduğu İzmir Deniz Turizmi Komisyonu kurulmalı, kurul üyeleri yerel olmalı, kararlar yerel alınabilmeli,
- Deniz turizmi stratejilerini belirleyecek komisyonu bir araya getirmek üzere bir lider belirlenmeli, dikta ve baskıcılık değil ortak akıl ve koordinasyon ön planda olmalı,
- Alınacak kararlarda sektörlerin birbirine etki alanları iyi hesaplanmalı ve optimum fayda sağlayacak projeler hayata geçirilmeli,
- Kararlar alınırken halk da sürece dahil edilmeli, görüşleri alınmalı, projelerden ve stratejilerden haberdar edilmeli,

- Mevzuattaki belirsizlikler ve eksiklikler giderilmeli,
- Turizm siyasetten ve politikadan ayrı tutulmalı,
- Yolsuzluğun önüne geçilecek önlemler alınmalı, yasaların herkese eşit olarak uygulanması sağlanmalı, imtiyaz gösterilememeli,



SONUÇLAR

Türkiye bulunduğu coğrafi konum, tarih ve kültürel miras açısından değerlendirildiğinde turizmden elde ettiği payı arttırmayı planlamaktadır. Bunu ülkesindeki deniz turizmi bölgelerine eşit miktarda bölerek planlaması şüphesiz ki kalkınmanın dengesi açısından önemli olacaktır. Bu bağlamda deniz turizminden ayrı düşünülmemeyecek İzmir ili için de deniz turizmi stratejilerinin belirlenmesi ve var olan sorunlara çözüm önerisi getirilmesi oldukça önemlidir.

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

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

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda “sağlık turizmi” özel başlık altında incelenerek, ulusal turizm ülküsü perspektifinde değerlendirildiği düşünülürse katma değeri yüksek ve talep potansiyeli yüksek “deniz turizmi” çeşitlerimiz için de aynı

çalışmanın yapılması önerilmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasında ülkemizin deniz turizminde hak ettiği payı alması için Deniz Turizmi Eylem Planları oluşturulduğu göz önünde bulundurularak daha yakın hedeflerin yer aldığı ulusal kalkınma planlarının da bu çerçevede hazırlanmasının katma değeri yüksek bu turizm çeşidi için önemli olacağı değerlendirilmektedir. Toplumun her alanında, ilgili kurum ve kuruluşların hedeflerinde, var olan projelerin hayata geçirilmesinde iş birliği içerisinde olunması önerilmektedir. 2023 hatta 2030'un hedeflendiği son konjonktürde kalkınma planlarında deniz turizmi hedeflerinin birtakım somut verilere aktarılması gerektiği değerlendirilmektedir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 (2007-2013) raporu incelendiğinde İzmir'in Sağlık ve Termal turizmde master plan hazırlanacak bölgeler arasında yer aldığı, Çeşme'nin ise kruvaziyer limanı fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecek bölgeler arasında yer aldığı görülmektedir. Onun haricinde yat limanı projeleri, balıkçı barınaklarının yat turizmine kazandırılması ile ilgili olan eylem planlarında diğer iller planlanmasına karşın yer almadığı görülmüştür. 2014 yılında hazırlanan Onuncu kalkınma planında da görüldüğü üzere Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Raporunda belirlenen sağlık turizmi kalkınma planında somut hedeflerle yer almayı başarmış, bu hedeflerdeki atılımlar da İzmir'e hissedilir biçimde sirayet etmiştir.

Aynı şekilde Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri doğrultusunda hali hazırda Çeşme Ulusoy Limanı'nın 150 metre olan iskelesinin 322 metre uzatılmasıyla Çeşme'de planlanan kruvaziyer limanı 2012 yılında hayata geçirilmiştir.

Sonuç olarak deniz turizmi konusunda somut hedefler koyulması, kalkınma planlarında yer alması hayata geçmesi bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir. Aksi takdirde geliştirilmesi, iyileştirilmesi gibi kavramlar yeterli olmamaktadır.

İzmir'de deniz turizm sektörünün hem ulusal hem uluslararası alanda rekabet gücünü artırmak için tespitler ve somut eylem önerileri sunmak ve İzmir Deniz Turizmi Stratejisinin oluşturulabilmesine temel teşkil etmek amacıyla raporlanan verilere dayanarak İzmir özelinde deniz turizmi açısından olası stratejiler ortaya koyulmuş ve stratejiler belirlenirken dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda öneriler sunulmuştur.

Çalışmadaki katılımcılara deniz turizmi açısından İzmir'in güçlü yönleri

sorulduğunda şehrin bir deniz kenti olması cevabı en sık ve ilk akla gelen yanıt olarak verilmiştir. İzmir'in deniz kenti / şehri olması markalaşma konusunda öne çıkarılması gereken bir unsurdur. İzmirli paydaşlar denizi güçlü yön olarak görmekle birlikte İzmir'inin denize küskün olduğunu, halkın denizle barıştırılması gerektiğini ifade etmektedirler. Bu da İzmir'in gücünü, yani denizini yeteri kadar kullanamadığını göstermektedir. Bu sebeple halkın denizle yaklaşmasını sağlayacak projeler yapılması gerektiği düşünülmektedir. Deniz ulaşımının artırılması, ilçelerle denizyolu bağlantısı kurulması, körfezde tekne turları yapılmasının sağlanması, İzmir'deki su sporları ve deniz turizmi çeşitliliğinin halka tanıtılması, deneyimlemeleri konusunda teşvik edilmesi, şehirde deniz festivalleri, fuarlar düzenlenmesinin sağlanması konusunda çalışmalar yapılmalıdır. İzmir'in kıyı şeridinde denize iniş noktaları yaratılması, halkı denizle buluşturabilmek için küçük iskeleler, tekne parklar yapılması gerekmektedir.

Mevcut durumda bulunmasa da, İzmir'in tarihinde dünya çapında hizmet veren tekne bakım onarım ve imalat sektörü olduğu bilinmektedir. İzmir'de denizcilik, deniz turizmi, yat kaptanlığı, marinacılık, tekne ve yat tasarımı programları olan üniversiteler, meslek yüksek okulları ve meslek liseleri bulunmaktadır. Bu sebeple bu sektörün İzmir'e geri kazandırılmasının potansiyeli değerlendirmek ve istihdam açısından da çok önemli olacağı düşünülmektedir. Tekne bakım, onarım ve imalat sektörünün gelişmesiyle birlikte halk da teknelere daha ucuz ve kolay ulaşabilecek, yüksek oranda istihdam ve ekonomiye önemli katkılar sağlanacaktır. Tekne imalatı sanayi bölgesi kurulması için Aliğa Çaltıldere'de, tekne bakım onarım tesisi içinse Güzelbahçe ve Foça'da projeler bulunmaktadır. Bu projelerin hayata geçirilmesi için çalışmalar yapılmalı, bürokratik sürecin kolaylaştırılması sağlanmalıdır.

Deniz turizmi çeşitlerinin uygun iklim ve coğrafik özelliklere sahip olmasına bağlı olarak tamamının yapılabilir olması İzmir'in en güçlü yanlarından biri olarak ifade edilmektedir. İzmir'deki deniz turizmi çeşitlerinin neler olduğu sorulduğunda ilk akla gelenler katılımcıların deneyimledikleri veya basına yansıyan aktiviteler olarak ifade edilmiştir. Tüm çeşitlilik hakkında ortak kararlar alınabilmesi için strateji belirleyecek uzman ve yetkililerin öncelikle sektörün tüm ürünlerini mümkünse deneyimlemesi, yerinde görmesinin faydalı olacağı belirlenmiştir.

Tarihi ve kültürel geçmişe sahip olması da İzmir'in güçlü yanlarından birisidir.

Katılımcıların da ifade ettiği gibi İzmir, 8.500 yıllık geçmişi ile en eski liman kentlerinden birisi olarak kendi kültürünü yaşatan, farklı noktalarda tarihi antik ve arkeolojik eserlere ev sahipliği yapan bir şehirdir. Bu antik zenginliklerin ortaya çıkartılması ve deniz turizmi ile birlikte pazarlanmasının bölgeye ilgiyi attracağı değerlendirilmektedir. Efes (Selçuk), Pergamon (Bergama), Agora (İzmir), Erythrai (Çeşme), Teos (Seferihisar), Kolophon (Menderes), Dios Hieron (Ödemiş), Lebedos (Seferihisar), Myounnessos (Seferihisar), Airai (Urla), Klazomenai (Urla), Metropolis (Torbalı), Pitane (Çandarlı), Larissa (Menemen), Phokaia (Foça) Antik Kentleri tanıtımda ön plana çıkartılmalı, geçmişe atıfta bulunacak heykeller ve hikayelerle cazibesi arttırılmalıdır. Ayrıca deniz turizminin ekoturizm, doğa turizmi, gastronomi turizmi, inanç turizmi, sağlık turizmi gibi öğelerle birleştirilerek paket turlar hazırlanması sağlanmalıdır. Deniz turizmi aktiviteleri de birbirleriyle eşleştirilerek birden fazla deniz turizmi çeşidinden oluşan paket programlar hazırlanması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olmasına karşın çalışmada İzmir'in zayıf yönü olarak diğer turizm bölgelerinin (Muğla, Antalya vb.) aldığı turizm teşviklerden yararlanmadığı belirtilmiştir. Literatür çalışmasında da görülmektedir ki ülke politikası olarak deniz turizmden faydalandırılmak üzere farklı bölgeler için projeler hazırlanmaktadır. Bu durumda İzmir yine deniz turizmi konusunda hak ettiği payı alamamakta, teşvik ve planlamalar dışında tutulmaktadır.

Avrupa pazarına ve Yunanistan'a olan yakınlıkla birlikte havaalanı ve ulaşım imkanları İzmir'in güçlü yanı olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte İzmir'e direkt uçuş seferlerinin azlığı (İstanbul, Muğla, Antalya ile karşılaştırıldığında) deniz turizmini etkileyen zayıf yan olarak sıklıkla belirtilmiştir. Bu sebeple İzmir'e uçuşların arttırılması konusunda çalışmalar yapılması, Yunanistan'a olan coğrafi yakınlığın daha iyi değerlendirilmesi ve bu konuda ortak pazarlama çalışmaları yapılarak, İzmir-Selanik hattının hayata geçirilmesi, Çeşme-Sakız hattının tanıtımının yapılması, kruvaziyer turizmi için ortak rota oluşturulması, iki ülke arasında yelken ve benzeri su sporları yarışları planlanması, ortak festivaller yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Tüm katılımcılar ortak olarak İzmir'in deniz turizmi stratejisinin, eylem planının, kıyı master planının olmadığını ifade etmiş, olması gerektiğini vurgulamıştır. Her kurumun kendi özelinde planlar ve projeler yaptığı tespit edilmiş, kurumlar arası

iletişimsizlik, yetki paylaşımı gibi sorunların olduğu dile getirilmiştir. İzmir’de deniz turizmi konusunda gerçekleştirilemeyen birbirinden farklı projelerin olduğu tespit edilmiştir. Yerel yönetimler ve merkezi yönetimler arasındaki koordinasyonsuzluk üretilen projelerin birbirleriyle çatışmasına ve etkin bir şekilde yürütülmesine engel olmaktadır. Örneğin İzmir Körfezi’nde birbirine çok yakın konumda planlanan birden fazla, yüksek kapasiteli marina projeleri bulunmakta fakat kurumların birbirine koydukları engeller yüzünden bu projeler hayata geçirilememektedir. Öncelikle tüm kurumların onayladığı, halkın görüşünün alındığı, çevre etki ve değerlendirilmesinin olumlu olacağı ön görülen küçük ölçekli projeler oluşturulmalıdır.

Deniz turizmi stratejilerinin oluşturulması maksadıyla bir komisyon kurulması gerekliliği tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Hali hazırda bir stratejinin yaratılamamasının ana sebeplerinden birisi olarak da “lider eksikliği” olduğu ifade edilmiştir. Katılımcıların da belirttiği üzere tüm paydaşları bir araya toplayan, yetki sahibi, İzmir’in deniz turizmi konusunda katkı koymaya istekli, sektörle kamuyu buluşturabilecek ve planlanacak stratejileri gerçekleştirmek üzere merkeze veya bir üst kuruma iletebilecek, sivil toplum örgütlerine, kalkınma ajanslarına, bakanlıkların il temsilciliklerine başkanlık edebilecek bir otoritenin yokluğu İzmir genelinde bir zayıflık olarak ifade edilmektedir. Bu konuda Valilik makamı tarafından bir birim veya komisyon kurularak, komisyon için kurumlardan temsilci veya uzman talep edilerek belirli döngüde toplantılar yapılması gerekliliği bulunmaktadır. Bu komisyonda mutlak suretle il ve ilçe belediyelerin de olması sağlanmalı, projelerin gerçekleştirilmesi konusunda ortak akılla hareket edilmesine özen gösterilmelidir. Komisyonun sürekliliği sağlanmalı, bünyesinde bulunacak akademisyenler tarafından sürekli raporlama ve ölçme değerlendirme çalışmaları yapılmalıdır. Bürokratik engellerin kaldırılması ve sürecin hızlandırılması konusunda valilik ve bakanlığın il müdürlükleri devreye girmeli, projelerin kamuoyu değerlendirmesi belediyeler tarafından yapılmalıdır. Sektörle olan iletişim ve görüşlerin alınması sorumluluğu meslek odaları tarafından karşılanacak şekilde görev paylaşımı yapılmalıdır. Bütçe için kalkınma ajansları hibeleri, AB projeleri, devlet teşvikleri alınması sağlanmalı ve yerel tüm paydaşlardan katkılar sağlanması talep edilmelidir. Tüm paydaşların içerisinde olduğu ve zorluk çıkarmak yerine İzmir genelinde deniz turizminin gelişmesi ve pazar payını büyütmesi için gerekli adımları atacak ve zincirleme işleyen

bir organa ihtiyaç olduğu açıktır.

Üzerinde en fazla durulan konulardan birisinin de liyakat olduğu ortaya çıkmıştır. Deniz turizmi sektöründeki personellerin, kamu yetkililerinin liyakat göz önünde bulundurularak atanması gerekliliği belirtilmiştir. Ayrıca kaçak turizm işletmelerinin ve çarpık kentleşmenin ana nedeni olarak görülen yolsuzluk, usulsüzlük, nepotizm (adam kayırma) konularında gerekli özenin gösterilmesi ve denetimlerin arttırılması gerektiği vurgulanmış, kıyıların kullanım alanlarının bu esasa uygun planlanmasının önemli olduğu dile getirilmiştir.

Deniz turizminin temelini şüphesiz doğa ve çevre koşulları oluşturmaktadır. Sürdürülebilir turizm için doğayı korumak, imar planlarını korumacı şekilde hazırlamak, toplumsal duyarlılık, kirliliğin yaratılmaması, var olan kirliliğin azaltılması gerekmektedir. Bu algının yaratılması için Deniz Temiz Derneği TURMEPA gibi sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte hareket edilmeli, kıyı temizliği etkinlikleri düzenlenmeli, sürdürülebilir bir turizm için çocuklara, gençlere ve yerel halka çevre bilinci kazandırılması gerekmektedir. Ayrıca bakir koylar deniz koruma alanları / deniz parkları / Sit alanı olarak ilan edilmesi, demirlemek, tonoz atmak, kazık çakmak gibi çevreye zararlı hareketlerin yasaklanması ve bu konuda ciddi yaptırımların getirilmesi ve denetlenmesi ihtiyacı tespit edilmiştir.

Deniz turizmi açısından İzmir ilinin diğer bir fırsatı ise görüşmelerde de olduğu gibi bölgedeki deniz turizmi paydaşları, strateji geliştirme ve turizmin gelişmesi için kendi üstlerine düşen payı yapma konusunda istekli olduklarını ifade etmektedirler. Bu farkındalık düzeyi turizm stratejilerinin oluşturulması ve uygulanabilirliğini kolaylaştırmak için oldukça önemli bir unsurdur.

Ayrıca bölgede bulunan diğer turizm çeşitlerinin varlığının ve gelişmişlik düzeyinin iyi olması sebebiyle farklılık arayan ziyaretçilerin deniz turizmine yönlendirilmesi sonucunda deniz turizminin gelişimine ve farkındalığına neden olabilecek diğer bir unsur olarak gösterilmektedir. Bu sayede farklı amaçlarla gelen ziyaretçiler için alternatif bir faaliyet olarak sunulabilir olması en önemli fırsatlardan birisidir.

Terörün ve göçmen trafiğinin ülke tanıtımını olumsuz etkilemesi, merkezîyetçiliğin giderek artması, başka ülkelerle olan politik ilişkiler, turizmci olmayan ve anlık yüksek kar peşinde olan işletme profilinin her geçen gün artması ve

bölgede turizm sezonunun kısa olması İzmir ili deniz turizmi için tehdit oluşturan unsurlar olarak ifade edilmektedir.

Diğer turizm türleri ile entegre hale getirilerek yaz kış ziyaretçi çekimi sağlanmalıdır. Sezon dönemi dışında bölgesel vergilerde teşvikler sağlanarak konaklama ve turizm cazibesinin artırılması ile sezon süresinin uzatılması gerekmektedir. İklim olarak bakıldığında deniz ve su sporları yapılabilirliği açısından uzun bir döneme sahip olsa da ziyaretçi sezonu olarak dönemin kısalığının en büyük etkenlerinden birinin yeterli tanıtımın yapılmaması olduğunu ortaya çıkmaktadır.

Kâr amacı güden ve turizmciler tarafından yönetilmeyen ve ziyaretçilerin memnun olmadan ayrıldığı her faaliyet kötü bir tanıtım olmakta aksi durumlarda ise en iyi tanıtım faaliyeti olarak görülmektedir. Bu sebeple ziyaretçi memnuniyetinin en önemli etken olduğu stratejiler geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Katılımcıların da çoğunlukla belirttikleri gibi deniz turizmi faaliyetlerinin ve imkanlarının en fazla olduğu bölgelerden başlamak üzere, ilçelerin dinamiklerine uygun olarak, sektörlerin etkileşimleri hesaplanarak planlamalar yapılması gerekliliği bulunmaktadır.

Sonuç olarak; deniz turizmi mevzuatının geliştirilmesi, sektörünün büyümesi, tanımlanması ve stratejilerin doğru oluşturulabilmesi için bilimsel çalışmaların artırılması sağlanmalı, deniz turizmi konusunda sempozyumların, çalıştayların, kongrelerin ve seminerlerin yapılması hususunda gerekli imkanlar yaratılmalıdır.

Doğal, kültürel güzelliklerle birlikte deniz turizmi açısından avantajlı coğrafik özelliklerle İzmir birçok destinasyondan farklıdır. Her ne kadar bölgesel veya ülkesel bazda siyasi, askeri, ekonomik sorunlar hasıl olsa da var olan coğrafya ve tarih değişmeyecektir. Turizmin her zaman gelişime açık olduğu ve makro çevre etkenlerinin değişken olduğu unutulmamalıdır. Değişen konjonktürlere bağlı olmaksızın her durum için öngörülerle birlikte yatırımlar planlanmalı ve küreselleşen dünyanın eğilimleri takip edilmelidir.

Gelecek araştırmalar kapsamında; belirlenmiş olan 63 adet olası stratejinin bir anket formuna dönüştürülerek stratejiyi oluşturacak paydaşlara sorulması planlanmaktadır. Yürütülen bu çalışma sonunda, İzmir deniz turizmi stratejilerinin oluşturulması kapsamında; bölgede yapılması gerekenler belirli stratejik öncelikler altında ifade edilecektir. Böylece söz konusu stratejik önceliklere yönelik hedefler

belirlenecek ve bu hedeflere ulaşmak için yapılması gereken eylemler tartışılacaktır.

Bu tezin ikinci bölümünde yer alan literatür çalışması 26 - 27 Şubat 2016 tarihlerinde İzmir'de yapılan 3. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu'nda «Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye'nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi» başlığıyla sunulmuş, bildirimiz DEÜ DF Dergisi "III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu" Özel Sayısında makale olarak yayınlanmıştır. Daha sonrasında üçüncü bölümde yer alan görüşmeler neticesinde hazırlanan çalışma 10-12 Mayıs 2018 tarihlerinde Trabzon'da yapılan 26. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nde «Türkiye'de Deniz Turizmi Stratejileri: İzmir İçin Bir Analiz» başlığıyla sunulmuş ve bildiri olarak yayınlanmıştır.



KAYNAKLAR

ADB (Asian Development Bank). (2017). *Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle Tourism Strategic Framework 2017-2036 and Action Plan 2017-2021*, Thailand.

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

Anderson, P., F. (1982). "Marketing, Strategic Planning and the Theory of the Firm", *Journal of Marketing*, 46(2):15-26.

Atlay Işık, D. ve Cerit, G. (2008a). Yat Turizminde Yeşil Pazarlama Stratejileri: Keşifsel Bir Araştırma. *13. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı* Ed. Serap Çabuk Çukurova Üniversitesi, Adana, 403-416.

Atlay Işık, D.A., Paker, S. ve Şengönül, G. (2013) *Deniz Turizmi, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi*. Beta Yayıncılık, İstanbul, 419-446.

Atlay, Işık, D. ve Cerit, G. (2008b). Yacht Tourism Education: A Study On Curriculums *International Maritime Lecturers Association 16th Conference on MET*. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 585-592.

Atlay, Işık, D. ve Cerit, G. (2015) Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kültürünün Oluşturulmasında İçsel Pazarlamanın Rolü: Kruvaziyer Turizmden Bir Örnek Olay *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2):61-77.

Balanced Scorecard Institute İnternet Sitesi, Strategy Management Group, "*Strategic Planning Basics*", <https://www.balancedscorecard.org/BSC-Basics/Strategic-Planning-Basics>, (06.12.2018).

Berry, F. S. (1994) "Innovation in Public Management: The Adoption of Strategic Planning", *Public Administration Review*, 54(4):322-330.

Blue Cruise İnternet Sitesi, "The Blue Cruise", <https://www.bluecruise.co.uk/> (12.01.2019).

Boz, M. ve Sezginer, T. (2017) Turizm Talebinde Yeni Eğilimler: Balıkçılık Turizmi 3. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, 26-27 Şubat 2017.

Buhalis, D. (2000) "Marketing the Competitive Destination of the Future", *Tourism Management*, 21(1): 97-116.

Butler, R. (2006). "The Tourism Area Life Cycle", England: Channel View Publications.

Chen, J. M., Chrysanthi B., Nijkamp P., Panoraia P. ve Dimitrios L., (2016) "The Sustainability of Yachting Tourism: A Case Study on Greece", *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*. 2(2):42-49.

Çoban, B. ve Karakaya Y.E. (2010). "Geleceği Planlamada Stratejik Yönetim ve Swot Analizi: Kavramsal Yaklaşımlar". *Social Sciences*, 5(4):342-352.

Çokişler, N. ve Türker A. (2015) "Doğu Karadeniz Bölgesinin Yerli Turist Profili ve Pazar Bölümlendirmede Kullanımı". *Karadeniz Araştırmaları* 44: 33-57.

ÇŞB (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı). (2012). "İzmir İli Bütünleşik Kıyı Alanları Yönetim ve Planlama Projesi Kıyı Alanları Mekansal Strateji Planı", Ankara.

Davis, D. ve Tisdell C. (1995) Recreational scuba-diving and carrying capacity in marine protected areas. *Ocean & Coastal Management*, 26(1): 19-40.

Deniz Ticaret Odası İnternet Sitesi, “Deniz Turizmi Çalışma Grubu Raporu” <http://www.denizticaretodasi.org.tr/sayfalar/DTCalismaGrubu.aspx>, (21.01.2019).

Deniz Turizmi Birliği İnternet Sitesi, www.denizurizmbirligi.org.tr, (11.02.2019).

Deniz, M. (2017) Kruvaziyer Turizminin Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*. 3(1):1-13.

Derkacheva, L. N., Kosolapov A. B., Galenko E. V., Makartseva E. V. (2016) Marine Tourism in the South East of Russia: The State and Development Tendencies, *International Review of Management and Marketing*, 6(4):1-4.

Diakomihalis, M.N. (2007) “Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures And Prospects”, *Research in Transportation Economics*, 21: 419–455.

Dowling, R. K. (2006) “*Cruise Ship Tourism*”, King's Lynn: Biddles Ltd.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

EC (European Commission), (2014) *A European Strategy for more Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism (COM2014-86 Final Report)*, Brussels.

ECORYS, (2013). *Study in Support of Policy Measures for Maritime and Coastal Tourism at EU Level Final Report*, Rotterdam.

Eichhorn, V. and Buhalis, D. (2011) "Accessibility – A Key Objective for the Tourism Industry", *Accessible Tourism: Concepts and Issues* (ss. 46-61). Editors Buhalis, D. & Darcy, S, Bristol: Channel View Publications.

Formisano, Roger. (2003). *Manager's Guide to Strategy*, Blacklick, OH, USA: McGraw-Hill Trade.

Güven, Sami. (2006) *"Toplumbilimde Araştırma Yöntemleri"*, Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.

Hacıoğlu, N. ve Girgin K. (2008) "Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yeşil Pazarlamanın Yeri ve Önemi" *13. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*. (ss. 417-427). Editor Serap Çabuk, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Hall, C. M. ve Saarinen J. (2010). Polar Tourism: Definitions and Dimensions, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(4):448-467.

IMEAK DTO (Deniz Ticaret Odası). (2018). *2017 Deniz Sektörü Raporu*, İstanbul.

IMEAK DTO, (2015) “Deniz Turizminin Dünü, Bugünü ve Sürdürülebilirliği”, *IMEAK DTO Dergisi*, Nisan Sayısı.

Islam, S. (2015). “Study on Factors Influencing Tourism: Way Forward for Sustainable Tourism in Bangladesh Article”. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 6:1-14.

Ismagilova, G., Lenar S. ve Gafurov, I. (2015). “Using historical heritage as a factor in tourism development”, *Social and Behavioral Sciences*, 188: 157-162.

Jennings, G. (2006). *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*, Burlington: Taylor&Francis Publishing.

Johnston, B. R. (1990). Save our beach dem and our land too! The problems of tourism in “America’s Paradise. *Cultural Survival Quarterly*. 14(1):7–8.

Kan, N. ve Kuleyin, B. (2017). Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye’nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi, *Denizcilik Fakültesi Dergisi*, UDTS 2016 Özel Sayı: 51-64.

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

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

Kıncal, R.Y. (2013). “*Bilimsel Araştırma Yöntemleri*”. Ankara: Nobel Yayıncılık.

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (2007). “*Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*”, Ankara.

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı). (2013). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*, Ankara.

Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.

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

Lung Wu, C. (2013) "Island Marine Tourism Development Critical Success Factors- Case by Wangan in Taiwan", *The Journal of Global Business Management*, 9(3):126-135.

Maarleveld, T, Guerin, U. ve Barbara, E. (2013). "*Manual for Activities directed at Underwater Cultural Heritage. Guidelines to the Annex of the UNESCO 2001 Convention*", UNESCO.

McKinnon, J.F. (2015) "Memorialization, Graffiti and Artifact Movement: A Case Study of Cultural Impacts on WWII Underwater Cultural Heritage in the Commonwealth of the Northern Mariana Islands" *Journal of Maritime Archaeology*, 10(1): 11–27.

Muslu, A. (2015) "*Türkiye’de Deniz Turizminde Ürün Farklılaştırması ve Kalite Yönetimi*", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, İstanbul.

Orams, M. (2002) *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*, London: Routledge.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (1976). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Deniz Ulaştırması ve Limanlar Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (1977). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (2001a). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Ulaştırma: Denizyolu Ulaştırması Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (2001b). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (2007a). *Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Ulaştırma: Denizyolu Ulaştırması Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (2007b). *Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

ÖİK (Özel İhtisas Komisyonu). (2014). *Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporları*, Ankara.

Özer, Didem. (2010) “*Türkiye’de Deniz Ulaştırma Politikaları Olusturma Süreci Ve Stratejik Analizler*”, (Yayımlanmış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özkan, Ç. ve Karadeniz Y. (2018). Türkiye’de Deniz Turizminin Sürdürülebilirliği Ve Lisansüstü Eğitimindeki Yeri. *4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu*, İzmir, 23-24 Şubat.

Papageorgiou, M. (2016) “Coastal and marine tourism: A challenging factor in Marine Spatial Planning”, *Ocean & Coastal Management*, 129: 44-48.

Pattullo, P. (1996). *Last Resorts: The Cost of Tourism in the Caribbean*. London: Brill Ltd.

Poister, T. ve Gregory S. (2005). "Elements of Strategic Planning and Management in Municipal Government: Status after Two Decades", *Public Administration Review*, 65 (1): 45-56.

Poudel, S. (2013). "*The Influence Of The Accommodation Sector On Tourism Development And Its Sustainability*", Kokkola: Centria University Of Applied Sciences Publications.

Rahman, S. (2015). "*Coastal Tourism Development Case Study Cox's Bazar, Bangladesh*", (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Centria University Of Applied Sciences Programme In Tourism.

Republic of South Africa, Department of Tourism, (2017). "*Final Report: The Governance and Coordination in Marine and Coastal Tourism: Challenges And Opportunities*", Kwazulu.

RG (Resmi Gazete), (2009), 2009/15212 Deniz Turizmi Yönetmeliği 24 Temmuz 2009. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090724-6.htm>, (07.01.2015)

Roatanreporter İnternet Sitesi, Stratton, Jeff, "*Undersea Roatan Featured in Time, National Geographic This Month*", 21.04.2011, <https://roatanreporter.wordpress.com/tag/ian-drysdale/> (04.01.2019).

Sariisik, M., Turkay O. Ve Akova O. (2011). "How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies" *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24: 1014–1025.

Seanger, P. (1990). "Environmental impacts of coastal tourism: an overview and guide to relevant literature", *School of Environment, Science and Engineering Papers*, :1-17.

Serper, Ö ve Gürsakal N. (1989). “*Araştırma Yöntemleri*”, İstanbul: Filiz Kitapevi.

Seyidoğlu, H. (1992). “*Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*”, İstanbul: Güzem Yayınları.

Singh, R.K., Suresh K. G. ve Deshmukh S.G., (2008) "Strategy Development by SMEs For Competitiveness: A Review", *Benchmarking: An International Journal*, 15 (5): 525-547.

STA (Scottish Tourism Alliance), (2015). “*A Strategic Framework for Scotland’s Marine Tourism Sector Awakening the Giant*. Stirling.

T.C. İçişleri Bakanlığı İnternet Sitesi, <https://www.icisleri.gov.tr/> (11.02.2019).

T.C. İçişleri Bakanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı İnternet Sitesi, www.sg.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı İnternet Sitesi, www.ubak.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İnternet Sitesi, www.ktb.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı İnternet Sitesi, www.gsb.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı İnternet Sitesi, www.csb.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı İnternet Sitesi, www.tarimveorman.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Ticaret Bakanlığı İnternet Sitesi, www.ticaret.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Sağlık Bakanlığı İnternet Sitesi, www.saglik.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı İnternet Sitesi, www.sanayi.gov.tr, (11.02.2019).

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı İnternet Sitesi, www.hmb.gov.tr, (11.02.2019).

TDK (Türk Dil Kurumu) İnternet Sitesi, www.tdk.gov.tr (26.02.2019)

Tegar D. ve Gurning, S. (2018). “Development of Marine and Coastal Tourism Based on Blue Economy”, *International Journal of Marine Engineering Innovation and Research*, 2(2): 128-132.

TSSF (Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu) İnternet Sitesi, “*Donanımlı Dalış*”, <https://tssf.gov.tr/donanimli-dalis/> (04.01.2019).

TURMEPA İnternet Sitesi, www.turmepa.org.tr, (11.02.2019).

TÜRÇEV İnternet Sitesi, www.turcev.org.tr, (11.02.2019).

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı İnternet Sitesi, *Özel İhtisas Komisyonu Raporları*. <http://www.sbb.gov.tr/ozel-ih-tisas-komisyonu-raporlari/#1540024439304-a1816e9a-4191>, (04.02.2018).

UB (Ulaştırma Bakanlığı), (1987). “*Sekizinci Ulaştırma Şurası*”, Ankara.

UB (Ulaştırma Bakanlığı), (1998). “*Dokuzuncu Ulaştırma Şurası*”, Ankara.


UB (Ulaştırma Bakanlığı), (2009). “*Onuncu Ulaştırma Şurası*”, Ankara.

UDHB (Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı), (2013). “*On Birinci Ulaştırma Şurası*” Ankara.

YATEF İnternet Sitesi, www.yatef.org.tr, (11.02.2019).

World Register of Introduced Marine Species (WRiMS) İnternet Sitesi, “Impact of tourism in coastal areas: Need of sustainable tourism strategy”
http://www.marinespecies.org/introduced/wiki/Impact_of_tourism_in_coastal_areas:_Need_of_sustainable_tourism_strategy, (07.09.2018)



 <p>DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İZMİR-1982</p>	<p>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</p>	<p>İZMİR DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNİN ANALİZİNE YÖNELİK YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU</p>	<p>Form No : 1 Yayın Tarihi : 15.12.2017 Revizyon Tar/No: 18.12.2017/2 Sayfa No : 1/3</p>
--	---	--	---

Sayın,

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı'nda **Yrd. Doç. Dr. Kpt. Barış KULEYİN**'in danışmanlığında "**Türkiye'de Deniz Turizmi Stratejileri: İzmir için Bir Analiz**" başlıklı bir yüksek lisans tezi hazırlıyorum ve sizin bu konu hakkındaki görüşlerinizi almak istiyorum. Bu çalışmanın amacı Türkiye'deki mevcut deniz turizmi stratejileri çerçevesinde İzmir ili özelinde ayrıntılı bir değerlendirme yapılmasını sağlamaktır. Bu kapsamda öncelikle İzmir ili deniz turizmi paydaşları (hizmetler, finansman kurumları, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, merkezi yönetimler, medya, sertifikasyon kurumları, bilgi üreten kurumlar) belirlenmiştir. Belirlenen İzmir ili deniz turizmi paydaşlarını temsil eden uzmanlarla yarı yapılandırılmış derinlemesine yüz yüze görüşmeler yapılacak ve toplanan veriler kodlanarak raporlanacaktır. İzmir'de deniz turizm sektörünün hem ulusal hem uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması için öneriler sunulması amacıyla araştırma sonucunda belirlenen stratejiler tartışmaya açılacaktır.

Alanınızdaki uzmanlığınız ve tecrübeniz ışığında bu konu hakkında vereceğiniz fikirler ve işleyişe ilişkin bilgilerin tezime önemli bir katkı sağlayacağını düşünmekteyim. Bu araştırmadan çıkacak sonuçların gelecek araştırmalara ve bu alandaki gelişmelere katkısı olacağını ümit ediyorum. Bu nedenle sizin İzmir ili deniz turizmi stratejilerine yönelik düşüncelerinizi ve izlenimlerinizi öğrenmek istiyorum. Özellikle belirtmek isterim ki ifade ettiklerinizin tümü tarafımdan gizli tutulacaktır. Bu bilgiyi sadece tez kapsamında ve bilimsel teamüllere uygun olarak paylaşacağım. Ayrıca araştırma sonuçlarını yazarken, isminizi izniniz olmadığı sürece tezime yansıtmayacağım. Eğer tereddüt ederseniz görüşlerinizin olduğu tez bölümlerini tarafınıza iletip onayınızı alabilirim.

İlginiz için şimdiden teşekkür ederim. Saygılarımla,

Nur KAN
Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, İzmir
0 506 8051565
nurozdelibaskan@yandex.com

	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	İZMİR DENİZ TURİZMİ STRATEJİLERİNİN ANALİZİNE YÖNELİK YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU	Form No : 1
			Yayın Tarihi : 15.12.2017
			Revizyon Tar/No: 18.12.2017/2
			Sayfa No : 2/3

- Deniz turizmi sektörü açısından İzmir ilinin güçlü yönleri nelerdir? Bu üstünlükler nasıl kullanılabilir?**
 - İzmir ili çerçevesinde deniz turizmi çeşitleri neleri kapsıyor?
 - İzmir'in mevcut deniz turizmi stratejileri hakkında ne düşünüyorsunuz?
 - İzmir'in mevcut deniz turizmi stratejilerinin oluşumunda rol oynayan kurum/paydaşlar kimlerdir?
 - Söz konusu paydaşların etkisini ne düzeyde görüyorsunuz?
- Deniz turizmi sektörü açısından İzmir ilinin zayıf yönleri nelerdir? Bu zayıflıklar nasıl sona erdirilebilir?**
 - İzmir'in deniz turizmindeki temel sorunları nelerdir?
 - İzmir ili deniz turizmi sorunları için çözüm önerileriniz nelerdir?
- İzmir ili çerçevesinde deniz turizmi konusundaki fırsatlar nelerdir? Bu fırsatlardan tam olarak nasıl faydalanılabilir?**
 - İzmir'in deniz turizmi stratejileri nasıl geliştirilebilir?
 - İzmir'in deniz turizmi stratejileri belirlenirken önem verilmesi gereken ilk üç unsuru sıralayabilir misiniz?
- İzmir ili çerçevesinde deniz turizmi konusundaki tehditler nelerdir? Bu tehditlerden zarar görmek nasıl önlenabilir?**
 - İzmir'de deniz turizmi ile ilgili belirlenen bir stratejinin başarılı olabilmesi için dikkat edilmesi (kaçınılması) gereken hususlar nelerdir?
 - İzmir'in deniz turizmi stratejileri belirlenirken kaçınılması gereken ilk üç unsuru sıralayabilir misiniz?
- İzmir İli Bütünleşik Kıyı Alanları Yönetim ve Planlama Projesi kapsamında hazırlanan "Kıyı Alanları Mekânsal Strateji Planı" çerçevesinde İzmir kıyıları 11 alt başlıkta bölgelere ayrılmıştır. Sizce aşağıda ifade edilen bölgelerin deniz turizmi stratejileri açısından öncelik sıralaması nedir?**
(1-En fazla öncelikli ↔ 11-En az öncelikli)

İZMİR KIYI ALANLARI				ÖNCELİK SIRASI
Kod	Bölge Adı	İlçeler	Kıyı uzunluğu	
01.	Dikili	Dikili	77,1 km	
02.	Aliağa	Aliağa, Bergama	75,9 km	
03.	Foça	Foça	73,2 km	
04.	Gediz Deltası	Menemen, Çiğli	56,5 km	
05.	Merkez Kent	Konak, Bayraklı, Karşıyaka, Balçova	39,2 km	
06.	Urla Aksı	Narlidere, Güzelbahçe, Urla kuzey kıyıları	91,6 km	
07.	Karaburun	Karaburun, Mordoğan, Urla Batı kıyıları	125,5 km	
08.	Çeşme	Çeşme	165,3 km	
09.	Urla Güney	Urla güney kıyıları	61,8 km	
10.	Seferihisar	Seferihisar	54,5 km	
11.	Menderes-Selçuk	Menderes, Selçuk	46,5 km	



**SOSYAL
BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ**

**İZMİR DENİZ TURİZMİ
STRATEJİLERİNİN
ANALİZİNE YÖNELİK
YARI YAPILANDIRILMIŞ
GÖRÜŞME FORMU**

Form No : 1
Yayın Tarihi : 15.12.2017
Revizyon Tar/No: 18.12.2017/2
Sayfa No : 3/3

Şekil. Bölgeler ve Alt Bölgeler



134

Katınız için çok teşekkür ederim.