

T. C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

**MARİNA İŞLETMELERİNDE HİZMET YÖNETİMİ:
YATÇILARIN HİZMET KALİTESİ ALGILAMALARI İLE
MARİNADAN TATMİNLERİ, TEKRAR TERCİH VE
TAVSİYE ETME EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
ANALİTİK İNCELEMESİ**

Ferika Özer SARI

Danışman
Yard.Doç.Dr. Burcu Selin YILMAZ

2011

Yemin Metni

Doktora Tezi olarak sunduğum “Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçılarının Hizmet Kalitesi Algılamaları İle Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analitik İncelemesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

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

Ferika Özer SARI

İmza

ÖZET

Doktora Tezi

Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçıların Hizmet Kalitesi Algılamaları İle Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin

Analitik İncelemesi

Ferika Özer Sarı

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Hizmet sektörü içerisinde çok önemli bir paya sahip olan turizm, kendi içinde çeşitli dallara ayrılmaktadır. Bunlar arasında deniz turizmi, Dünya’da ve Türkiye’de en yaygın tür olup, ekonomik açıdan ülke kaynaklarına yaptığı katkı ile Türkiye’nin geleceğinde çok önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda, yatçılık ve beraberinde marina işletmeciliği yakın ilgi gerektiren konulardandır. Her turizm işletmesi gibi marina işletmeleri de, artan ürün ve hizmet çeşitliliği ortamında çalışmak ve rekabet etmek durumundadır. Yatçılara hizmet veren marinalarda, müşterilerin hizmet kalitesi algısının ve bu algının daha sonraki davranışlarına nasıl yansıdığına bilimsel yöntemlerle araştırılıp anlaşılması, marina işletmelerinin doğru yönelimler yapabilmesi ve gelecekteki pozisyonları açısından önem taşımaktadır. Bu düşünceden yola çıkılarak, marina işletmelerinde hizmet kalitesinin boyutlarını tespit etmek ve beraberinde algılanan hizmet kalitesinin, yatçıların teknelerini bağladıkları marinadan tatminlerine, aynı marinayı tekrar tercih etme ve başkalarına tavsiye etme eğilimlerine etkilerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda kapsamlı bir literatür taraması yapılmış, marina işletmeleri yakından incelenmiştir. Elde edilen bilgiler ışığında hipotezler öne sürülmüş, uzun ve dikkatli bir çalışma sonunda Türkçe, İngilizce, Fransızca, ve Almanca dillerinde hazırlanan soru formları, Türkiye’de bulunan “5 Altın Çıpa Ödüllü (The Yacht Harbor Association, 5 Gold Anchor Awards)” on adet marinadan araştırmayı kabul edenlerde uygulanmıştır. Saha araştırmasıyla toplanan verilerin analizleri sonucunda, oldukça dikkat çekici bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma bulgularının işaret ettiği konularda marina yöneticilerine ve araştırmacılara öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marina, Marina İşletmeciliği, Hizmet Yönetimi, Hizmet Kalitesi.

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Marina Operations and Services Management: An Analytic Research on the Relationship Between Service Quality Perceptions of Yachters and Their Satisfaction From Marina Services, Repurchase and Recommend Intentions

Ferika Özer Sarı

Dokuz Eylül University

Graduate School of Social Sciences

Department of Tourism Management

Tourism Management Program

Tourism is a major subsector of services and it's got diversified branches. Among those branches, marine tourism which is the most common one, reserves an important place in Turkey's future by making contributions to national economy. In this regard, yachting and marina management are two significant subject areas that need closer interest. Like other tourism enterprises, marinas should cope with an increasing variety of services and competition environment. It's not very easy for marina managements to understand yachters' perceptions of marina services quality and effects of those perceptions on their follow-up behaviours. For marina managements to make right orientations and future positioning, it is quite essential to research yachters' perceptions and to understand their effects. Thus, it's aimed to identify the service quality dimensions in marinas and to reveal the effects of yachters' quality perceptions on their satisfaction from marina services, repurchase and recommend intentions.

In accordance with the aims of this research, an extensive review of the literature has been made and marinas have been examined closely. In the light of obtained datas, some hypothesis were developed and put forward. Questionnaires that are prepared in four languages (Turkish, English, French, German) as a result of long and thorough studies, were conducted in Turkey's "TYHA- 5 Gold Anchor" awarded marinas. At the end of collected data analysis, remarkable findings has been reached and in the direction of these findings some proposals have been put up for the marina managers and researchers.

Key Words: Marinas, Marina Management, Services Management, Service Quality.

**MARİNA İŞLETMELERİNDE HİZMET YÖNETİMİ: YATÇILARIN HİZMET
KALİTESİ ALGILAMALARI İLE MARİNADAN TATMİNLERİ, TEKRAR TERCİH
VE TAVSİYE ETME EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİTİK
İNCELEMESİ**

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	x
TABLO LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
EKLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1

**BİRİNCİ BÖLÜM
GENEL OLARAK MARİNA İŞLETMELERİ**

1.1. MARİNA İŞLETMELERİ	4
1.1.1. Marinanın Tanımı ve Özellikleri	5
1.1.2. Marinalarda Yapısal Unsurlar	7
1.1.2.1. Coğrafya-Mühendislik İlişkisi ve Temel Yapılar	8
1.1.2.2. Mühendislik-Marina Tipi İlişkisi ve Marina Şekli	9
1.1.2.3. Marina Tipi-İskele Düzeni İlişkisi ve Tekne Yerleşimi	10
1.1.2.4. "İskele Düzeni-Mimari" İlişkisi ve Sunulan Hizmetler	13
1.1.2.5. Rafly Tekne Depoları	15
1.1.3. Sosyo-Ekonomik Açıdan Marinalar	17
1.1.3.1. Hizmet Satın Alanlar Açısından Yararlar	17
1.1.3.2. İşletme Sahibi ve Çalışanları Açısından Yararlar	21
1.1.3.3. Kuruldukları Yer Açısından Yararlar	22
1.1.4. Temiz Marina Kavramı	25

1.2. MARİNA İŞLETMELERİNİN SINIFLANDIRILMASI	28
1.2.1. Konumlarına Göre Sınıflandırma	32
1.2.1.1. Tatlı Su (İç Su) Marinaları	32
1.2.1.2. Deniz Kıyısı Marinaları	34
1.2.2. Yönetim Durumuna Göre Sınıflandırma	35
1.2.2.1. Yerel İdare Marinaları	35
1.2.2.2. Özel Marina İşletmeleri	36
1.2.3. Kara-Su İlişkisine Göre Sınıflandırma	39
1.2.3.1. Açık Deniz Tipi Marinalar	40
1.2.3.2. Yarım Girintili Marinalar	41
1.2.3.3. Gömme Tip Marinalar	41
1.2.3.4. Karayla Çevrili Marinalar	42
1.2.4. Hizmet Amaçlarına Göre Sınıflandırma	43
1.2.4.1. Çekkek Yerleri	44
1.2.4.2. Geleneksel Marinalar	44
1.2.4.3. Tatil Destinasyonu Marinalar	44
1.3. MARİNA İŞLETMELERİNİN DERECELENDİRİLMESİ	45
1.3.1. İngiltere’de Marina Derecelendirme	45
1.3.2. Almanya’da Marina Derecelendirme	46
1.3.3. Avustralya’da Marina Derecelendirme	47
1.3.4. Türkiye’ Marina Derecelendirme	48
1.4. MARİNA İŞLETMELERİNİN YÖNETİM YAPISI	50
1.4.1. Marina İşletmelerinde Organizasyon	50
1.4.2. Marina Yöneticileri ve Çalışanları	53
1.4.3. Marina Yönetim Ofisi	54
1.5. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE MARİNALAR	55
1.5.1. Çeşitli Dünya ve Akdeniz Ülkelerinde Marinalar	55
1.5.2. Türkiye’de Marinalar	56

İKİNCİ BÖLÜM
KAVRAMSAL OLARAK HİZMET KALİTESİ, HİZMET DENEYİMİ SONRASI VE
MARİNALARDA HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI

2.1. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI	60
2.1.1. Hizmetlerin Tanımı ve Özellikleri	60
2.1.1.1. Hizmetin Tanımlanması	60
2.1.1.2. Hizmetin Özellikleri	61
2.1.1.3. Hizmette Kalitenin Önemi	64
2.1.2. Kalite Teorileri	65
2.1.3. Hizmet Kalitesine Dair Tanımlamalar	67
2.2. HİZMET DENEYİMİ SONRASI	69
2.2.1. Müşteri Tatmini	69
2.2.2. Hizmeti Tekrar Tercih Etme ve Hizmeti Tavsiye Etme Eğilimi	71
2.3. MARİNA İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ VE BOYUTLARI	72
2.3.1. Somut Özellikler	74
2.3.2. Güvenilirlik	75
2.3.3. Heveslilik	75
2.3.4. İnanılabilirlik	76
2.3.5. Müşteriyi anlamak	77
2.3.6. Yeterlilik	77
2.3.7. Nezaket	78
2.3.8. Emniyet	79
2.3.9. Erişilirlik	80
2.3.10. İletişim	80

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TÜRKİYE'DEKİ "5 ALTIN ÇİPA ÖDÜLLÜ" MARİNALARDA BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	82
3.1.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri	82
3.1.2. Araştırma Örnekleme ve Veri Toplama Süreci	84

3.2. ANKETİN GELİŞTİRİLMESİ	85
3.2.1. Ölçek Tasarımı	85
3.2.2. Anketin Oluşturulması	88
3.3. ANALİZ VE BULGULAR	89
3.3.1. Demografik Veriler	89
3.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizleri	92
3.3.3. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Testleri	96
3.3.4. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizleri	105
3.3.5. Hipotez Testleri	108
3.3.6. Araştırmanın Kısıtları	112
SONUÇ VE ÖNERİLER	113
KAYNAKLAR	118
EKLER	129

KISALTMALAR

a.g.e.	Adı Geçen Eser
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
bkz.	Bakınız
DLHİ	Demiryollar Limanlar ve Havalimanları İnşaatı Genel Müdürlüğü
ICOMIA	Uluslararası Deniz Endüstrisi Birlikleri Konseyi (International Council of Marine Industry Associations)
IMCI	Denizle İlgili Uluslararası Belgelendirme Kurumu (International Marine Certification Institute)
IMI	Uluslararası Marina Enstitüsü (International Marina Institute)
PZB	Parasuraman, Zeithaml ve Berry
s.	Sayfa No
TYHA	The Yacht Harbour Association
vd.	Ve Diğerleri
vb.	Ve Benzerleri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Bazı Marina Tesis ve Hizmetleri	s. 14
Tablo 2: Tekne Kullanımına Göre Su Üzeri Ulaşım Kriterleri	s. 20
Tablo 3: Marinalar İçin Mavi Bayrak Kriterleri	s. 25
Tablo 4: “Temiz Marina”nın Getirileri	s. 29
Tablo 5: Deniz Turizmi Olanak ve Aktiviteleri	s. 37
Tablo 6: Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Yat Limanları’nda Kapasite, Hizmetler, 5 Altın Çıpa ve Mavi Bayrak Özellikleri	s. 38
Tablo 7: Dünya’nın Çeşitli Ülkelerindeki Yat Bağlama ve Yanaşma Yerleri	s. 56
Tablo 8: İşletme Belgeli Yat Limanları ve Kapasitelerindeki Değişim	s. 58
Tablo 9:Hizmet Ürünleri ile Tüketim Malları Arasındaki Farklar	s. 62
Tablo 10:Kalite Tanımında En Çok Kabul Gören Beş Yaklaşımın Özeti	s. 66
Tablo 11: Hipotezler Listesi	s. 83
Tablo 12: Orijinal On Boyutun SERVQUAL’deki Beş Boyutlu Yapısı	s. 87
Tablo 13:Katılımcılara Ait Teknelerin İlgili Marinada Bağlı Olma Süreleri	s. 90
Tablo 14: Araştırmaya Katılan Yatçıların Milliyetleri	s. 90
Tablo 15: Araştırmaya Katılan Teknelerin Bayrakları	s. 92
Tablo 16: Ankette Kullanılan İfadeler ve Faktör Yükleri	s. 96
Tablo 17: Araştırma Değişkenlerine Ait Ölçeklerin Cronbach Alfa ve İçsel Tutarlılıklarına Yönelik Korelasyon Değerleri	s. 99
Tablo 18:SERVQUAL Ölçeği Kullanılan Görgül Çalışmalara İlişkin Özet Tablo	s.100
Tablo 19: Değişkenlere Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	s.105
Tablo 20: Değişkenler Arası Korelasyonlar, Faktörlerin Alfa Katsayıları ve İçsel Tutarlılıklarına Yönelik Korelasyon Değerleri	s.107
Tablo 21: Marina Hizmet Kalitesi Boyutlarının Yatçıların Marinadan Tatminine Etkileri	s. 108
Tablo 22: Marina Hizmet Kalitesi Boyutlarının Yatçıların Tekrar Tercih Etme Eğilimine Etkileri	s. 109
Tablo 23: Marina Hizmet Kalitesi Boyutlarının Yatçıların Tavsiye Etme Eğilimine Etkileri	s. 110
Tablo 24: Desteklenen ve Desteklenmeyen Araştırma Hipotezleri	s. 111

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Marina İşletmelerinin Ekonomik Sektörler İçindeki Konumu	s. 19
Şekil 2: ABD Sydney Lanier Gölü Üzerindeki Aqualand Marina	s. 34
Şekil 3: Açık Deniz Tipi Marina	s. 40
Şekil 4: Yarım Girintili Marina	s. 41
Şekil 5: GömmeTip Marina	s. 42
Şekil 6: Karayla Çevrili Marina	s. 43
Şekil 7: Marina Organizasyon Şeması (50 Bağlama Yeri)	s. 51
Şekil 8: Marina Organizasyon Şeması (400-500 Bağlama Yeri)	s. 52
Şekil 9: Sekiz Bölgede Yapımı Devam Eden Turizm Kıyı Yapıları	s. 59
Şekil 10: Basit "Hizmet Kalitesi- Tatmin" İlişkisi	s. 70
Şekil 11: Araştırmanın Modeli	s. 84
Şekil 12: Marina Hizmet Kalitesi Boyutları'na Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları	s. 94
Şekil 13: Bağımlı Değişkenlere Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları	s. 95

EKLER LİSTESİ

EK 1 Deniz Turizmi Yönetmeliği

EK 2 Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu-Ek 3:Yat
ve Gezinti Tekneleri Sınıflandırmaları

EK 3 Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu-Ek 11:Yat
Turizmde İstihdam Değerlendirmesi

EK 4 Araştırmaya Dahil Olan Marinaların Fotoğrafları

EK 5 Türkçe Anket Formu

EK 6 İngilizce Anket Formu

EK 7 Fransızca Anket Formu

EK 8 Almanca Anket Formu

GİRİŞ

Hizmet sektörünün küresel boyutta önemli bir alt sektörünü oluşturan turizm, kendi içerisinde de alt sektörler olarak çeşitlilik göstermektedir. Deniz turizmi bu turizm çeşitleri arasında dünyada ve Türkiye’de en yaygın tür olarak bilinmektedir. Deniz turizmi; deniz üzerinde veya deniz kıyısında, deniz araçlarıyla ya da araçsız yapılan turizm amaçlı faaliyetler (örneğin, tek kişilik balıkçı teknesi operatörlüğü, deniz kayağı veya scuba dalış turu rehberliğinden orta ölçekli balina izleme turu, charter tekne turu operatörlerine ve hatta büyük ölçekli çokuluslu kruvaziyer gemi şirketlerine kadar değişen faaliyetler) olarak tanımlanmaktadır. Bir iskele üzerinde oturup balık avlamak veya kayalıklardan fok balıklarının yaşantısını izlemek bile deniz turizmi etkinlikleri arasında sayılabilmektedir.¹ Deniz turizmi özetle aşağıdaki bileşenlerden oluşmaktadır:²

- Yat Yatırım ve İşletmeciliği
 - Mavi Yolculuk İşletmeleri (Guletler)
 - Bareboat İşletmeleri (Mürettebatsız Kiralık Tekne)
 - Günübirlik Gezi Tekneleri İşletmeleri
 - Boğaz Gezisi Düzenleyen Turistik Amaçlı Gezi Tekneleri İşletmeleri
- Yat Limanı ve Marina İşletmeciliği
- Kruvaziyer Turizm ve Feribot İşletmeciliği
- Su Sporları ve Dalış Turizm İşletmeciliği

Deniz turizmi, ekonomik olarak ülke kaynaklarına yaptığı katkı ile Türkiye’nin geleceğinde çok önemli bir yer tutmaktadır. Deniz turizmi kapsamında da yatçılık ve dolayısıyla marina işletmeciliği dikkatle ele alınması gereken konulardandır.

Marina hizmetleri önceleri lüks sınıfına girmektedirken artık yurtdışında orta gelir düzeyindekiler tarafından da talep edilir olmuştur. Bazı marinalar pahalı motor yatların uğrak yeri olan çekici hizmet işletmeleri olarak değerlendirilirken bazıları yatçılık, yelken, balık avı ve benzeri spor ve eğlence türlerinin ağırlıklı olduğu etkinlik

¹ Marc Orams, Marine Tourism: Development, Impacts and Management, Routledge, London, 1999, s. 9

² Deniz Ticaret Odası, Deniz Turizmi Çalışma Grubu, <http://www.denizticaretodasi.org/DetoPortal/Default.aspx?tabid=91>, (10.01.2011)

merkezleri olarak görülmektedir. Bir kısım marinalar ise tatillerinin büyük çoğunluğunu tekne üzerinde geçirmeye odaklanmış olan turistleri kendine çeken tatil destinasyonlarıdır.

Tüm turizm işletmelerinde olduğu gibi marina işletmeleri de her geçen gün sayısı biraz daha artan ürün ve hizmet çeşidinin bulunduğu pazarlarda çalışmak ve rekabet etmek durumundadır. Özellikle, yatçılara hizmet veren marinaların, müşterilerinin algıladıkları hizmet kalitesinden ve bu algılarının daha sonraki davranışlarına nasıl yansıdığından emin olması oldukça güçtür. Ancak bunların araştırılıp anlaşılması, marina işletmelerinin doğru yönelimler yapabilmesi ve gelecekteki pozisyonları açısından önem taşımaktadır.

Marina işletmelerinde hizmet üretilip sunulmaktadır. Hizmetlerin kendi doğasından kaynaklanan farklılıklarının yanısıra hizmet talebinde bulunan kişiler de bu talepleri esnasında herhangi bir mal ihtiyacında davrandıkları gibi davranmazlar. Bir işletmeden hizmet talebinde bulunanlar:³

- Talep ettikleri hizmetin anında ve mümkün olan en düşük maliyetle sağlanmasını,
- Hizmetin sunumu için bekleme sürelerinin az olmasını hatta hiç olmamasını,
- Kendilerine nazik davranılmasını,
- Özel ve önemli olduklarının hissettirilmesini,
- Hizmet sunumu esnasında ortaya çıkabilecek beklenmedik sorunların hızla çözülmesini ve
- Kusursuz bir hizmet verilmesini isterler.

Marina işletmelerinden hizmet talebinde bulunan müşteri algılamalarından yola çıkılarak, marina işletmelerinde hizmet kalitesinin hangi boyutlarda gerçekleştiğinin araştırılması bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, hizmet kalitesinin marina işletmelerine uygun boyutlarının ortaya çıkarılmasında yatçıların hizmet kalitesi algılamaları yol gösterici olarak kullanılmıştır. Daha sonraki adımda ise, yatçıların ölçümlenen hizmet kalite algılarının marinada sunulan

³ E. Gürbüz, A. Büyükkelik, M. Y. Avcılar, M. Toksarı, Algılanan Hizmet Kalitesinin Tatmin ve Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi, Ege Akademik Bakış, 8 (2) 2008, s. 785-812

hizmetten tatminleri ile bu hizmeti tekrar tercih etme ve başkalarına tavsiye etme eğilimleri arasındaki ilişkilerin analitik bir yaklaşımla incelenmesi amaçlanmıştır. Yatçıların hizmet kalitesi algılarının marina hizmetlerinin sunumu sürecinde en güvenilir düzeyde olacağı düşünülerek uygulamada yüzyüze anket yöntemi seçilmiştir. Ancak; yatçıların farklı kültür ve milletlerden olmaları sebebiyle, farklı kültürel etmenlere ve dil güçlüklerine bağlı birtakım hataların oluşmasını önlemek amacıyla araştırma sürecinde, anket formları marinalarda en yaygın veya ikinci dil olarak konuşulan dört lisanda (Türkçe, İngilizce, Fransızca, ve Almanca) hazırlanmıştır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde marina işletmelerinin daha yakından tanınmasına, işlev ve yapılarının net olarak ortaya konmasına çalışılarak, farklı kriterlere göre sınıflandırmalar yapılmış, bunların yanısıra değişik ülkelerdeki marina derecelendirme sistemleri ile yurtiçi ve yurtdışındaki marinaların durumuna dair bir profil çizilmiştir. İkinci bölümde, genel olarak hizmet kalitesi kavramı ve hizmet deneyimi sonrasında müşteri davranışlarına yönelik literatüre yer verilmiş, marina işletmelerinde hizmet kalitesi özgün olarak boyutlandırılmış, bu aşamada marinaların birer turizm ve konaklama işletmesi oldukları, bununla birlikte denizcilikle de sıkı bağlantı içinde oldukları unutulmamıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye'deki "5 Altın Çıpa Ödüllü" marinalarda yapılmış olan alan araştırmasının yöntemi, ölçek tasarımı, analiz ve bulgularına yer verilmiş, öne sürülen hipotezlerin durumu özetlenmiş bunlara ek olarak araştırmanın sonuçları tartışılmış, marinacılık alanında faaliyet gösterenlere ve gelecekte yapılacak çalışmalar için araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL OLARAK MARİNA İŞLETMELERİ

1.1. MARİNA İŞLETMELERİ

Günümüzde marinalar yalnızca yatçıların teknelerini barındırabildikleri, yakıt, gıda ve su gibi temel ihtiyaçlarını temin edebildikleri yerler olarak değil, bölgesel sosyo-ekonomik gelişmenin de odak noktası olarak tanımlanmaktadır. Yat limanları, yatçılık endüstrisinin temel altyapısını oluşturduğu gibi ulusal bölgesel ve yerel gelişim planlarında da farklı sektörlerin, sanayi dallarının gelişmelerinde çekici güç olarak planlanmaktadır. Buna örnek olarak, T.C. Ulaştırma Bakanlığı, Demiryollar, Limanlar ve Havalimanları İnşaatı Genel Müdürlüğü'nce 2010 yılında hazırlatılan "Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması" gösterilebilir. Bu çalışmanın Sonuç Raporu'nda yat turizmi ve marinacılık ile ilgili stratejik hedefler belirlenmiştir:⁴

- Türkiye'nin, Akdeniz ve Karadeniz havzalarında gelişen yat turizmindeki payını arttırmak,
- Ülke ekonomisine, denizciliğine, istihdam hacmine ve teknolojik gelişimine katkıda bulunmak,
- Yat turizmini tüm kıyılarda yaygınlaştırmak,
- Akdeniz, Ege ve Karadeniz'de sürdürülebilir kıyı kullanım çeşitliliğini arttırmak, yerel ekonomileri çok sektörlü hale getirmek,
- Turizm ürününü çeşitlendirmek ve yat turizmini desteklemek, bu bağlamda, turizmi yıl boyunca yaymak, farklı turizm ürünleri arasındaki bütünleşmeyi arttırmak,
- Metropollerin ve diğer yerleşimlerin turizm, spor ve dinlence (rekreasyon) gereksinmelerini karşılamak, bu bağlamda çağdaş kent yaşamına ve toplumsal gelişmeye katkıda bulunmak,
- Kent turizminin gelişmesine katkıda bulunmak, eko-turizmi (yerel çekici özellikleri) deniz turizmiyle de desteklemek,
- Ülke tanıtımına etkin biçimde katkıda bulunmak,

⁴ T.C. Ulaştırma Bakanlığı, Demiryollar Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü, Yüksel Proje Uluslararası A.Ş., Belde Proje ve Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. Ortak Girişimi, "Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu", Ağustos 2010, s. 3

- Komşu ülkelerle sportif, kültürel ve sosyal etkinlikler yapılabilmesine olanak sağlamak,
- Toplumun ve özellikle genç neslin denizcilik, deniz turizmi ve deniz ve su sporlarına ilgisini arttırmak, bu bağlamda çevre bilincini ve farkındalığını sağlamak,
- Turizm sektöründe gerekli insan gücünü yetiştirecek eğitim vermek,
- En küçük ilde bile yaklaşık 50 teknelik bir bağlama ihtiyacı kabul edilerek denizle bütünleşmeyi sağlamak.

Yatçılığın ve buna bağlı olarak marina işletmelerinin uzun dönemde taşıdığı önemin artması marina işletmelerinin daha yakından ve ayrıntılı olarak incelenmesi gereğini ortaya koymaktadır.

1.1.1. Marinanın Tanımı ve Özellikleri

Marina kelimesinin Türkçe karşılığı Türk Dil Kurumu'na göre "Yat limanı"dır.⁵ Türkçe yazında her iki şekliyle de karşılaşılmaktadır. Bu çalışma içerisinde marina kelimesi yerine, zaman zaman yat limanı ifadesi de kullanılmıştır.

Marina sözcüğü 1928'de Amerikan Ulusal Tekne ve Motor İmalatçıları Birliği (National Association of Engine & Boat Manufacturers) tarafından kullanılmış olup, eğlence ve gezi amaçlı tekneler için yapılmış modern su kenarı tesisleri olarak tanımlanmıştır. Birliğin daha geniş kapsamlı açıklamasında marinalar; modern yatçılığa hitap eden hizmetlerin sunulabildiği, yatların yanaşabildiği, suya indirilip karaya çekilebildiği, bakım ve onarımının yapılabilirdiği, akaryakıt ikmali yapılip seyahate uygun hale getirilebildiği, bunlara ek olarak yatçıların karada duş alıp yemek yiyebildiği, çeşitli dükkanlara, ulaşım ve iletişim araçlarına yakın yerler olarak tanımlanmaktadır.⁶

İtalyanca'da "küçük liman" anlamında kullanılan sözcükten uyarlanan marina terimi, eğlence teknelerine uygun yerlerin ve kızakların bulunduğu tesislerdir. İngilizce sözlükte ise marina; gezi tekneleri için yapılmış küçük liman şeklinde

⁵ Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=marina&ayn=tam> , (15.09.2009)

⁶ Donald W. Adie, Marinas: a working guide to their development and design, 3. ed., The Architectural Press Ltd.: London, Nichols Publishing Company: New York, 1984, s. 37

tanımlanmıştır.⁷ Marinalar zaman içerisinde, rahatlık açısından zayıf ama nispeten gösterişli yaşama yerlerinden, çeşitli rekreasyon hizmetlerini sunabilecek düzeyde ve kendine ait çekiciliğe sahip kıyı tesislerine doğru bir gelişim göstermiştir.

Uluslararası Deniz Endüstrisi Birlikleri Konseyi (International Council of Marine Industry Associations, ICOMIA)'nin tanımına göre marina, devlet veya özel sektör tarafından işletilebilen, su (deniz, göl veya nehirler) kenarında konumlanan, birincil olarak gezi teknelerine suda veya karada muhafaza olanağı veren ve bunu bir kira bedeli karşılığında yapan tesistir. Buna ek olarak bir marina, tekne ile ilgili hizmet ve ürünleri de (örneğin: akaryakıt, WC ve duşlar, bakım-onarım, katı- sıvı atık boşaltımı, tekne satışı vs.) sunabilmektedir.⁸

İngiltere Yat Limanları Birliği (The Yacht Harbour Association-TYHA)'nin tanımlamaları arasında marinalar; gezi ve eğlence teknelerine yaşama yeri sağlayan, her tekneye doğrudan erişim için yürüme yolları bulunan, her zaman (gelgit zamanları dahil olmak üzere) yeterli bir sualtı derinliği olan ve bunlara ilaveten araba park yeri, tuvaletler ve diğer hizmet birimleri sunan tesisler şeklinde tanımlanmaktadır.⁹

Türkiye’de, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Bakanlar Kurulu’na sunulan ve Resmi Gazete’de 24.07.2009’da yayımlanan Deniz Turizmi Yönetmeliği ile birlikte, 8/6/1983 tarihli Bakanlar Kurulu kararıyla yürürlüğe konulan “Yat Turizmi Yönetmeliği” ve 10/5/2005 tarihli Bakanlar Kurulu kararıyla yürürlüğe konulan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”in 50. maddesi yürürlükten kaldırılmıştır. Deniz Turizmi yönetmeliğinin birinci bölüm, 4. madde 1. fıkrasının (f) bendinde deniz turizmi tesisleri: “Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı, münhasıran deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım hizmetleri, bu araçlarla gelen yolculara yeme, içme, dinlenme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerden

⁷ Longman, Dictionary of Contemporary English, 2. ed., Essex, England, 1987, s. 640

⁸ ICOMIA, International Council of Marine Industry Associations, Icomia Library, Recreational Boating Definitions 2006, <http://www.prr.msu.edu/icomia/definition.html> , (10.5. 2007)

⁹ The Yacht Harbour Association, A Code of Practice for Design, Construction and Operation of Coastal and Inland Marinas & Yacht Harbours, Kent, UK, 2007, s.8

birkaçını veya tamamını sunan kruvaziyer gemi limanı, yat limanı, çekek yeri, rıhtım ve iskele gibi turizm tesisleri”¹⁰ olarak tanımlanmıştır.

Deniz Turizmi Yönetmeliği'nin 9. maddesinde yat limanları “5. maddedeki niteliklere sahip, yatların bağlanabilecekleri ve yatçıların yatlarından yürüyerek çıkabilmelerine olanak sağlayan iskelelere, dinlenme, konaklama ve alışveriş gibi sosyal tesisler ile yatlara bakım, onarım, karaya çekme ve teknik hizmet sunan birimlere sahip deniz turizmi tesisleri”¹¹ şeklinde tanımlanmıştır.

Sözkonusu olan yönetmeliğin ikinci bölüm, 5. maddesinde deniz turizmi tesislerinin yerleşme özellikleri, 6. ve 7. maddelerinde bu tesislerin sahip olması gereken alt ve üstyapı nitelikleri sıralanmaktadır. (bkz. EK 1)

1.1.2. Marinalarda Yapısal Unsurlar

Marinalar suyun kıyısında, hem su üzerine, hem de kara üzerine yerleşmiş tesislerin bir bütünü halinde inşa edilirler. Bir marinanın kara üzerinde kalacak tesisleri için yeterli alan olup olmadığı önemli bir konudur. Uluslararası genel kabul bir marinanın karadaki alanının sudaki alanına eşit olması yönündedir.¹²

Bir marinanın su üzerinde inşa edilecek kısımları ile ilgili çok önemli iki faktör vardır ki bunlar:¹³

- Suyun derinliği ile
- Su seviyesindeki değişimler yani gel-git (tide) etkileridir.

Marina içerisindeki minimum su derinliği, gel-git'in en düşük zamanındaki su seviyesinden en az 2,44metre daha derin olmalıdır.¹⁴ Bu derinlikten daha sığ olan marinalarda, marinaya girebilecek yat sayısı ve tipi sınırlanmış olacaktır. Doğal haliyle yeterli derinliği olmayan marinalarda deniz dibinin kazılarak (dredging)

¹⁰ Kültür ve Turizm Bakanlığı, Deniz Turizmi Yönetmeliği, 24. 07.2009, <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF6E536CF3C88A66F6A35405BFD D9C147A> , (11. 09.2009)

¹¹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, a.g.e., 2009

¹² Andrew Garland, Premier Marinas Brighton Marina Generale Manager, Personal interview, Brighton, UK, September 2008

¹³ Garland, 2008

¹⁴ Mill, Robert C., Resorts: Management and Operation, New Jersey, John Wiley & Sons Incorporated, 2001, s. 170

derinliğin artırılması mümkündür. Ancak bu oldukça pahalıya mal olan bir çalışmadır. Bir marinada tüm yıl boyunca yatlar konaklayacağından, sabit bir su seviyesine ihtiyaç duyulmaktadır. Başka bir deyişle, su seviyesinin sabit tutulması gerekmektedir. Gel-git'ler, fırtınalar, yağmurlar, eriyen kar suları gibi etkenlerle oluşan seviye farkları ölçülüp kaydedilmeli, ne gibi etkiler yaptığı gözlemlenmelidir. Bunların yanısıra, suyun durgunluğu da sorun yaratabilecek bir konudur. Suda akıntının olmaması veya akaryakıt ikmallerinden oluşan kirlilik, marina içi deniz suyunun kalitesini düşürebilmektedir.¹⁵

Bir marinanın fiziksel özellikleri kapsamında, doğal yapısı ve insan tasarımı unsurlarının toplamı, o marinada sunulacak olan hizmetlerin kalitesine doğrudan etki eden önemli faktörlerdir. Marina tasarımında dört temel ilke sözkonusudur:¹⁶ 1) Coğrafya, mühendisliğin işlevlerini belirler, 2) Mühendislik, marina tipini belirler, 3) Marina tipi, iskele düzenini belirler, 4) Marina iskele düzeni ise mimariyi belirler.

1.1.2.1. “Coğrafya-Mühendislik” İlişkisi ve Temel Yapılar

Marinanın kurulacağı alanın ve genel olarak bölgenin coğrafi özelliklerinin, yapılacak mühendislik çalışmaları üzerinde doğrudan etkisi vardır. Bir marinanın inşaatında en yüksek maliyeti oluşturacak olan yapı işleri şu şekildedir:¹⁷

- Deniz dibi tarama (dredging); su altındaki zeminin yapısını değiştirerek, marina içerisine deniz yüzeyinin altındaki derinliği (draft) daha fazla olan teknelerin de girmesine olanak tanımaktadır. Ancak daha önce de söz edildiği gibi (bkz. 1.1.2.) bu işlem oldukça zahmetli ve yüksek maliyetlidir.
- Kilit (lock) sistemleri; olmadığı durumlarda ulaşımın veya girişin imkansızlaşacağı bölgeler için ideal bir çözümdür. Kilit sistemini basitçe tarif edecek olursak, bir havuz içinde gemileri bir seviyeden diğerine yükseltmek ya da alçaltmak amacıyla suyun akışını kontrol etmek üzere yapılmış ve kilitlenen kapaklardan oluşan kanallardır

¹⁵ Andrew Garland, Premier Marinas Brighton Marina Generale Manager, Personal interview, Brighton, UK, September 2008

¹⁶ Phillips, Patrick L., Developing with Recreational Amenities: Golf, Tennis, Skiing, Marinas, Washington D.C., Urban Land Institute, 1986, s. 235

¹⁷ Adie, a.g.e., 95

diyebiliriz.¹⁸ Kilitler gel-git aralığı 3,65 metre ve daha üzeri olan bölgelerde gerekli olmaktadır. İnşaatları oldukça masraflı olduğundan kilit sistemleri, kapasitesi 500 tekneden az olan marinalar için ekonomik değildir. Ayrıca, kilit havuzunda yükseltme ve alçaltma işlemleri doğal olarak uzun sürmekte, bu da kilidin dışında kuyrukta bekleme zorunluğu yaratmaktadır.

- Kıyı koruma perdeleri (bulkheads); sert bir dolgu maddesi ile yapılmış ve suyun karayı erozyona uğratmasına engel olacak şekilde dipten yukarı örülmüş bir duvardır. Bu duvar kara tarafındaki toprağı koruduğı gibi, diğer bir yandan da marinada denize ve deniz üzerindeki yatlarla erişimi emniyetli hale getirir.
- Dalgakıranlar (breakwaters); marinayı ve içerisindeki tekneleri açık deniz dalgalarının etkisinden korur. Dalgakıranların ne uzunlukta olmaları gerektiğine mühendisler genellikle simülasyon denemeleri sonucunda karar vermektedirler. Çeşitli dalgakıran tipleri bulunmaktadır. Bunlar:¹⁹ 1) Anroşmanlı, yığma çakıl ve moloz, 2) Yassı kazık ya da beton duvar, 3) Uygun ahşap dalga perdesi ve 4) Yüzer dalgakıran olmak üzere dört çeşittir. Bu dalgakıran tiplerinden hangisinin uygulanacağı ise suyun derinliğine, deniz dibi karakteristiğine, kullanım alanının büyüklüğüne ve maliyetlere bağlıdır.
- Kazıklar (piles); sabit iskele ve kıyı koruma duvarlarını destekleyip güçlendirmek ve yüzer iskeleleri bağlamak amacıyla kullanılırlar. Bu kazıkların son derece düzgün, sağlam ve uzun süre dayanıklı olmaları gereklidir. Kazıklar genellikle ahşap, çelik, beton veya PVC kaplamalı betondan üretilmektedirler.

1.1.2.2. “Mühendislik- Marina Tipi” İlişkisi ve Marina Şekli

Marina inşaatı oldukça zor ve dikkat gerektiren mühendislik hesapları sonrasında yapılmaktadır. Doğal yapı ve yeryüzü şekilleri doğrultusunda mühendislik hesapları yapıp marinanın profili yani ne tip marina inşa edileceği belirlenir. Marina hangi tipte olursa olsun, marinanın karada sahip olduğu alan ile

¹⁸ Adie, a.g.e., 95

¹⁹ The Yacht Harbour Association Ltd., a.g.e., s. 34

deniz üzerindeki alanının birbirine eşit olması gereklidir. Genel olarak karadaki alanın %22 - %40 arasında bir miktar kısmı otopark amacıyla kullanılmaktadır.²⁰

Denizden marinaya giriş kısmı inşa edilirken, yerel dalga koşulları mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Marina girişinde ulaşımın aksamasına ve/veya daha sonra ortaya çıkabilecek yüksek maliyetli bir dip kazıma işlemine engel olmak için giriş kısmına kıyı kum hareketinin olası etkileri en aza indirgenmelidir.²¹

Marina içinde yatların yer değiştirmesi, dönüşler yapabilmesi, girip çıkabilmesi için manevra genişliklerine gereksinim vardır. Bu genişliklerin ne kadar olacağı, gelecek olan yatların boyutlarına ve onları kullanan denizcilerin tecrübe ve yeteneklerine bağlıdır.²²

1.1.2.3. “Marina Tipi- İskele Düzeni” İlişkisi ve Tekne Yerleşimi

Marina yatırım çalışmalarında yaygın olarak, yanaşma düzeni ve demirleme sirkülasyonuna marina içi manevra alanının şekli belirlendikten sonra karar verilmektedir. En uygun manevra alanı dikdörtgen şeklinde olmalıdır. Bu şekil en fazla sayıda teknenin rahatlıkla manevra yapmasına imkan vermektedir. Ancak tekne manevra alanından daha önce, genel kavramlar arasında veya tasarım stratejisi içinde iskele düzenine yer verilirse çok daha etkin ve verimli sonuçlar alınabilir.²³

Bir marinanın karadaki ve denizdeki tesislerinin büyüklüğü, sayısı ve teknolojik altyapısı, o marinaya giriş yapacak tekne sayısına ve tekne ebatlarına bağlıdır. Marinaya giriş yapacak olan teknelerin büyüklüğü ile iskele yapısı ve çeşidi arasında doğrudan bir ilişki olduğundan, marinanın fizibilitesi yapılırken göz önünde bulundurulması gereken en temel unsur marinanın iskele yapısıdır. İskelelerin yapısı ve çeşidi marinaya girecek tekne tipini belirlemekle kalmayıp aynı zamanda o marinadaki yaşam tarzını da doğrudan etkilemektedir. Çünkü her farklı iskele

²⁰ A. Garland, Premier Marinas Brighton Marina Generale Manager, Personal interview, Brighton, UK, September 2008

²¹ Mill, a.g.e., 179

²² Garland, 2008

²³ Mill, a.g.e., 180

yapısının kendisine özgü bir yaşam motifi vardır ve bu yaşam şekli o marinadaki tüm sistemleri ve işleyişi etkileyerek marinanın genel karakterini oluşturur.²⁴

Bir marinada yaşama düzenini sağlayan ana iskeler “sabit”, “yüzer” ya da her ikisinin bir karmasından oluşabilir. İskele düzeninin seçimini belirleyen faktörler arasında:²⁵

- Suyun seviyesindeki değişimler,
- Yatırımcıların sahip olduğu maddi imkanlar ve
- Yatçıların ve tekne sahiplerinin güvenliğe verdikleri önem bulunmaktadır.

Sabit iskeleler oldukça sağlam olup, kullanımları daha kolay, bakımları daha az masraflıdır. Ancak gel-git'in etkili olduğu yerlerde yüzer iskeleler daha emniyetlidir. Yüzer iskelelerin farklı farklı yerleştirilebilmesi, gerektiğinde uzatılıp kısaltılması da mümkün olmaktadır.²⁶

Sabit İskeleler; iskelenin uygun malzeme vasıtası ile deniz tabanına sabitlenmesi ile oluşturulan sistemlerdir. İskeleyi deniz tabanına bağlayan ayaklar farklı malzemedan yapılabilir. Bunların en yaygın olanları çelik, beton ve kompozittir. İskele ayaklarının hangi malzeme ile yapılacağına karar verildikten sonra, bu malzemenin üstüne yapılacak iskelenin malzeme türünü seçmek gerekir. İskele malzemesinin seçimi yapılırken birçok kriter gözden geçirilir. Bunlardan maliyeti, tamir ve bakım masrafı, estetik görüntüsü, kullanım kolaylığı, sağlamlığı ve ekolojik uyumu başlıcalarıdır. Ahşap malzemenin çok yüksek maliyetli olmasının nedeni, bu tarz yerler için kullanılan ahşabın genellikle tropik ormanlardan elde edilmesi ve bu malzemenin çok pahalı işlemlerden geçtikten sonra kullanıma hazır hale gelmesidir.²⁷

Yüzer iskeleler; yaklaşık 60 yıldır dünyadaki birçok marinada kullanılmaktadır. Her yat limanı işletmecisi seçeceği iskele tipine karar vermeden

²⁴ Ata Topçuoğlu, Yat Limanlarında İnşaat Tekniklerinin Karşılaştırılması, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kıyı Bölgesi Yönetimi Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2006, s. 61

²⁵ Patrick L. Phillips, a.g.e., s. 235

²⁶ A. Garland, Premier Marinas Brighton Marina Generale Manager, Personal interview, Brighton, UK, September 2008

²⁷ Topçuoğlu a.g.e., s. 64

önce, bulunduğu bölgenin coğrafi, tektonik, oşinografik gibi fiziksel özelliklerini, marinanın hizmet vereceği müsteri profilini (gelen teknelerin sayısı ve ebadı, tekne sahiplerinin beklentileri gibi) ve marinanın zaman içerisindeki gelişimini dikkate alarak bir tercih yapılmalıdır.²⁸

Kullanılış amacına ve kullanıldığı ortama (deniz, göl, nehir) göre betonarme, alüminyum, çelik, ahşap veya plastik gibi malzemelerden üretilmiş değişik tipte yüzer iskeleler bulunmaktadır. Türkiye’de beton olanlar daha yaygın kullanılmaktadır. Beton yüzer iskelelerin herbiri yaklaşık 10x3x0,9 metre ölçülerinde ve içinde strafor dolgu maddesi bulunan betonarme birimlerin birbirine eklenmesiyle oluşur. Herbirine ponton denilen bu beton blokların birleşmesiyle oluşan iskeleler baştan ve yanlardan, zincir ve tonozlar yardımıyla gerdirilerek dibe sabitlenirler.²⁹

Yüzer iskelelerin su üstünde kalan kısımlarınının kaplamasında yaygın olarak kullanılan malzemeler aşağıdaki gibidir:³⁰

- Tropikal sert kereste
- İşlenmiş yumuşak kereste
- Damalı gemi sacı veya çelik hasır
- Elyaf destekli kaydırmaz plastik
- Geri dönüşümlü kaydırmaz plastik
- Beton
- Alüminyum

Yüzer iskelelerin bakım periyodu 1-1,5 senede birdir. Yapılan iş zincir ve tonozların kontrol edilmesidir. Ayrıca ponton bloklarını kaplayan deniz canlıları da ekstra bir ağırlık unsuru oluştururlar. Bu nedenle bakım zamanı geldiğinde pontonların su altındaki kısımlarınının temizlenmesi gerekmektedir.³¹

Sabit ya da yüzer, ana iskelelere dik gelecek şekilde yerleştirilen küçük iskeleciklere **“parmak (finger)iskele”** denilmektedir. Bunlar yatlarla ulaşım, binme

²⁸ Topçuoğlu, a.g.e., s.69

²⁹ M. Kemal Saatçioğlu, Yüzer İskele Elemanları, Dokuz Eylül Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü, Deniz İşletmeciliği ve Yönetimi Yüksek Lisans Programı Dönem Semineri, İzmir, s. 2

³⁰ The Yacht Harbour Association Ltd, a.g.e., s. 28

³¹ Saatçioğlu, a.g.e., s.8

ve inmeye yardımcı olan elemanlardır. Aynı zamanda yanaşma düzenini sağlamaya da yardımcı olurlar. Parmak iskelelerin sadece uç kısmında yüzdürücü bir eleman bulunmaktadır ve arka tarafından mafsallı bir düzenekle pontona bağlanırlar. Deniz dibi ile hiçbir bağlantıları yoktur.³²

İki parmak iskele arasında kalan alana tekne bağlama yeri (berth/slip) denir. Bağlama yerleri yalnız bir tekne için veya iki tekne için ayarlanmış olabilmektedir. Bazen iki orta boy teknenin bağlanması için ayarlanmış yere tek bir büyük yatın bağlandığı da görülmektedir. Eğer marina işletmesi daha yüksek gelir hedefine odaklanmışsa, büyük hacimli yatları küçük yatlar için tasarlanmış bağlama yerlerine sıkıştırmaya çalışabilmektedir. Ancak bu durumda bu dev yatlar parmak iskelelerin boyundan öteye çıkıntı yaparak diğer yatların geçiş yolunu daraltmaktadır.³³

1.1.2.4. “İskele Düzeni- Mimari” İlişkisi ve Sunulan Hizmetler

Bir marinanın mimari tasarımı yapılırken, marinanın beklenen yat bağlama sirkülasyonunu, gelecek olan yatçıların ve diğer müşterilerin sosyal ilgi ve ihtiyaçlarını, dolayısıyla da bu ihtiyaçları karşılayabilecek tesislerin neler olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Marinalarda bulunan tesisler ve bu tesislerde sunulan hizmetler oldukça çeşitlidir. Bunlar marinanın bulunduğu yerden, yönetim şekline kadar bir çok faktöre göre değişiklik gösterirler. Örneğin nehir üzerindeki bir marinada bulunması gereken hizmet ve tesis çeşitleri doğal olarak deniz kıyısındaki bir marinadan farklı olacaktır. Bunun gibi, bir Tatil Destinasyonu Marina (Destination Resort Marina)'da bulunabilecek tesislerin sayısı ve türlerinin, geleneksel bir marinada da bulunması beklenmemektedir. Tablo 1. marinalarda rastlanabilecek bazı hizmet ve tesisleri göstermektedir.

³² Saatçioğlu, a.g.e., s. 8

³³ Duncan C. Mellor, Modern Marina Layout and Design, Civil Engineering Practice, Spring 1992, s. 87-102, <http://www.waterfrontengineers.com/pdfs/modernmarina.pdf> , (25.08.2010)

Tablo 1. Bazı Marina Tesis ve Hizmetleri

MARİNA HİZMETLERİ	
SU ÜZERİNDE	KARA ÜZERİNDE
Denize tekne indirme Palamar hizmeti Su taksisi hizmeti Transit tekne hizmeti Çöp toplama hizmeti Akaryakıt hizmeti Yedekte çekme hizmeti Yangın ve kurtarma hizmeti Seyir ve havadurumu bilgisi Eğlence ve dinlenme hizmetleri	Tekne satışı Tekne bakım ve onarımı Deniz malzemesi satışı Genel malzeme satışı Otopark hizmeti Konaklama hizmeti Yiyecek- içecek hizmeti Resmi hizmetler İsteğe bağlı hizmetler
MARİNA TESİSLERİ	
SU ÜZERİNDE	KARA ÜZERİNDE
Üstü açık ve kapalı demir yeri Tekne çekme rampası Raylı çekek yeri Vinç (macuna) asansör Tersane (dok) Akaryakıt iskelesi Demirleme ve gemici hiz. İstasyonu Giriş ve çıkış kanalları	Tekne yapım ve onarım yeri Açık / kapalı tekne deposu Treyler deposu Restoran Otel Piknik alanı Market Tekne yıkama yeri Yüzme alanı Otopark alanı Yüzme havuzu Plaj Kamping alanı Yat kulübü odası Deniz malzemesi satış yeri Duş ve tuvaletler Eğlence tesisleri Olta ve yem satış yeri Deniz ürünleri satış yeri

Kaynak: U.S. Environmental Protection Agency Coastal Marinas Assessment Handbook, Atlanta, 1985, s. 3-14'ten Mill, 2001, s. 184

Yurtdışındaki marinalarda gün geçtikçe yaygınlaşmaya başlayan bir marina hizmeti ve tesisi de “Rafli Tekne Depoları (Dry- Stack Storage)”dır.³⁴ Ancak giderek yaygınlaşmakta olan bu sistemin uygulamasına henüz Türkiye’de başlanmamıştır.

1.1.2.5 Rafli Tekne Depoları

Marinalar için çok önemli olmasına rağmen çoğu zaman gözden kaçırılan ortak bir özellik de, ister devlet marinası ister özel marina olsun her marinanın ticari bir işletme olduğudur. Her ticari işletme gibi marinalar da kâr amacıyla kurulurlar. Bu bağlamda, “Rafli Tekne Depoları (Dry-Stack Storage)” sistemi marinaların başarısında anahtar rol üstlenecek ve kârlılıklarını artıracak bir sistem olarak ortaya çıkmaktadır.³⁵

Bir marina için yer darlığı sözkonusuysa ve bağlama yeri sayısını artırma olanağı yoksa, teknelerin aynı zemin üzerinde çok katlı sistemle depolanmaları marinaya fazladan gelir sağlayacaktır.³⁶ Bu yöntem raflarda tekne depolamaya dayanmaktadır ve raf sayısı beşe kadar çıkabilmektedir. Bu sistemde tekneler direkleri sökülmüş şekilde raflara yan yana dizilmektedir ve görüntü bir marketin ürün dizilmiş raflarını andırmaktadır.³⁷ Bu sistemin marinalara uyarlanması özellikle arazi ve inşaat maliyetlerinin yüksek olduğu yerlerde çok ciddi bir gelir artışı ile sonuçlanmaktadır.³⁸

Rafli tekne depolarında tekneler, direkleri söküldükten sonra forklift ve benzeri araçlarla birer birer yükleme alanından alınıp raflardaki yerlerine kaldırılırlar. Suya indirilecekleri zaman ise bu işlem tersinden tekrar edilmektedir. İyi organize edilmiş bir marinanın rafli tekne deposunda bir saat içinde yaklaşık 25 adet tekne rafa kaldırılabilir veya raftan alınabilir.³⁹ Rafta depolama yöntemi genellikle, 2,5- 7,5

³⁴ P. Farrell, Dry Stack Boat Storage Systems- A Worthy Investment, ICOMIA Library, 1996, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1079> (03.08.2010)

³⁵ Farrell, a.g.e.

³⁶ John Simpson, MAI, Appraising Proposed Marina Dry Stack Storage, The Appraisal Journal, No: 3, Appraisal Institute, Chicago, Illinois, July 1998, s. 269-273
<http://www.valustar.net/commercialrealestateappraisalsarticles/AppraisingProposedMarinaDryStackStoragebyJohnSimpsonAppraisalJournal-July1998.pdf> (28.07.2010)

³⁷ Eric Colby, Dry Stack Grows in Popularity, Soundings Trade, Nov. 1987’den aktaran Simpson a.g.e.

³⁸ Farrell, a.g.e.

³⁹ P. Dodson, Considerations for Dry Stack Storage, 2000, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1144> (03.08.2010)

metre arası tekneler ile 7,5-12 metre arası tekneler için kullanılmaktadır. Teknelerin sınıflandırılmasına dair ayrıntılı bilgiler EK 2'de sunulmaktadır.

Dodson'a göre raflı tekne depolarının artışında rol oynayan dört önemli faktör bulunmaktadır:⁴⁰

- Fiziksel faktörler (Geleneksel korunaklı marinaların sayıca ve kapasite olarak yetersizliği)
- Finansal faktörler (Raf maliyetlerinin, sudaki bağlama yeri maliyetlerinin ancak %10-%30 kadarını tutması)
- Resmi düzenlemelerle ilgili faktörler (Gelecekte çevresel, sosyal ve siyasal baskıların kişileri ve işletmeleri sudaki bağlama yerlerinden çok karadaki depolama yöntemlerine doğru itecek olması)
- Sosyo-ekonomik faktörler (Tekne sahibi olmanın maliyetinin artmasıyla tekne kullanımının olumsuz yönde etkilenecek olması)

Raflı tekne depolama sistemi, hem marina işletmecisine hem de tekne sahibine bazı avantajlar sunar. Marina işletmecisi açısından avantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:⁴¹

- Marinada tekne yoğunluğunu en üst düzeye çıkarma imkanı verir.
- Raflı tekne deposuna erişim içerden olduğu ve ancak görevli personel girebildiği için güvenlik sağlamayı kolaylaştırır.
- Marinanın su üzerindeki alanı çok geniş olmadığı zaman, 10 metre ve altındaki tekneleri raflı depoya kaldırarak, büyük boydaki ve daha yüksek kâr getiren teknelere su üzerinde yer açılmasını sağlar.
- Resmi makamlardan gerekli izinlerin alınması, su üzerindeki alanlara kıyasla daha kolaydır.
- Yatırımın geri dönüşü su üzerindeki alanlardan daha hızlıdır.

Yat sahibi açısından bakıldığında, raflı tekne depoları sudaki bağlama yerlerinden çok daha düşük bir maliyetle daha emniyetli bir saklama olanağı sunmaktadır. Ancak bu avantajla birlikte bir dezavantaj da yat sahibinin karşısına

⁴⁰ Dodson, a.g.e.

⁴¹ Mill, a.g.e., s. 185-187

çıkılmaktadır. Yatçılar su üzerinde demirli bir tekneyle olduğu gibi her istedikleri anda denize açılmayacaklar, ancak teknenin raftan alınıp, direklerin tekrar yerlerine takılması ve denize indirilmesinden sonra açılacaklardır.

1.1.3. Sosyo-Ekonomik Açıdan Marinalar

Ekonomik sektörler içerisindeki yeri bakımından marinalar, verdikleri hizmetler de göz önüne alındığında konaklama sektörü altında bulunmaktadır. Doğrudan yat turizmine hizmet eden marinaların ekonomik sektörler içindeki yeri Şekil 1’de net olarak görülmektedir.

Marinalar sosyo- ekonomik açıdan ele alındığında, hem hizmeti satın alanlar, hem işletme, hem de kuruldukları yerde yaşayanlar için pek çok yarar sağladıkları görülmektedir.

1.1.3.1. Hizmet Satın Alanlar Açısından Yararlar

Marina sözcüğünün anlamından (yat limanı) yola çıkıldığında, bir marinadan hizmet talep eden birincil kitlenin yatçılar olacağı görülmektedir. Marinalardan hizmet alan tek grup yatçılar değildir. Marinada sunulan hizmetleri talep eden ve yat sahibi olmayan bir kitle de mevcuttur. Ancak araştırmamızın hedef kitlesi olan yatçıların marinadan sağladığı yararlar bu çalışmanın öncelikli konusu olmaktadır.

Marinalar asıl olarak açık denizde demirlemeye alternatif sunacak üç temel gerekçe ile inşa edilmektedirler:⁴²

- Kolaylık ve rahatlık sağlamaları,
- Emniyetli ve korunaklı olmaları,
- Güvenlik sağlamaları.

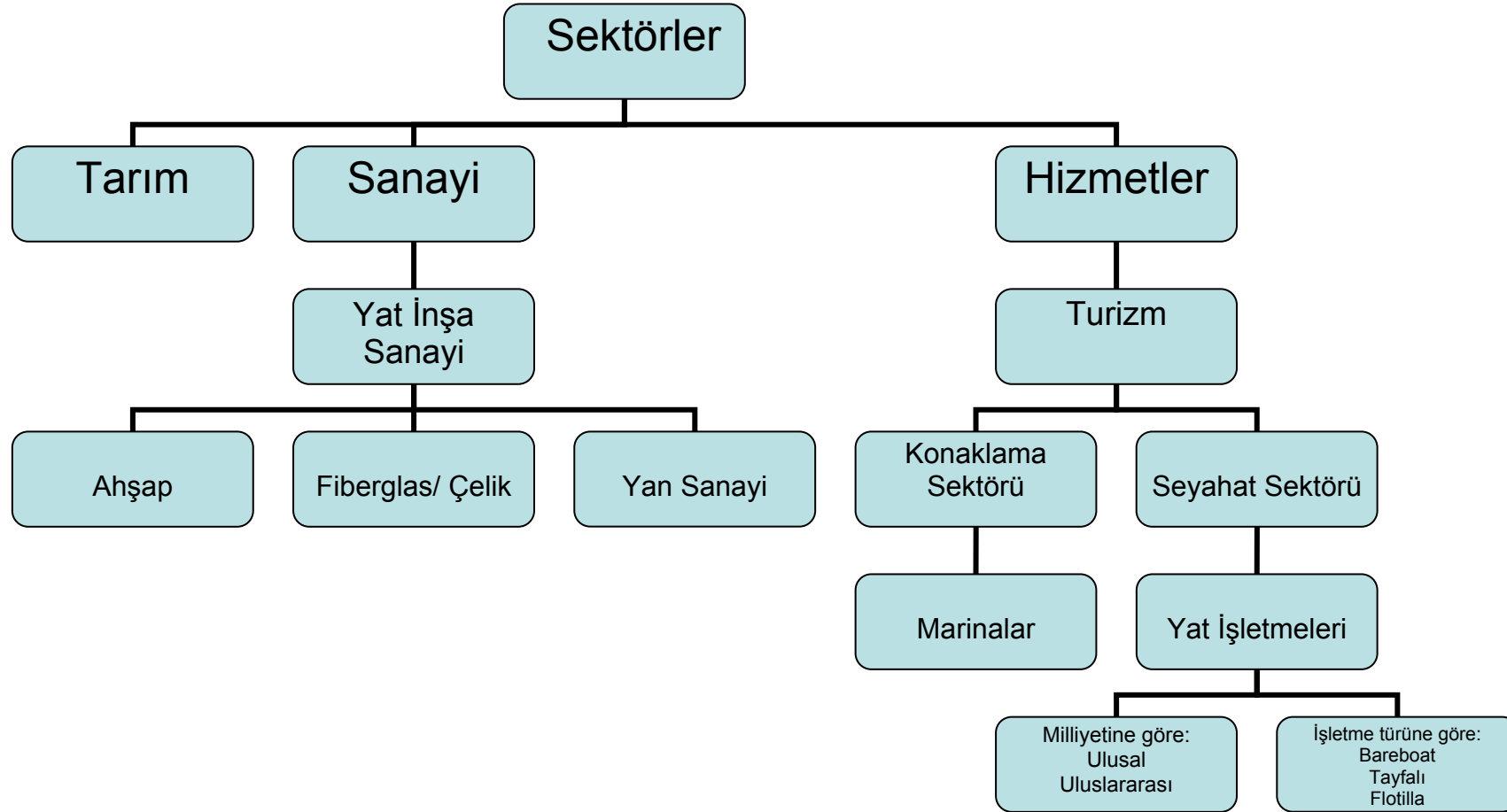
Yeni bir marina yatırımı yapılmadan önce bu yararların sunulabileceğinden bir başka ifadeyle yatçıların saydığımız bu üç temel ihtiyacının karşılanabileceğinden emin olunması gereklidir. Kolaylık ve rahatlık için örneğin marinaya ulaşımı kolaylaştıracak iyi yollar yapılmalıdır. Marina içi emniyet ve

⁴² Mill, a.g.e., 174

korunaklılık bakımından, dalgakıranların yapılması uygun bir çözümdür. Güvenliğin sağlanması içinse, iyi bir marina işletme yönetimi gerekmektedir.

Marinaların yatçılara ya da tekne kullanıcılarına sağladığı üç temel faydanın yanısıra, kurulmalarını gerektiren özel durumlar sözkonusudur. Su üzerinde tekne ile yapılan aktivitelerin çeşitlerine göre, ihtiyaç duyulan su kriterleri de değişmektedir. Su üzeri ulaşım kriterlerini yakalayabilmek için hemen hemen her aktivite türünün küçük veya büyük bir marina tesisine ihtiyacı vardır. Tablo 2'de çeşitli tekne kullanımları için ihtiyaç duyulan su üzeri ulaşım kriterleri görülmektedir.

Şekil 1. Marina İşletmelerinin Ekonomik Sektörler İçindeki Konumu



Kaynak: Cerit, A. G., H. Kişi ve O. Tuna, "Strategic Marketing Planning for the Yachting Companies, Marinas and Yacht Builders: An Application for Turkey", *1st International Yachting Technology Conference*, Çeşme, 3-10 October 1995 (eds. N. Tekoğul ve G. Neşer, Piri Reis Foundation for Maritime Research, Development and Education Publication, 175-186, İzmir, 1997'den adapte edilmiştir.

Tablo 2. Tekne Kullanımına Göre Su Üzeri Ulaşım Kriterleri

AKTİVİTE TÜRÜ	GEREKLİ KRİTERLER (1 deniz mili= 1852 metre)
Derin Sularda Balık Avlama	<ul style="list-style-type: none">• En çok 15 mil içinde açık denize çıkış, 15-50 mil arasında balık avlanabilecek sulara ulaşım imkanı.• Marina civarı haricinde tekne sürati ve tekne izi (wake) konusunda yasaklama olmaması.• Güvenli bir limana ulaşma imkanı.• Marina giriş ve çıkışında kılavuz, kolay seyir imkanı.• En az 1,5m. su derinliği.
Haliçlerde ve Tatlı Sularda Balık Avlama	<ul style="list-style-type: none">• En çok 5 mil içinde balık avlanabilecek sulara ulaşım imkanı.• Kolay anlaşılır işaretlendirme ve kılavuzlukla rahat seyir imkanı.• En az 1,2m. su derinliği.
Su Kayağı ve Benzeri Su Sporları	<ul style="list-style-type: none">• 10- 15 dakika içinde elverişli sulara ulaşım imkanı.• Marina civarı haricinde tekne kullanımı ve sürati konusunda bir kısıtlama olmaması.• En az 1,2m. su derinliği.
Motorbotla Seyir	<ul style="list-style-type: none">• 30 mil içinde ilgi çekici sulara (küçük koylar, adacıklar ve kumsalların bulunduğu) ulaşım ve güvenli demirleme imkanı.• En az 1,5m. su derinliği.• Özellikle geceleri marinaya giriş ve çıkışlarda kolay seyir imkanı.
Yelkenliyle Seyir	<ul style="list-style-type: none">• 15 mil içinde ilgi çekici sulara (küçük koylar, adacıklar ve kumsalların bulunduğu) ulaşım ve güvenli demirleme imkanı.• Egemen rüzgarlara sağ açılı yapan lokasyon.• En az 1,5m. su derinliği.

	<ul style="list-style-type: none"> • Özellikle geceleri marinaya giriş ve çıkışlarda kolay seyir imkanı.
Uzak Mesafelere Seyir	<ul style="list-style-type: none"> • Okyanuslara ve büyük göllere kolay ulaşım için egemen rüzgarlarla uyumlu çıkış yolu. • Fırtınada, siste veya geceleri marinaya ulaşma imkanı. • En az 2.13m. su derinliği
Küçük Yelkenlilerle Seyir	<ul style="list-style-type: none"> • Geçişe uygun genişlikte ve uzunlukta kanal. • Egemen rüzgarlara sağ açılı yapan çıkış yolu. • En az 1,5m. su derinliği • Marinanın yaklaşık 1 mil açığına kadar nispeten korunaklı sular. • Marinaya 1 mil mesafede en az 1 mil çapında açık deniz. (Kıyı ve kumsalları çok az olan, yelken yarışlarında rüzgar yönü ve hızında ani değişimler yaratarak engel oluşturmayacak sular)

Kaynak: Clinton J. Chamberlain, Marinas'dan Mill, 2001, s. 184.

1.1.3.2. İşletme Sahibi ve Çalışanları Açısından Yararlar

Marinalar her ne kadar sundukları hizmetlerle konaklama sektörü içerisinde yer alan işletmeler olsa da, çalışmalarının büyük kısmı su üzerinde olduğu için operasyon teknikleriyle sektörün diğer işletmelerinden ayrılmaktadırlar. Başka bir deyişle bir marina işletmecisinde turizm ve hizmet sektörü bilgisine eş değer bir denizcilik bilgisi olmak durumundadır. Marina işletmecisinin başarıya ulaşması ve dolayısıyla bu işten bir yarar sağlaması ancak bu iki farklı daldaki bilgi ve yeteneklerine bağlıdır.⁴³

Marinalar gerçekten zaman ve emek harcamaya değer yatırımlardır.⁴⁴ Çünkü doğru yönetildikleri takdirde getirisi yüksek işletmelerdir. Marinanın sağladığı bu

⁴³ Ali E. Bezirgan, Kişisel Görüşme, Ağustos 2010

⁴⁴ Ronald. E. Schults, Marinas and Their Revenue Centers, ICOMIA Online Library, 1996, http://www.icomia.org/library/library_search.asp.1-6, (20.04.2008)

yararla birlikte, tekne sahipleri de memnun edilmesi kolay olmayan bir müşteri grubu olarak işletmecinin karşısında durmaktadır. Tekne sahiplerinin oldukça talepkar insanlar olduğu bilinmektedir. “Çok pahalı oyuncaklarını” marina işletmecilerine emanet etmekte ve bundan ötürü zaman zaman ölçüyü aşan taleplerde bulunabilmektedirler.⁴⁵

Marinaların işletmecisine ya da marina sahibine sağladığı yüksek getiri avantajının yanısıra, marinada çalışan personele de iş ve dolayısıyla maddi kazanç sağladığı unutulmamalıdır. Yatlar, marinalarda veya yanaşma yerlerinde beklerken, bağlı oldukları marina işletmesi tarafından marinada görevliler çalıştırılması yolu ile ve ayrıca yatın kendi ihtiyaçları için kaptan ve personel bulundurması gerektiğinden ek istihdam yaratırlar. Bu istihdam, yatların özellikleri, marina yönetimlerinin uygulamaları ve yanaşma yerlerinin özelliklerine göre değişkenlik göstermektedir.⁴⁶

Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması sırasında ülkemizde bulunan marinaların 24 adedi ile görüşme yolu ile yapılan anketlerde elde edilen veriler kullanılarak, marinadaki yat sayısı ve çalışan görevli sayısı arasındaki oran araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ülkemizdeki marinalarda bağlı yat sayısı ile marina personeli olarak çalışan görevli sayısı arasındaki oran incelenmiştir. Buna göre her 5 ila 27 yat için bir marina personeli istihdam edilmektedir. Bu değerler dikkate alınarak, ülkemizde bir marinada her 10 yat için ortalama bir marina görevlisi istihdam edilebileceği varsayılabilir.⁴⁷ Sözkonusu çalışma kapsamında yapılan detaylı istihdam değerlendirmesine EK 3’te yer verilmektedir.

1.1.3.3. Kuruldukları Yer Açısından Yararlar

Marinaların sadece yat park yeri veya yatların bir geçiş yeri olduğu anlayışı artık son bulmakta ve marinalar, geniş potansiyelli topluluklara hizmet veren aktif mekanlar halini almaktadır. Şehir veya kasabalardan uzak sahil şeritlerinde değil, yerleşim merkezlerinin içinde ya da yakınında inşa edilmektedirler. Ayrıca havaalanına yakın bir kara ulaşımı olması tercih nedeni olmaktadır. Son yıllarda marinalar, şehir yerleşimi ile entegre olan, alışveriş merkezlerinden restoran, kafe ve

⁴⁵ Mary Khun, Spirit to Serve, Marriott Marina’s Philosophy on Customer Relations, Icomia Online Library,2002, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1131> , (01.09.2010)

⁴⁶ T.C. Ulaştırma Bakanlığı, a.g.e., s. 401

⁴⁷ T.C. Ulaştırma Bakanlığı, a.g.e., s. 401

barlara, sinemadan spor salonlarına kadar tüm sosyal yaşam etkinliklerine yer verilen tesisler halini almaya başlamışlardır.⁴⁸

Marinalar çoğu turizm işletmesinde olduğu gibi yatırım aşamasında sermaye yoğun, işletme aşamasında ise emek yoğun işletmelerdir. Sunulan hizmetin büyük bir kısmında insan emeğine ihtiyaç vardır. Bu yönleriyle marina işletmelerinin kuruldukları yerdeki istihdama olumlu katkılarının olması doğaldır. Marinaların kuruldukları yere ekonomik açıdan getirilerini incelemek üzere çeşitli araştırmalar yapılmıştır.

Güney Fransa'da Côte d'Azur ve Amerika Birleşik Devletleri'nde Florida, yatçılık faaliyetleri ve marinalarıyla dünya çapında bilinen yerlerdir. Her ikisinin de ekonomik gelişmişlikleri ağırlıklı olarak tekne ve marina endüstrisine bağlıdır. Monaco Arrow Services'den Paul Arrow Güney Fransa'da 1998'de yapılmış bir araştırmanın ortaya koyduğu bazı gerçekleri şöyle sıralamaktadır:⁴⁹

- Tekne ve marina endüstrisi doğrudan 16 bin kişilik istihdam sağlamaktadır ve dolaylı olarak yarattığı istihdam bu sayıdan kat kat daha fazladır.
- Bu endüstrinin ekonomiye 200 milyon Fransız fransı katkısı sözkonusudur.
- Bölge ekonomisi ile bu endüstrinin sağlığı arasında doğrudan bir ilinti bulunmaktadır.

2004 yılında ABD'nin "Büyük Göller" (Michigan, Erie, Ontario, Huron ve Superior gölleri) bölgesinde yapılan bir araştırmaya göre Büyük Göller Bölgesi'ndeki marinalarda konaklayan tekneler için yıllık 529 milyon ABD doları bakım ve onarım harcaması yapılmıştır. Gezi ve ulaşım amaçlı tekne kullanımları için yapılan toplam harcamaların bölge ekonomisi üzerine etkisi hemen hemen 14.500 kişinin istihdamı ve 240 milyon ABD doları değerinde kişisel gelir şeklinde gerçekleşmiştir.⁵⁰

⁴⁸ Ali Erkan Bezirgan, Marina Yatırımlarına Sektörel Yaklaşım: Ege'de ve Ülkemizdeki Son Durum, 1. Uluslararası İzmir Ulaşım Sempozyumu , Bildiriler, İzmir, 2009,

http://ius.imoizmir.org.tr/ius_bildiriler/36_k84_ius_d_marine_ius_r1.pdf, (16.09.2010)

⁴⁹ Paul J. Robinson, Marinas and Social Demands, Icomia Online Library, 2002, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1114> , (20.08.2010)

⁵⁰ Ed Mahoney ve Dan Stynes, Determining The Value of Marinas, Icomia Online Library, 2005, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1228> ,(20.08.2010)

Türkiye turizminin en dezavantajlı olduğu konuların başında düşük gelirli turist gruplarına hizmet verilmesi bulunmaktadır.⁵¹ Bu durum turizmden beklenen gelirin sağlanamaması ile sonuçlanmaktadır. Ancak yat turizminde, ağırlıklı olarak özel yatçılıkta durum tamamen değişmekte, özel yatçılar ve bu yatlarla gelen turistler diğer turislere göre daha üst gelir düzeyindeki turist grupları olmaktadır. Türkiye'nin turizmden yeterli gelir sağlayabilmesinin yollarından biri belki de en önemlisi, yat turizmine ve marinacılığa gereken önemin verilmesi ve Türkiye'nin Fransa, İtalya veya İspanya gibi marinacılıkta ön plana çıkmasıdır.⁵² Türkiye marinalarında yapılan bir araştırmada 2000 yılı verilerine dayanarak, gelen yatçıların %50 gibi büyük bir kısmının 3000 ABD doları üzerinde, %10 kadarının 2000-3000 ABD doları arasında, %30 kadarının 1000-2000 ABD doları arasında ve % 10'unun da 1000 ABD doları civarında harcama yaptıkları tespit edilmiştir.⁵³ Görüldüğü üzere marina müşterilerinin sadece marina içinde yaptığı harcama bile ortalama bir turistten fazla olmaktadır. Bir yatın kumanyasından, bağlanmasına kadar çok çeşitli harcama kalemleri olduğu, ayrıca boyama, tamir ve bakım gibi yan sektörlerin geliştiği ve bunun sonucunda kara turizminde bir turistten bıraktığı 1 birim gelire karşılık yat turizminde 20-30 birim gelir sağlandığı belirtilmektedir.⁵⁴

Türkiye'ye özel yatı ile gelen yatçıların ülkemizde kalış süresi ortalama 31 gün olup, günlük harcamaları yaklaşık 104 ABD dolarıdır.⁵⁵ Yani bir yatın getirdiği döviz, otuz turistin harcamalarının toplamına eşittir. Türkiye marinalarında bırakılan yabancı bayraklı 12 metre boyundaki bir yat, yıllık marina ücreti olarak ortalama 3000 ABD doları, karaya çekilmek için 600 ABD doları ve bakım/ onarım talep ettiğinde de hizmetine göre 3000-5000 ABD doları arasında harcama yapmaktadır.⁵⁶

Marinalar sosyo-ekonomik yapıları nedeni ile açılacak bir fabrika gibi iş imkanı sağlamanın yanısıra, oluşumuna katkıda bulunduğu kültürel faaliyetler (konser, fuar, yat yarışları vb.) ve bünyesinde yer alan ticari birimler (mağazalar,

⁵¹ Mehmet Gedik, Türkiye'de Yatçılık ve Marina Sektöründe Durum, Deniz Ticaret Odası, İzmir Şubesi, Makaleler, 2009, <http://www.dtoizmir.org/T.Cturkiye.pdf> , (03.09.2010)

⁵² Gedik, a.g.e.

⁵³ Serkan Olgaç, Türkiye'deki Yat Limanlarından Elde Edilen Gelirlerin Türkiye Turizmine Katkısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001, s. 46

⁵⁴ Vedat Midilli, "Yat Turizmi 30 Kat Fazla Kazandırıyor", Ropörtaj 2002, http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~2888~haber~yat_turizmi_30_kat_fazla_kazandiriyor.htm , (03.09.2010)

⁵⁵ Bezirgan, a.g.e., 2009

⁵⁶ Bezirgan, a.g.e., 2009

kafeler, restoranlar vb.) sayesinde buldukları bölgenin yaşam kalitesini yükseltirler ve dolayısı ile bölgede yaşayan topluluğun profilini sosyal yönden değiştirirler.⁵⁷

1.1.4. Temiz Marina Kavramı

Türkiye’de ve dünyada çevreye karşı duyarlılık günden güne artmakta, doğal yaşamın ve buna paralel olarak da denizlerin korunması konusundaki bilinç yaygınlaşmaktadır. Uluslararası Doğa Koruma Birliği (International Union for Conservation of Nature), Dünya Doğayı Koruma Vakfı (World Wild Fund for Natur), Doğal Hayatı Koruma Derneği (Wildlife Conservation Society), Greenpeace, Deniz Çobanı (Sea Shepherd), Deniz Temiz Derneği-TURMEPA gibi çevre koruma örgütleri çoğalmakta ve yaptırım güçleri artmaktadır.

Çevreye ve denizlere karşı toplumsal bilincin yükselmesi, marinaların temizliği, yatların denize verebileceği zararlar gibi önemli konuları da gündeme getirmektedir. Buna örnek olarak Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Kurumu (United States Environmental Protection Agency) tarafından yürütülen “Temiz Marinalar” programı ve “Avusturalya Temiz Marina Programı” gösterilebilir. Türkiye’de yalnızca marinalara has bir temiz marina programı bulunmamakla birlikte Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından yürütülen “Mavi Bayrak” programı plajların yanısıra, marina ve yatlara da uygulanmaktadır. Tablo 3’te marinalar için uygulanmakta olan Mavi Bayrak kriterleri sıralanmaktadır.

Tablo 3. Marinalar İçin Mavi Bayrak Kriterleri

Çevre Eğitimi ve Bilgilendirme
<ol style="list-style-type: none">1. Marinayı kullananlara, yakın çevrede karada ve denizde yer alan hassas doğal alanlar hakkında bilgi verilmelidir.2. Çevre davranış kuralları marinada sergilenmelidir.3. Mavi Bayrak Programı ve Mavi Bayrak Kriterleri marinada sergilenmelidir.4. Marina; kullanıcıları, marina personeli ve ziyaretçilerine yönelik olarak bir sene boyunca en az üç çevre eğitim etkinliği planlamalı ve bunları gerçekleştirmelidir.

⁵⁷ Bezirgan, a.g.e., 2009

5. Marina yönetiminde, yat sahiplerine yatlarda mavi bayrak uygulaması konusunda bilgi verilerek teşvik edilmelidir.

Çevre Yönetimi

6. Marinada çevresel denetimleri yapmak ve bir çevre yönetim sistemini kurmak amacıyla Çevre Yönetim Birimi oluşturulmalıdır.

7. Marinada çevre politikası ve planı olmalıdır. Bu plan su, atıklar ve enerji tüketimi; sağlık ve emniyet sorunları ve çevre dostu ürünlerin kullanımı konularında referans oluşturmalıdır.

8. Tehlikeli atıklar için (boya, solvent, bottan kazınan boyalar, anti-fouling gibi) yeteri miktarda, iyi tanımlanmış ve ayrı ayrı toplama imkanları bulunmalıdır. Toplanan atıklar lisanslı bir toplama merkezine götürülmelidir.

9. Yeteri miktarda ve iyi kontrol edilen çöp kutuları ve/veya çöp konteynirleri olmalı, lisanslı bir taşıyıcı araçla toplanmalı ve lisanslı bir alana bırakılmalıdır.

10. Marinada kağıt, plastik, metaller gibi geri dönüşebilen atıklar için ayrı ayrı toplama imkanı olmalıdır.

11. Marinada santine suyu çekme (pompalama) olanakları olmalıdır.

12. Marinada tuvalet suyu çekme (pompalama) olanakları olmalıdır.

13. Marinada tüm binalar imar planına uygun ve bakımlı, doğal ve yapay çevre ile bir bütünlük içinde olmalıdır.

14. Yönlendirme levhaları ile işaret edilmiş, yeterli miktarda ve temiz sağlık olanakları, duş ve içme suyu bulunmalı, atık sular lisanslı bir arıtma tesisine ulaştırılmalıdır.

15. Eğer marina yat bakım, onarım ve yıkama olanaklarına sahipse bu alanlardan kaynaklanacak kirlenici faktörler; kanalizasyon sistemine ve marina alanına girmemeli ve doğal çevreyi etkilememelidir.

16. Toplu taşıma teşvik edilmelidir.

17. Özel olarak düzenlenmiş alanların dışında araç kullanımı ve park yapılmasına izin verilmemelidir.

Güvenlik Hizmetleri

18. Yeterli sayıda, yerleri yönlendirme levhaları ile açıkça belirlenmiş ve ulusal

otoritelerce standardı kabul edilmiş

cankurtaran, ilkyardım ve yangın söndürme ekipmanları bulunmalıdır.

19. Deniz kirlenmesi, yangın ve diğer kazalar için acil durum planı ve emniyet tedbirleri hazırlanarak marinada bir panoda sergilenmelidir.

20. Yat bağlama noktalarında ulusal standartlara uygun elektrik ve su servis noktaları bulunmalıdır.

21. Marinada bulunan güvenlik önlemleri konusunda panolar aracılığıyla bilgi verilmelidir.

22. Engelliler için olanaklar olmalıdır.

23. Marinadaki olanaklar ve yerlerini gösteren bir harita, panoda sergilenmelidir.

Deniz Suyu Kalitesi

24. Marinanın kara kısmı ve deniz suyu fiziksel olarak temiz olmalıdır (yağ lekeleri, kanalizasyon atığı, çöp veya diğer kirlenme belirtileri olmamalıdır).

Kaynak: Mavi Bayrak Türkiye, <http://www.mavibayrak.org.tr/tr/content.php?cid=70>, (5.10.2010)

Marinaların deniz ve kara yönlü yerleşimleri ve genel faaliyet alanlarının doğası, bu kuruluşların çevreye zararlı atıklar üretmesine yol açmaktadır. Ancak oluşum aşamalarında bazı kriterlere özen göstermekle başlayıp, donanım ve faaliyetleri sırasında alınacak bazı önlemlerle bu kirlenici özelliğin en aza indirgenmesi, giderek ortadan kaldırılıp “Temiz Marina” kavramının yaşama geçirilmesi olasıdır.⁵⁸ Temiz bir marina, çevrenin korunmasına katkıda bulunurken kısa ve uzun dönemde olası ceza ödemelerini ortadan kaldırarak maliyetlerden tasarruf edilmesini sağlar. Bunun yanı sıra işletme imajına olumlu katkıları olup resmi kuruluşlar ve yerel halk ile ilişkilerin iyileştirilmesine yardımcı olur. Tablo 4’te temiz bir marinanın kendisine getirileri ve çevresel getirileri görülmektedir.

⁵⁸ H. Selman Ferhatoğlu ve M. Kalkan, Marinalardaki Kirliliğin En Aza İndirgenmesinde Alınacak Bazı Önlemlerin Etkilerinin Karşılaştırmalı ve Analitik İncelemesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 1. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir, 1998, s. 74

1.2. MARİNA İŞLETMELERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Marinalara farklı açılardan bakılarak değişik sınıflandırmalar yapılabilir. Emlak, su (deniz, göl ve nehirler) ve yatlar arasındaki bağıntı, marinaların önemini artırmıştır. Uluslararası Marina Enstitüsü (International Marina Institute-IMI) marinaları beş işletme tipine ayırmaktadır.⁵⁹

- Liman otoriteleri
- Özel marinalar
- Belediye marinaları
- Doklar
- Tatil destinasyonu marinalar

Schults'a göre beş temel marina tipi bulunmaktadır:⁶⁰

- **Ticari Amaçlı Marinalar:** Temel olarak yatlara yönelik hizmetler verilen ve içerisinde yerleşim için evler ve diğer yerleşim unsurları bulunmayan marinalardır.
- **Yerleşim Amaçlı Marinalar:** Özel siteler gibi yerleşim yerlerinin bir parçası halindeki marinalar olup bu sebeple alışılmış ticari marina fonksiyonları kısıtlanmıştır.
- **Karma Amaçlı Marinalar:** Genellikle kalkınma programları içinde yer verilen ve ticari marinalar ile yerleşim amaçlı marinaların özelliklerini bir arada barındıran marinalardır.

⁵⁹ IMI, 2000 Financial Operational Benchmark Study for Marina Operators, Nokomis, 2000, s. 16

⁶⁰ Ronald. E. Schults, a.g.e.

Tablo 4. “Temiz Marina”nın Getirileri

YAPILAN DEĞİŞİKLİK	KENDİSİNE GETİRİLERİ	ÇEVRESEL GETİRİLERİ
1. Tekne hizmetlerinin geliştirilmesi	<ul style="list-style-type: none">• Boşaltım ve temizleme maliyetlerinde düşüş• Müşterilere daha iyi hizmet• Basınçlı yıkama yastıkları ve filtrelerinin kurallara uygun hale gelmesi• Yat tamirlerindeki filtre bezlerinin temizlik maliyetlerini düşürmesi• Tozsuz zımparalama maliyetini düşürmesi• Müşterilerin tatmini• Düşük temizlik materyal maliyetleri• İş verimliliğinde artış	<ul style="list-style-type: none">• Deniz ortamına karışabilecek olan boya kalıntılarının azaltılması• Deniz ortamına kaçan diğer kirleticilerin miktarında azalma• Yıkama/temizlik suyunun yeniden kullanımı, belediye kanalizasyonuna giriş öncesi karışımların filtreden geçirilmesi• Çalışanların güvenliği açısından uçan tozun ortadan kaldırılması
2. Tam pompalama hizmetleri	<ul style="list-style-type: none">• Yeni müşteriler getirmesi• Marina personelinin pompalamayı yapmasında müşteri tatmini• Marinanın diğer kar merkezlerine (örnek: yakıt, mega yatların gelmesi vs.) ek iş• Belediye pis su sistem ücretlerinde düşüş (ölçümü	<ul style="list-style-type: none">• Marinadaki araçlardan (yatlardan) pis su atığının azaltılması• Balık ve diğer deniz ürünleri üzerindeki etkinin azaltılması• Yatçılarca kullanılan suyun daha temiz ve kaliteli olması

	<p>yapıldığında)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Genelde işletme marjının yükselmesi • Pompalamada mevcut devlet teşvikleri • Personeli teşvik • Bedava reklam 	
3. Marinada katı atıkların yeniden kullanımı	<ul style="list-style-type: none"> • Deniz dibinin temizlenmesinin su yüzeyinin görüntüsünü iyileştirmesi • Pil ve hurda metal satışında ek gelir • Atık hizmetleri masrafından kurtulma • Olumlu çevreci imaj 	<ul style="list-style-type: none"> • Doğal gübre ve bahçe toprağı yaratılması • Kıyıda ve denizde daha az çöp/ atık birikimi • Kıyıya gönderilen atıkta azalma
4. Hayvan atığını boşaltım yöntemi	<ul style="list-style-type: none"> • Dokların ve marinanın müşterilere temiz sunumu • Müşteriden olumlu tepki 	<ul style="list-style-type: none"> • Suda oluşan hayvan atığı/ dışkısında azalma
5. Sıvı materyallerin yeniden kullanımı	<ul style="list-style-type: none"> • Atım maliyetini ve uzun dönem borç yükünü azaltması • Kullanılmış yağın yakılmasıyla ısınma masraflarının azalması ve kışın onarım işinin büyümesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Sızıntı ve karışımlarda azalma • Sıvı atıkların yeniden kullanılabilir ürünlere dönüşümü
6. Tutulan suyun boşaltımı	<ul style="list-style-type: none"> • Daha çok müşteri çekimi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutulan suyun berraklığı ve kalitesinde yükselme
7. Marinanın yüzer iskeleri altındaki su kültürü	<ul style="list-style-type: none"> • İlave dok altı su kullanımı (potansiyel kazanç açısından) • Bedava olumlu kamuoyu desteğı, müşteri çekimi, tanınma olanağı 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudaki organizmalar için mevcut yaşam ortamının iyileştirilmesi • Kaplumbağalara rıhtımlarda yaşam ortamı hazırlanması

8. Sayaçla ölçümü yapılan pompalama ve Marina kanalizasyon hattı	<ul style="list-style-type: none"> • Pis su bedelinin gerçek su tüketimine dayalı hesaplanması durumunda masrafta azalma 	<ul style="list-style-type: none"> • Pis su ve su kullanım düzeylerinin kontrolü
9. Yat tersanesinin kıyıya yerleştirilmesi	<ul style="list-style-type: none"> • Düşük maliyetle saha alımı ve mal vergisi • Kıyı kullanım permitlerinin istenmemesi • Kayık taşıma işine fırsat sağlanması 	<ul style="list-style-type: none"> • Zararlı akıntının denize karışma şansını ortadan kaldırma
10. Çevresel kontratların kullanımı	<ul style="list-style-type: none"> • Eğitimle kontrol ve yaptırımın birleştirilmesi • Kontrat tarafları dışı kontroller 	<ul style="list-style-type: none"> • Potansiyel tüm kirletici türlerinin azaltılması • Kamu bilgi, bilinç ve dikkatinin artırılması
11. Yumuşak toprak yüzeyi	<ul style="list-style-type: none"> • Asfalt yüzeyden daha düşük maliyet 	<ul style="list-style-type: none"> • Kirletici akışında azalma • Kıyı dolumuna gönderilen katı materyalde azalma
12. Yakıt yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Sızıntı, akıntı ve potansiyel temizleme masraflarından kurtuluş • Kişisel deniz araçları (PWC) ile genç müşterilerin çekilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Yakıt sızıntı vesaçılmasında azalma

Kaynak: USEPA, Pollution Prevention and Control, Marinas Table 2: General Benefits from Environmental Changes <http://water.epa.gov/polwaste/nps/marinas/success/table2.cfm> 'den H. Selman Ferhatoğlu ve M. Kalkan, Marinalardaki Kirliliğin En Aza İndirgenmesinde Alınacak Bazı Önlemlerin Etkilerinin Karşılaştırmalı ve Analitik İncelemesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 1. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir, 1998, s. 71

- **Kamu Marinaları:** Bölgede turizmi ve ekonomik gelişmeyi desteklemek amacıyla devlet kuruluşları tarafından yatçılara güvenli limanlar sağlanır.
- **Özel Yat Kulübü Marinaları:** Özel yat kulüplerine aittirler ve yalnızca üyeleri tarafından kullanılabilirler.

Ancak bu sınıflandırmaların hangi faktörlere göre yapıldığı belirgin değildir. Daha açık ve net bir sınıflandırma yapabilmek için sınıflandırmayı bazı faktörlere dayandırmak doğru olacaktır. Bu bağlamda, marinalar dört önemli faktöre göre sınıflandırılabilirler:

- Konumlarına göre sınıflandırma,
- Yönetim durumuna göre sınıflandırma,
- Kara-Su ilişkisine göre sınıflandırma,
- Hizmet amaçlarına göre sınıflandırma.

1.2.1. Konumlarına Göre Sınıflandırma

Konumlarına göre sınıflandırmada sözkonusu olan husus, marinanın bulunduğu ya da kurulduğu yerdir. Bu yerlere göre marinalar iki ana kategoride incelenebilir:

- Tatlı Su (İç Su) Marinaları
- Deniz Kıyısı Marinaları

1.2.1.1. Tatlı Su (İç Su) Marinaları

Bu kategorideki marinalara Türkiye’de rastlanmasa da yurtdışında oldukça sık karşılaşılan bir marina türüdür. Bu tip marinalar adından da anlaşılacağı üzere deniz kıyısında değil, ülke toprakları içerisinde bulunan tatlı sularda, bir başka deyişle iç sularda konumlandırılırlar. İç suları aşağıdaki şekilde gruplandırmak mümkündür:⁶¹

- Nehirler
- Doğal göller

⁶¹ Adie, a.g.e., s.81

- Yapay göller (göletler)
- Baraj gölleri
- Kanallar

İç sularda yapılabilecek eğlence, spor ve boş zaman değerlendirme aktiviteleri şu şekilde sıralanabilir :⁶²

- Yelken sporu
- Kürek sporu
- Kano (kano turları, kano yarışları ve kano slalom yarışları)
- Su kayağı
- Motorbot gezileri
- Gemi gezileri (cruising)
- Kuş gözlemciliği
- Olta ile balık tutma
- Yüzme
- Su altı sporları

İç su marinalarına Almanya, Fransa, Hollanda gibi Avrupa ülkelerinde özellikle İngiltere’de Thames nehri üzerinde ve Amerika Birleşik Devletlerinde sıklıkla rastlanmaktadır. Örneğin dünyadaki en geniş kapasiteye sahip olan göl marinası ABD’nin Georgia eyaletinde, Sidney Lanier gölü kıyısında bulunmaktadır⁶³. Şekil 2’de görülen bu marinanın 1700’ün üzerinde bağlama yeri (slip) bulunmaktadır. Bu kapasite büyüklüğüne rağmen hizmet kalitesinden ödün verilmediği belirtilmektedir.⁶⁴

Türkiye’nin iki büyük nehri olan Fırat ve Dicle rafting sporu için uygun olsalar de yelken sporu için uygun değildirler. Türkiye’nin diğer büyük nehirlerinde de benzer bir durum sözkonusudur. 2000 yılında Güney Doğu Anadolu Projesi (GAP) kapsamında çeşitli su sporları, rafting ve yelken sporu da orijinal programa dahil edilmiş, 2004 yılında baraj gölünün neresinde ve nasıl bir marina inşa edilmeli

⁶² Adie, a.g.e., s. 81

⁶³ PRLog, Free Press Release, 28.5.2008, <http://www.prlog.org/10075851-aqualand-marina-commemorates-history-on-lake-lanier.html> , (15.9.2009)

⁶⁴ Aqualand Marina, <http://www.aqualandmarina.com/dockage.html> , (17.12.2009)

sorusu gündeme gelmiştir.⁶⁵ Ancak daha sonraki yıllarda bu yönde bir çalışma sürdürülemediği ve bir marina yatırımı gerçekleştirilmemiştir.

Şekil 2. ABD Sydney Lanier Gölü Üzerindeki Aqualand Marina



Kaynak: <http://www.aqualandmarina.com/index.html> (17.12.2009)

1.2.1.2. Deniz Kıyısı Marinaları

Konumlarına göre marinaların sınıflandırılmasında ikinci kategori deniz kıyısı marinalarıdır ve en çok rastlanan marina türüdür. Deniz kıyısındaki alanlarda konumlandırılırlar. Bu yönleriyle deniz turizmi ile iç içedirler.

Deniz turizmi kavramı, “marine” sözcüğünün biyolojik kapsamı doğrultusunda, tatlı su alanlarını içine almamaktadır. Bu durum, Kuzey Amerika'nın Büyük Göller'inde yelken yapmanın New England kıyılarında yapılandan farklı bir aktivite olduğu ile örneklendirilebilir. Özetle deniz turizmi (marine tourism) tuzlu ve gel-git etkisi altında olan sular üzerindeki aktiviteleri içermektedir.⁶⁶ Deniz turizmi kapsamındaki aktiviteler oldukça geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Bu yelpaze, kıyıda güneşlenmekten ve çevreyi izlemekten başlayıp açık denizlerde yelken

⁶⁵ Yılmaz Dağcı, Nautical Tourism in Turkey, International Council of Marine Industry Associations Library, http://www.icomia.com/library/library.asp?view=Country&CT_ID=27# (12.01.2010)

⁶⁶ Orams, a.g.e., s. 10

yapmaya, açık deniz sportif balıkçılığına kadar açılmaktadır. Tablo 5'te turistlerin seçebileceği bu çok çeşitli deniz turizmi aktivite ve fırsatlarının, kıyıya olan mesafeleri, yapıldıkları çevre ve sosyal etkileşim durumlarına göre sınıflandırması görülmektedir. Sınıf I'deki aktivite çeşidine bakıldığında plajda güneşlenmek ve benzeri eylemler görülürken, Sınıf V'teki aktiviteler arasında açık denizlerde örneğin okyanuslarda yelken yapmak, kıyından en az 50 kilometre uzaklığında sportif balık avına çıkmak gibi etkinliklerden söz edilmektedir.

Tablo 5'teki Sınıf III, IV ve V'te yer alan deniz turizmi aktivitelerinin gerçekleşmesinde deniz kıyısı marinaları farklı düzeylerde rol üstlenmektedir.

1.2.2. Yönetim Durumuna Göre Sınıflandırma

Yönetim durumlarına göre marinaların sınıflandırılmasında önemli olan kavram marinanın hangi kişi ya da kuruluşlar tarafından işletildiğidir. Marinalar kişilere, özel şirket veya holdinglere bağlı olabildikleri gibi resmi kuruluşlara bağlı olarak da işletilebilirler. Yönetim durumlarına göre marinalar iki grupta incelenebilir.⁶⁷

- Yerel İdare Marinaları
- Özel Marina İşletmeleri

1.2.2.1. Yerel İdare Marinaları

Bu sınıftaki marinalar buldukları yerdeki mahalli idareler tarafından işletilmektedir. Marina bazen bir belediyenin bazen de bir muhtarlığın yönetim alanı içerisinde bulunabilmektedir. Nerede konumlandıklarından daha önemli olan husus, bu marinaların kamu malı olması ve resmi kuruluşlarca yönetiliyor olmasıdır.

Türkiye'de ilk marina özel sektör tarafından 1976 yılında Çeşme Altinyunus Oteli önünde açılmıştır. Bunu devlet tarafından açılan Kuşadası Turban ve Bodrum Turban marinaları izlemiştir. Turban A.Ş. Kemer ve Antalya Kaleiçi marinaları ile birlikte dört marina işletmesi açmıştır. Başka bir ifadeyle marinacılığı ülkemize getiren öncü marinalar arasında devlet işletmeleri bulunmaktadır. Bununla birlikte

⁶⁷ Ömer V. Karacalar, Kişisel Görüşme, Milta Turizm İşletmeleri, Bodrum Marina Şubesi, Marina Bölüm Başkanı, 2010.

Turban marinaları 1997 yılında ihale ile özelleştirilmişlerdir. Günümüzde kamu malı olarak faaliyet göstermekte olan marinalar genellikle belediyeler tarafından işletilmektedir.

1.2.2.2. Özel Marina İşletmeleri

Kişi veya kuruluşların sahipliğinde olan özel işletmelerdir. Türkiye'nin ilk özel marina işletmeciliği 1976 yılında Koç Grubu'yla Altinyunus Çeşme Marina'nın açılmasıyla başlamıştır.⁶⁸ Setur Marinaları, Türkiye'nin ilk zincir marina işletmesi konumundadır ve Kalamış, Fenerbahçe, Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Marmaris ve Finike olmak üzere 7 marina işletmektedir.

Bu çalışmada saha araştırması yapılmak üzere seçilen "5 Altın Çıpa" ödüllü on adet marina da özel işletmedir. Saha araştırmasının yapıldığı tarihte bu marinalar, sağladıkları standartlar ve verdikleri hizmetlerle, İngiltere Yat Limanları Birliği'nin 5 Altın Çıpa ödülüne layık görülmüş olan on Türk marinası olup marinalardan Port Göcek diğer bir marina grubuna dahil olarak araştırma sürerken isim değişikliğine uğramıştır.

Araştırma kapsamında bulunan on marinada ve bunlara ek olarak Türkiye'deki diğer ana yat limanlarında hangi tür hizmetlerin verildiği, marinaların sahip oldukları "5 Altın Çıpa Ödülü" ve/veya "Mavi Bayrak" gibi faktörlere ilişkin ayrıntılar Tablo 6'da sunulmaktadır. Araştırmaya dahil olan on marinanın görüntüleri ise EK 4'te verilmektedir.


⁶⁸ Vedat Midilli, "Türkiye Marinacılıkta Bir Numara", Ropörtaj, 11.03. 2010, <http://www.denizhaber.com.tr/roportaj/25048/setur-marina-vedat-midilli-yalova-yat-rally-ulastirma-bakani-binali-yildirim-kus.html> , (07.09.2010)

Tablo 5. Deniz Turizmi Olanak ve Aktiviteleri

Karakteristikler	Sınıf I Kolay Ulaşılabilir	Sınıf II Ulaşılabilir	Sınıf III Daha az Ulaşılabilir	Sınıf IV Kısmen Uzak	Sınıf V Uzak
Sosyal etkileşim durumu	Diğerleriyle çokça sosyal etkileşim Yüksek düzeyde hizmetler Genellikle kalabalık	Diğerleriyle sıklıkla temas	Diğerleriyle bazen temas	Huzur ve sessizlik, Güvenlik ve kurtarıma imkanı Diğerleriyle nadiren temas	Tek başınlık Sükunet Doğaya yakınlık Kendine yeterli
Çevre	Birçok insan etkisi ve yapısı Düşük kalitede doğal çevre	Yakında görülebilen insan etkisi ve yapıları	Yakında görülebilen az sayıda insan yapısı	İnsan aktivitesine dair belirtiler, kıyı ışıkları, şamandıra veya işaretler	İzole Yüksek kalitede doğal çevre Çok az insan etkisi
Lokasyon	Merkez içinde veya çok yakın Plajlar, gel-git seviyelerinin ortasında kalan kıyı alanları	Gel-git seviyelerinin ortasında kalan kıyı alanlarından 100 metre açığa kadar	100 metreden 1 km.'ye kadar açıklar	1'den 50 km.'ye kadar açıklar ve izole sahiller	İnsan yerleşimi olmayan sahiller 50km.ve üzeri uzaklıklar
Aktivite Çeşidi	Güneşlenme Çevre izleme Yüzme Oyun oynama Yeme- içme	Yüzme Snorkelle yüzme Balık tutma Jet-ski, parasailing Kayıkla gezme Sörf ve rüzgar sörfü	Genellikle tekne ile Yelken yapma Balık avlama Snorkel Scuba dalışı	Bazı scuba dalışları Deniz altı Motorbot Büyük teknelerle yelken yapma	Açık denizde yelken Sportif açık deniz balık avı Kıydan uzak su kayağı

Kaynak: Orams, 1999, s.

Tablo 6. Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Yat Limanları'nda Kapasite, Hizmetler, 5 Altın Çıpa ve Mavi Bayrak Özellikleri

 Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Yat Limanları		KAPASİTE				HİZMETLER																																									
		DENİZ	KARA	TOPLAM	Oranlar %	Toplam %	MAVİ BAYRAK	ELEKTRİK	SU	METEOROLOJİ	BENZİN İSTASYONU	SİTİNE ve ATIK SU ALIMI	TELEFON	OPERATÖR	İNTERNET	OTO PARK	TV	GÜVENLİK 24s	GÜVENLİK KAMERASI	TAMİR BAKIM ÜNİTELERİ	YAT MARKET	DALGIÇ	SUPERMARKET	ALIŞVERİŞ MERKEZİ	ÇAMAŞIRHANE	GÜMRÜKSÜZ SATIŞ MAĞAZASI/Duty free shop	DOKTOR/İLK YARDIM	TAKSİ	DÖVİZ İŞLEMLERİ	RESTORAN / CAFE / BAR	TENİS KORTU	YÜZME HAVUZU	OTEL	KİRALIK ARAÇ / RENT A CAR	PLAJ / BEACH	AÇIK HAVA SINEMASI	BİLET REZERVASYONLARI										
1	Setur	Fenerbahçe/Kalamış, İstanbul	1.070	220	1.290	8,64%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								
2		Netsel, Marmaris	720	100	820	5,49%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
3		Kuşadası, Kuşadası	380	220	600	4,02%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
4		Finike, Finike	350	150	500	3,35%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
5		Çeşme	190	90	280	1,87%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
6		Ayvalık	50	150	200	1,34%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
7	D-Marin	D-Marin Didim, Didim	576	600	1.176	7,87%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
8		D-Marin Turgutreis, Bodrum	550	150	700	4,69%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
9		D-Marin Göcek, Fethiye	374	160	534	3,57%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
10	Marinturk	İstanbul City Port, Pendik, İstanbul	752	280	1.032	6,91%			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
11		Göcek Village Port, Göcek	140	0	140	0,94%			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
12		Göcek Exclusive, Göcek	80	0	80	0,54%			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
14	Diğer	Marmaris Yat Marin, Marmaris	650	1000	1.650	11,05%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
13		Ataköy, İstanbul	700	100	800	5,36%	5,36%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
15		Teos Marina, Sığacık	480	100	580	3,88%	3,88%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
16		Port Bodrum Yalıkavak, Bodrum	450	100	550	3,68%	3,68%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
17		C&N Çeşme Marina, Çeşme	400	100	500	3,35%	3,35%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
25		Çelebi Antalya, Antalya	169	290	459	3,07%	3,07%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
20		Alanya Marina, Alanya	287	160	447	2,99%	2,99%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
19		Mihta Bodrum, Bodrum	375	40	415	2,78%	2,78%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
18		Ece Saray, Fethiye	400	0	400	2,68%	2,68%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
23		Kemer Türkiz, Kemer	235	140	375	2,51%	2,51%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
26		Albatros, Marmaris	150	220	370	2,48%	2,48%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
22		Martı, Marmaris	250	100	350	2,34%	2,34%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
21		Alaçatı Marina, Çeşme	260	80	340	2,28%	2,28%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
24		İltur Club Marina, Fethiye	195	0	195	1,31%	1,31%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
27	Skopea, Fethiye	85	0	85	0,57%	0,57%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
28	Levent Marina, İzmir	70	0	70	0,47%	0,47%		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		TOTAL / TOTALE	10.388	4.550	14.938	100,00%	100,00%																																								

Kaynak: Bezirgan, 2010.

1.2.3. Kara – Su İlişkisine Göre Sınıflandırma

Marinalarda su üzerindeki alan ile karadaki alan hacimsel olarak birbirine eşit olsa da yapısal durumlarına bağlı olarak sahip oldukları kıyı çizgisinin uzunluğu farklılık göstermektedir. 3621 sayılı ve 04/04/1990 kabul tarihli kıyı kanununun dördüncü maddesinde kıyı, kıyı çizgisi, kıyı kenar çizgisi ve sahil kavramlarına aşağıda görüldüğü şekilde açıklık getirilmektedir:⁶⁹

Madde 4 - Bu Kanunda geçen deyimlerden;

Kıyı Çizgisi:Deniz, tabii ve suni göl ve akarsularda, taşkın durumları dışında, suyun karaya değdiği noktaların birleşmesinden oluşan çizgiyi,

Kıyı Kenar Çizgisi: Deniz, tabii ve suni göl ve akarsularda, kıyı çizgisinden sonraki kara yönünde su hareketlerinin oluşturulduğu kumluk, çakıllık, kayalık, taşlık, sazlık, bataklık ve benzeri alanların doğal sınırını,

Kıyı: Kıyı çizgisi ile kıyı kenar çizgisi arasındaki alanı,

Sahil Şeridi (Değişik tanım: 01/07/1992 - 3830/1 md.): Kıyı kenar çizgisinden itibaren kara yönünde yatay olarak en az 100 metre genişliğindeki alanı ifade eder.

Kıyı Kanunu'nda yapılan tanımlamalara göre açıklama yapılırsa; marinalarda deniz, doğal ve suni göl ve akarsularda taşkın durumları dışında, suyun karaya değdiği noktaların birleşmesinden oluşan çizginin uzunluğu değişiklik göstermektedir. Kara–Su ilişkisine göre sınıflandırmada önemli kriter kıyı çizgisinin uzunluğu olmaktadır ve bu sınıflandırmaya göre marinalar:⁷⁰

- Açık Deniz Tipi (Offshore) Marinalar,
- Yarım Girintili (Semi-Recessed) Marinalar,
- Gömme Tip (Built-in) Marinalar ve
- Karayla Çevrili (Landlocked) Marinalar, olmak üzere dört grupta incelenebilir.

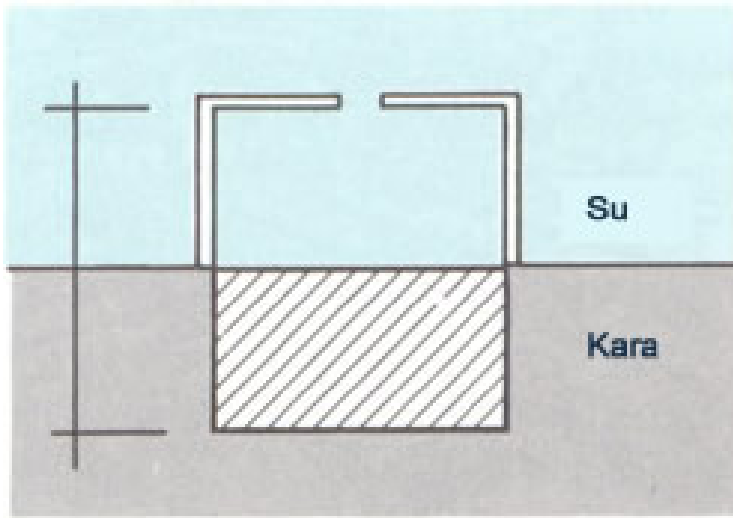
⁶⁹ Adalet Bakanlığı, Kıyı Kanunu, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/790.html> , (18.08.2010)

⁷⁰ Adie, a.g.e., s. 98

1.2.3.1. Açık Deniz Tipi Marinalar

Açık Deniz Tipi marinalar doğal kıyı çizgisi en kısa olan marina tipidir. Su üzerinde marina alanı uzun dalgakıranlar yardımıyla yaratılmaktadır. Teknelerin yakınına tesis kurma olanağı en az olan tiptir.⁷¹ Şekil 3 bu tipte bir marinayı göstermektedir.

Şekil 3. Açık Deniz Tipi Marina



Kaynak: Adie, 1984, s.98

Açık Deniz Tipi marinaların avantaj ve dezavantajları aşağıda sıralanmaktadır:⁷²

- Avantajlar:**
- En kısa kıyı koruma perdesi (bulkhead)
 - En az karasal alan
 - En az dip tarama (dredging)
- Dezavantajlar:**
- Derin suda yüksek inşaat maliyeti
 - Akıntı ve hava etkilerine açıklık
 - Deniz trafiği tehlikeleri
 - En kısa çevre kapatma duvarı
 - Kıyı kum hareketi sebebiyle su bulanıklığı

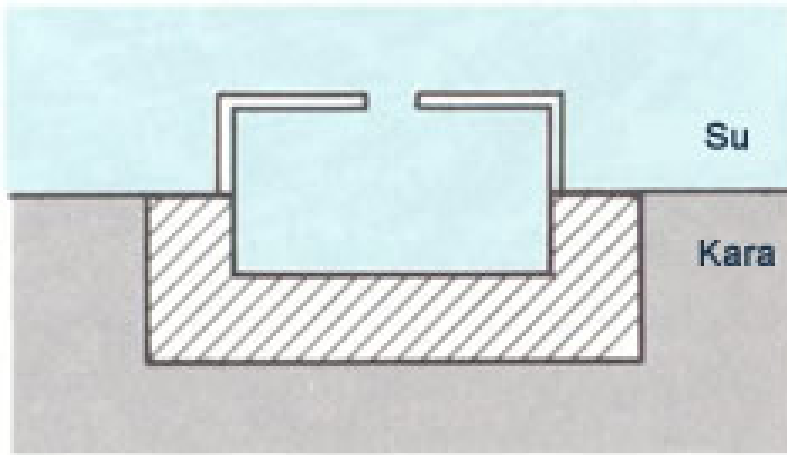
⁷¹ Mill, a.g.e., s. 178

⁷² Adie, a.g.e., s. 98

1.2.3.2. Yarım Girintili Marinalar

Bu tip marinaların deniz tipi marinalardan biraz daha uzun kıyı çizgisi olup hafifçe kara içerisine doğru girinti yapan marinalardır. Ancak açık deniz tipi marinalardaki kadar uzun olmasa da su üzerinde marina alanı yaratmak için diğer tiplerden uzun dalgakıran yapılması gerekmektedir.⁷³

Şekil 4. Yarım Girintili Marina



Kaynak: Adie, 1984, s. 98

Yarım Girintili Marinaların avantaj ve dezavantajları aşağıda belirtilmektedir:⁷⁴

Avantajlar Tarama ve doldurma bakımından ekonomiklik

Dezavantajlar Deniz trafiği tehlikeleri

1.2.3.3. Gömme Tip Marinalar

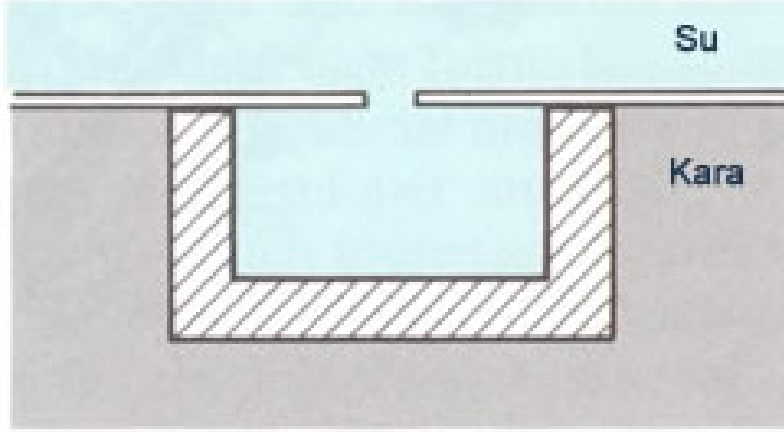
Bu tip marinalarda su tıpkı bir körfezde olduğu gibi karaya girinti yapmış durumdadır ve doğal kıyı çizgisi önceki iki marina tipine göre daha uzundur. Marina

⁷³ Mill, a.g.e., s.178

⁷⁴ Adie, a.g.e., s.98

önüne bir giriş yolu oluşturacak şekilde düz dalgakıranlar yapmak suretiyle su üzerindeki alan belirginleştirilmektedir.⁷⁵ Şekil 5 bu tip bir marinaya örnektir.

Şekil 5. GömmeTip Marina



Kaynak: Adie, 1984, s. 98

Gömme Tip Marinaların avantaj ve dezavantajları aşağıdaki gibidir:⁷⁶

Avantajlar	Kesintisiz sahil hattı Geniş kara-su ilişkisi Kayda değer uzunlukta çevre kapatma duvarı
Dezavantajlar	Geniş karasal alan Uzun kıyı koruma perdesi Çok miktarda dip tarama

1.2.3.4. Karayla Çevrili Marinalar

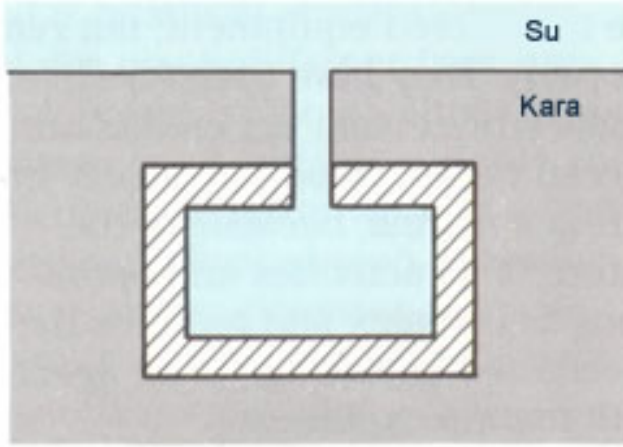
Karayla Çevrili Marinalar'ın görünümü adeta bir gölü andırmaktadır. Tamamen kara ile çevrilmiş olup bir giriş kanalı ile suya (deniz, göl veya nehir) bağlantıları bulunmaktadır. Bu sebeple de dalgakıran yapımı söz konusu değildir. Bir kara parçasının içerisinde toprağın kazılıp çıkarılması ve kanal yardımıyla açık

⁷⁵ Mill, a.g.e., s. 179

⁷⁶ Adie, a.g.e., s.98

denize bağlantısının sağlanması yoluyla yapılırlar.⁷⁷ En korunaklı ancak en masraflı tiptir. Korunaklılığı tamamen açık deniz dalgalarına kapalı olmalarındandır. Fakat, eğer su sirkülasyonunu sağlamak için özel sistemler kullanılmaz ise marina içi su kalitesinde ciddi sorunlarla karşılaşılabilir.

Şekil 6. Karayla Çevrili Marina



Kaynak: Adie, 1984, s. 98,

Karayla Çevrili Marinaların avantaj ve dezavantajları aşağıda görülmektedir:⁷⁸

Avantajlar	En uzun çevre kapatma duvarı Sahil hattında en az kesinti
Dezavantajlar	En uzun kıyı koruma perdesi Açık denizden uzaklık

1.2.4. Hizmet Amaçlarına Göre Sınıflandırma

Marinalar hizmet sektörü altında yer alan turizm işletmeleridir. Hepsinin amacı birtakım hizmetler sunarak kâr elde etmektir. Ancak marinaların sunmayı hedeflediği hizmet çeşitleri farklılık göstermektedir. Bir başka ifadeyle marinalar kurulurken farklı farklı amaçlara hizmet etmek üzere yapılandırılır ve

⁷⁷ Mill, a.g.e., s. 179

⁷⁸ Adie, a.g.e., s. 98

konumlandırılırlar. Örneğin bir marina yalnızca yatlara kışlama hizmeti vermek üzere faaliyet gösterebilirken, başka bir marina seyir halindeki yatçılara konaklama ve diğer hizmetleri sunmayı hedefleyebilir. Hizmet amaçlarına göre marinalar üç grupta ele alınabilir.⁷⁹

- Çekek Yerleri,
- Geleneksel Marinalar,
- Tatil Destinasyonu Marinalar.

1.2.4.1. Çekek Yerleri

Çekek yerleri, balıkçı tekneleri, küçük tonajlı tekneler veya yatların bakım ve onarımlarının yapılması için karaya alınmalarına imkân sağlayacak donanım ve bakım ve onarım çalışmalarına yetecek kadar kumsal veya sıkıştırılmış toprak zemin veya katı sıcak asfalt veya betonlanmış eğimli alana sahip olan kıyı düzenlemeleridir.⁸⁰ Yatlara da hizmet veriyor olmakla birlikte çekek yerleri turizm tesisleri arasında yer almamaktadır. Bu nedenle çekek yerleri Turizm Bakanlığı tarafından değil Ulaştırma Bakanlığı, Denizcilik Müsteşarlığı tarafından belgelendirilir.

1.2.4.2. Geleneksel Marinalar

Geleneksel marinalar ifadesi ile kastedilen kavram aslında işletmenin doğrudan seyir halindeki veya konaklama ve kışlama yapma niyetindeki yat ve yatçılara hizmet verme amacıyla olduğudur. Bu sınıflandırma kapsamına girecek olan marinalar bir başka ifadeyle, bölüm 1.1.1.'de marina kelimesinin tanımı yapılırken belirtilen hizmet ve tesisleri bünyesinde bulunduran marinalar olmaktadır.

1.2.4.3. Tatil Destinasyonu Marinalar

Uluslararası Marina Enstitüsü'nün yaptığı tanıma göre Tatil Destinasyonu Marina'lar (Destination Resort Marinas); hem karadan hem sudan erişim

⁷⁹ Bezirgan, 2010.

⁸⁰ Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, *BSTS / Su Ürünleri Terimleri Sözlüğü*
<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=%E7ekek+yeri&ayn=tam> , (27.08.2010)

sağlanabilen, yatlar ve özellikle mega yatlar için de yanaşma ve bağlama yerleri bulunan, konaklama tesisi olan, restoran, yüzme havuzu, anfi-tiyatro gibi tesisleri ve bir tatailköyü atmosferini oluşturabilecek diğer eğlence öğelerini bünyesinde barındıran yerlerdir.⁸¹

Deniz Turizmi Yönetmeliği 5. maddesinin 3. fıkrasında “Kruvaziyer gemi limanları ile dört ve beş çıpalı yat limanlarında, imar planına uyulmak kaydıyla ve turizm hizmetini kolaylaştırmak ve kalitesini artırmak amacıyla, 10/5/2005 tarihli ve 2005/8948 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla yürürlüğe konulan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe uygun konaklama, yeme içme tesisleri ile yat limanlarında, bağlama kapasitesinin %30’u kadar yatçı konaklama tesisleri yapılabilir.” ifadesi yer almaktadır (bkz. EK 1). Türkiye’deki 5 Altın Çıpa ödüllü marinalardan biri de bu kategoride yer almaktadır.

1.3. MARİNA İŞLETMELERİNİN DERECELENDİRİLMESİ

Marinacılık konusunda tecrübelerin eskiye dayandığı ülkelerde marinaların belirli kriterler çerçevesinde derecelendirildiği sistemler bulunmaktadır. Bu sistemlerin çoğunluğunda marinalar, otellerin derecelendirilmesinde kullanılan yöntemlere benzer şekilde değerlendirilip, bazı sistemlerde otellere verilen “Yıldız”lar gibi yıldızla, bazı sistemlerde ise yıldız yerine “Çıpa”larla ödüllendirilmektedirler. Aşağıda bu marina derecelendirme sistemlerinden bazıları ve Türkiye’de Deniz Turizmi Yönetmeliği ile birlikte yürürlüğe girmiş olan dercelendirme sistemi örnek olarak açıklanmaktadır.

1.3.1. İngiltere’de Marina Derecelendirme

Marina derecelendirme sistemleri arasında en bilineni İngiltere TYHA tarafından verilen “Altın Çıpa Ödülü”dür. 3, 4 ve 5 Altın Çıpa olarak üç kategoride derecelendirme yapılmaktadır. Aralarında İngiltere, İrlanda, Hollanda, Singapur, Türkiye, Fransa, Portekiz, Belçika ve Tayland olmak üzere 9 ülkeden toplam 56

⁸¹ IMI, a.g.e.

marina, TYHA'dan 5 Altın Çıpa, 28 marina 4 Altın Çıpa ve 7 marina 3 Altın Çıpa ödülüne sahip durumdadır.⁸²

Bu derecelendirme yönteminde başvuruda bulunan marinalar, merkezden gönderilen ve tespiti yapabilecek ehliyeti olan denetleyiciler tarafından yerinde gezilerek ve incelenerek, Altın Çıpa Ödülü Tespit Tutanağı üzerinde notlandırılıp genel skor yüzdelik oranına göre dereceye sokulmaktadırlar. Altın Çıpa Ödülü Tespit Tutanağı, herbiri en ince detaylara kadar inen toplam 123 madde içeren on bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler aşağıdaki gibidir.⁸³

- Genel iskele düzeni, yanaşma ve yerleşim
- Müşteri işlem ve ilişkileri
- Tesisler
- Hizmetlerin sunumu
- Sağlanan ekipmanlar
- Sağlık ve Güvenlik
- Çevre politikası
- Marina içi genel bakım onarım
- Alınmış lisans ve sertifikalar
- Personelin yeterliliği

1.3.2. Almanya'da Marina Derecelendirme

Almanya'da marinaların derecelendirilmesinde yaygın olarak kullanılan sistem, "Denizle İlgili Uluslararası Belgelendirme Kurumu (International Marine Certification Institute-IMCI)" tarafından yönetilip yönlendirilen "Mavi Yıldız Marina Sertifikasyonu"dur. Bu sistem ve belgeler esas olarak Alman Turizm Birliği, Alman Marinalar Birliği, Alman Tekne Kullanıcıları Birliği, Alman Otomobil Kulübü ve IMCI tarafından hazırlanmış bulunmaktadır. Çeşitli kalite belgeleri arasında ayrıca ISO 45011'e uygun bir "Marina Denetim Programı"da mevcuttur.

⁸² The Yacht Harbour Association Ltd., Gold Anchor Award Scheme, <http://www.yachtharbourassociation.com/GoldAnchors.asp> , (19.12.2010)

⁸³The Yacht Harbour Association Ltd., 2010

Mavi Yıldız Marina Sertifikasyonu'nda, bir yıldızdan beş yıldıza kadar değişen bir derecelendirme aralığı bulunmaktadır. Bu aralık içerisinde 35 Alman marinasının yanısıra, 2 adet İtalyan ve 1 adet de İspanyol marinası sertifikalandırılmış durumdadır. Bu sistem içerisinde 40 farklı ülkeden toplam 19 denetleyici görev yapmakta ve derecelendirme kriterlerine dayanarak marinalara sertifika vermektedir.⁸⁴

Mavi Yıldız Marina Sertifikasyonu'nun marina değerlendirmedeki kriter alanları altına yüklenmiş olan maddeler bir yıldız sertifikası için 19 olurken, beş yıldızda 64'e çıkmaktadır. Bu maddelerin yüklenmiş olduğu temel kriter alanları ise aşağıda görülmektedir:⁸⁵

- Dış görünüm ve sunum
- Güvenlik
- Sıhhi tesisat ve hijyen
- Hizmet
- Yiyecek ve eğlence üniteleri
- Yönetim, çevre koruma ve atık sistemi
- Tekne depolama ve kışlama alanları

1.3.3. Avustralya'da Marina Derecelendirme

Avustralya Marina Endüstrileri Birliği 2009 yılında "Marinalar İçin Uluslararası Altın Çıpa Derecelendirme Planı" adı altında yeni bir marina derecelendirme sistemi yürürlüğe koymuştur. Kuruluş, marinaların derecelendirilmesinin tekne sahipleri ve marina müşterilerine hangi marinanın kendi ihtiyaçlarına en iyi şekilde hitap ettiğini anlamak açısından son derece faydalı olduğunu ifade etmektedir. Bu amaçla yeni başlatılan sistemin otel yıldızlama sistemlerine benzeyen, kullanımı ve anlaşılması kolay bir şekilde tasarlandığı belirtilmektedir.⁸⁶

⁸⁴ Blue Star Marina Certification, Requirements, <http://imci.org/index.php?nav=42&pageld=90> , (20.12.2010)

⁸⁵ Blue Star Marina Certification, 2010

⁸⁶ Marina Industries Association of Australia, Gold Anchor- International Rating Scheme for Marinas, <http://www.marinas.net.au/home/programs/goldanchor> , (24.12.2010)

Marinalar İçin Uluslararası Altın ıpa Derecelendirme Planı'nda marinalar sahip oldukları tesisler ve sundukları hizmetler bazında 96 farklı kriter için, uzman denetleyiciler tarafından değerlendirilmektedir. Bu değerlendirmelerde marinalar aldıkları toplam puana göre "3 Altın ıpa " ile "5 Altın ıpa" arasında değişen derecelere girmektedirler. Marinaların derecelendirilmesinde esas alınan on temel kriter alanı ise aşağıda sıralanmaktadır.⁸⁷

- Marina dizaynı
- Altyapı ve koőullar
- Sunulan hizmetler
- Çevresel faktörler
- Karadaki tesisler
- Yiyecek-içecek tesisleri
- Bölgenin ekicilik unsurları
- Sorgu ve kayıt işlemleri
- Rezervasyonun kolaylığı
- Pazarlama sistemi

1.3.4. Türkiye'de Marina Derecelendirme

24.07.2009 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürülüğe giren Deniz Turizmi Yönetmeliği ile birlikte Türkiye'de de marinaların bir sisteme göre derecelendirilmesine baőlanmıştıır.

Deniz Turizmi Yönetmeliği'nin dokuzuncu madde 1. fıkrasında yat limanlarının tanımı yapılmakta olup 2. ve 3. fıkralarında bunların hangi kriterlere göre üç, dört veya beş Çıpalı olarak derecelendirilecekleri açıklanmaktadır. Yönetmeliğin onuncu maddesinde yat limanları dışındaki diğer tesislere ilişkin ayrıntılı açıklama yer almaktadır (bkz. EK.1). Yat limanlarına yönelik derecelendirme aşağıda görülmektedir:⁸⁸

Madde 9- (2) Yat limanları;  Çıpalı yat limanları, dört Çıpalı yat limanları, beş Çıpalı yat limanları olarak üçe ayrılırlar.

⁸⁷ Marina Industries Association of Australia, 2010

⁸⁸ Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009

a) Üç çıpalı yat limanları; 6. ve 7. maddelerde yer alan niteliklerin yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri de taşır:

- 1) Satış üniteleri.
- 2) Kadın ve erkek yatçılar için bağlama kapasitesinin en az %5'i kadar duş ve tuvalet.
- 3) Çamaşır ve bulaşık yıkama yerleri.
- 4) Yatçıların dinlenmelerini ve bir arada bulunmalarını sağlayan sosyal tesis.
- 5) Bedensel engelliler için tuvalet ve özel düzenlemeler.

b) Dört çıpalı yat limanları; üç çıpalı yat limanları için aranan şartların yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- 1) Lokanta ve kafeterya.
- 2) Kadın ve erkek yatçılar için bağlama kapasitesinin en az %10'u kadar duş ve tuvalet.
- 3) Kuru temizleme hizmeti.
- 4) Yat çekek alanı ve vinç sistemleri.
- 5) Bakım onarım hizmeti.
- 6) Yatçı eşya depoları.
- 7) Bağlama kapasitesinin en az %20'si kadar otopark alanı veya otopark hizmeti.
- 8) Tenis kortu.
- 9) Yüzme havuzu veya plaj yeri.
- 10) Aletli jimnastik, masaj, sauna, hamam imkanlarının sağlandığı üniteler.

c) Beş çıpalı yat limanları; dört çıpalı yat limanları için aranan şartların yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- 1) Helikopter pisti.
- 2) Banka hizmetleri ünitesi.
- 3) Revir.
- 4) Sergi, konser, eğlence mekanları.
- 5) Toplantı salonu.
- 6) En az iki tenis kortu.

7) Bağlama kapasitesinin en az %30'u kadar otopark.

(3) Üç çıpalı yat limanlarında 6. maddenin (h) bendi ile 7. maddenin (e) ve (ı) bentlerinde yer alan nitelikler ihtiyaridir.

1.4. MARİNA İŞLETMELERİNİN YÖNETİM YAPISI

Marina işletmelerinde de diğer turizm işletmelerinde olduğu gibi hizmetin sunulabilmesi için insan emeğine duyulan gereksinim ağırlıklı olarak kendini hissettirmektedir. Ancak marina işletmelerinin turizmin diğer dallarından ayrı olarak deniz üzerinde ve deniz araçlarıyla ilgili operasyonlarının da varlığı, gereksinim duyduğu işgücünün çeşitliliğini artırmaktadır. İşgücünün çeşitliliği yönetimin de konusuna göre çeşitli ve yeterli olmasını gerektirmektedir.

1.4.1. Marina İşletmelerinde Organizasyon

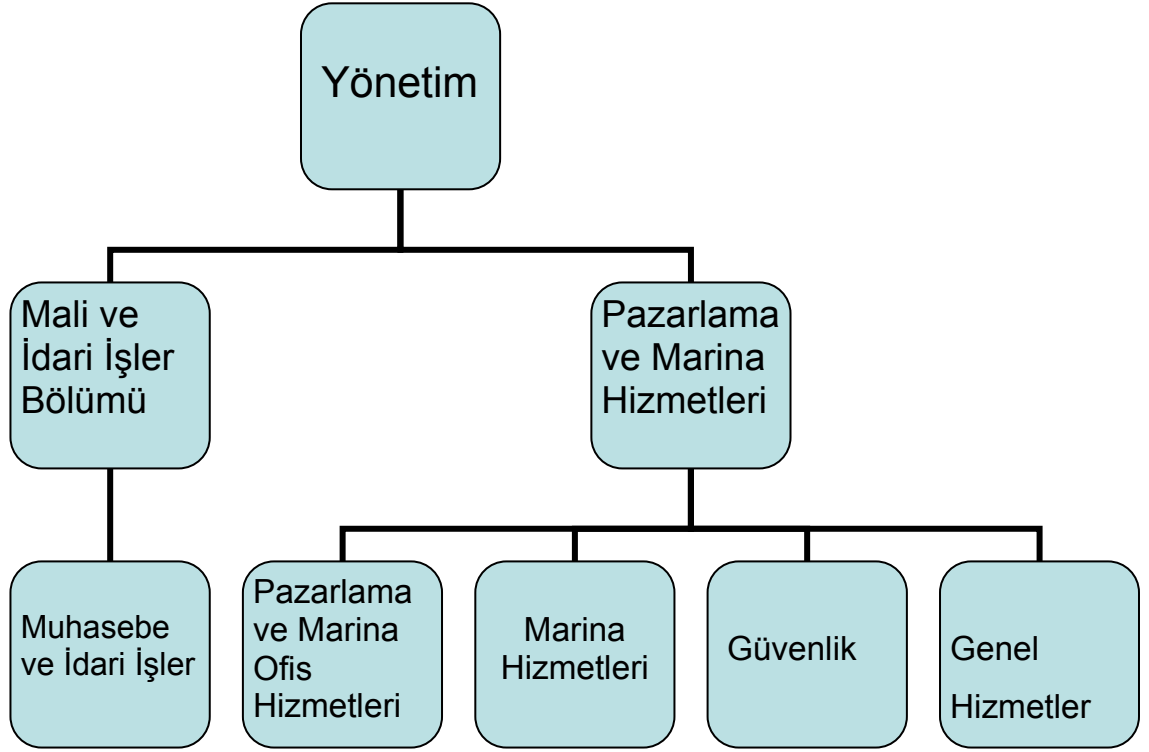
Her işletmede olduğu gibi marinalarda da organizasyon belli bir amaç ve hedef doğrultusunda yapılandırılmaktadır. İşletme faaliyetlerinin hedefine ulaşabilmesi bakımından yönetimlerin yetki devri yapması bunun yanısıra hiyerarşı ve ilişkilerin düzenlenmesi son derece gereklidir.

Bir hizmet endüstrisi olarak yatçılara en iyi hizmeti verebilme amacıyla olan marina işletmelerinin hizmet kalitesini en yüksek düzeye çıkarabilmesi için herbiri kendi dalında bilgi, beceri ve deneyim sahibi olan bir kadro ile çalışması kaçınılmaz zorunluluklardandır. Marinalarda organizasyon bu ihtiyacı karşılayabilecek bir yapıda kurulmalıdır.

Marinalar için tek tip bir organizasyon şeması bulunmayıp organizasyon yapıları işletmenin kuruluş yeri, büyüklüğü, yerleşim planı, personel ihtiyacı, nitelikleri, izlediği politika ve hizmetlerin türüne göre şekillenmektedir. Şekil 7'de bağlama yeri kapasitesi 50 olan bir marina için organizasyon örneği görülmektedir.⁸⁹

⁸⁹ Mandalya Marina, İşletme ve Pazarlama, <http://www.mandalya.de/tur/sonst.html> , (03.01.2011)

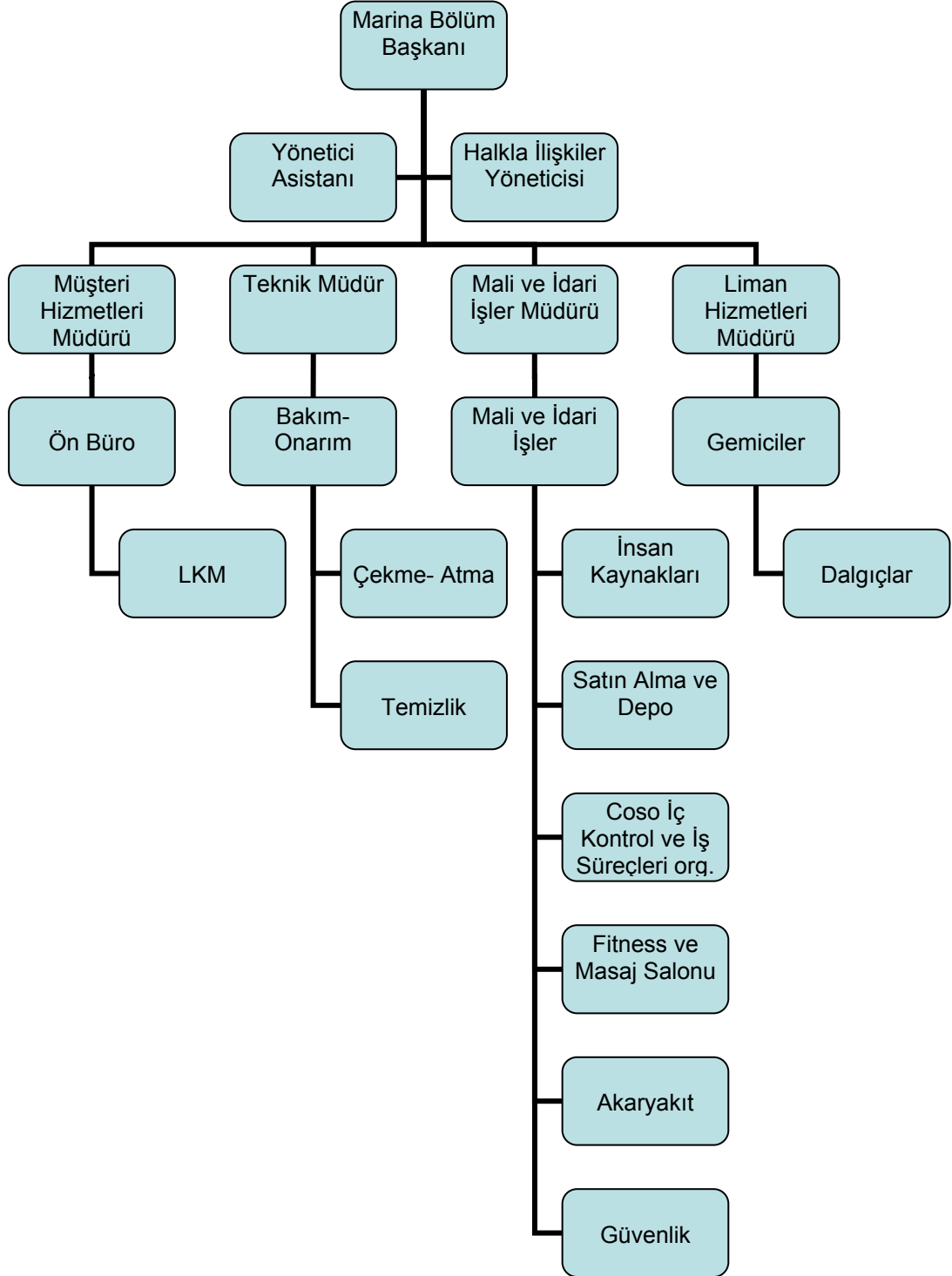
Şekil 7. Marina Organizasyon Şeması (50 Bağlama Yeri)



Kaynak: Mandalya Marina, İşletme ve Pazarlama, <http://www.mandalya.de/tur/sonst.html> , (03.01.2011)

Bir marinanın kapasitesi organizasyon büyüklüğü ile doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, daha büyük ölçekli veya net bir ifade ile 400-500 bağlama yeri kapasitesi olan bir marina için gereken organizasyon yapısını Şekil 8'deki şema ile göstermek mümkündür.

Şekil 8. Marina Organizasyon Şeması (400-500 Bağlama Yeri)



Kaynak: Metin Gür, Milta Marina Müşteri Hizmetleri Müdürü, Kişisel Görüşme, 10.07.2010, Bodrum.

1.4.2. Marina Yöneticileri ve Çalışanları

Şekil 8'de görüldüğü gibi marina işletmelerinde de diğer turizm işletmelerinde olduğu gibi bir üst düzey yönetici kadrosu bulunmaktadır. Beş veya altı kişiden oluşabilen bu yöneticilerin başında "Marina Bölüm Başkanı" gelmektedir. Marinalarda bu pozisyon "Marina Genel Müdürü" veya "Marina Müdürü" olarak adlandırılabilir. 2005 yılında yapılan bir araştırmada Türkiye'deki 27 marina yöneticisiyle görüşülmüş ve bunların %44,4'ünün "Marina Müdürü", %18,5'inin "Marina Genel Müdürü" sıfatı taşıdığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada marina yöneticilerinden birinin doktora, birinin yüksek lisans, 22'sinin lisans ve üçünün ön lisans derecesine sahip olduğu görülmüştür.⁹⁰ Deniz Turizmi Yönetmeliği'nin 19. maddesinde işletme müdürünün nitelikleri, 20. maddesinde de müdürün yetki ve sorumlulukları belirlenmiştir. (bkz. EK 1)

Araştırma kapsamında, Eylül 2008'de İngiltere'nin Brighton kentinde Brighton Marina Müdürü CMM⁹¹ Andrew Garland yapılan karşılıklı görüşmede kendisinin "Maritime Leisure Management (Deniz Turizmi İşletmeciliği)" dalında lisans derecesine, buna ek olarak Uluslararası Marina Enstitüsü'nden sertifikaya sahip olduğunu ifade etmiştir. Aynı görüşmede Garland, marina operasyonları için oldukça önemli olan bir orta düzey yönetici grubu olan "Bağlama Amiri"nin (Berthing Masters) diğer yöneticilerden farklı olarak üç vardiya şeklinde çalışması gerektiğini vurgulamıştır.

Marinalarda "Bağlama Amirleri"nin dışında gece vardiyasında tek başlarına görev yapan diğer çalışanlar da bulunmaktadır. Müdür ve amirler yalnız çalışan bu personelin güvenliği açısından, izlenmesi gereken prosedürleri kullanabilecekleri yerlere bırakmalı ve aynı zamanda da kullanımda olan alarm sistemleri çalışır durumda olmalıdır.⁹²

Türkiye'de bugüne kadar üniversiteler bünyesinde salt marina işletmelerinde çalışmak üzere işgücü yetiştirmeye yönelik özel bir lisans veya ön lisans programı bulunmamakta olup, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu

⁹⁰ Özen Kırant, E. Deniz Eriş, A Proposal to Integrate Turkish Marinas and Hospitality Industries, Internationale Congress on Coastal & Marine Tourism Proceedings, Çeşme, Türkiye, 2005, s. 11- 21

⁹¹ Certified Marina Managers, Uluslararası Marina Enstitüsü (IMI) tarafından verilen eğitim ve sertifika süreci., <http://www.marinaassociation.org/cmm> , (06.01.2011)

⁹² The Yacht Harbour Association Ltd., a.g.e., s. 60

bünyesinde “Marina İşletmeciliği” adıyla yeni bir program açılmış ve bu programa 2010 yılı güz döneminde ilk öğrencileri alınarak eğitime başlanmıştır. Bu programın amacı marina işletmelerine nitelikli iş gücü ve yöneticiler kazandırmaktır.

1.4.3. Marina Yönetim Ofisi

Her marinada yönetici kadrosunun çalışmalarını sürdürebileceği tatminkar bir ofisin bulunması gereklidir. Bu ofis marina içerisinde, denizden gelen yatçılar ve karadan gelen diğer ziyaretçiler tarafından kolayca ulaşılabilecek bir noktada konumlandırılmalıdır. Ofisin yerini gösteren işaretlendirmeler yeterli sayıda olmalıdır. Resepsiyon kısmında aşağıda sıralanan konular hakkında bilgilerin asıldığı bir ilan panosu bulunmalıdır:⁹³

- Hava tahmin raporu ve günlük gel-git çizelgesi
- Fırtına uyarısı (eğer fırtına varsa)
- Gün doğumu ve gün batımı zamanları
- Denizcileri ilgilendiren konularda bilgiler
- Rüzgar hızı ve yönü
- Yerel sahil güvenlik adresi ve telefonu
- Doktor, dişçi, taksi vb. ile ilgili bilgiler
- Yatçılara ve ziyaretçilere verilen hizmetler
- Nöbetçi Müdür veya Bağlama Amirleri'nin adları
- Marina kuralları, sağlık, güvenlik ve çevre politikaları hakkında bilgiler
- Petrol/yağ atığı kitlerinin bulunduğu yerler
- İlk yardım hizmeti, acil servis adres ve telefonu
- Çöp konteynerlerinin yerleri
- Bağlama ücretleri ve diğer hizmetlere ilişkin fiyat listesi
- Otobüs ve tren zaman çizelgeleri

⁹³ The Yacht Harbour Association Ltd., a.g.e., s. 60

1.5. DÜNYA'DA VE TÜRKİYEDE MARİNALAR

1.5.1. Çeşitli Dünya ve Akdeniz Ülkelerinde Marinalar

Dünya'da yat turizminin en büyük gelişme gösterdiği bölgeler Karayip Adaları ve Akdeniz'dir. Özellikle Batı Akdeniz ülkeleri büyük çapta yat limanı yapımına önem vermişlerdir. Yat limanı yatırımları genelde devlet tarafından yardım görmüş ve ucuz kredilerle desteklenmiştir. Zaman içerisinde yatçılıkla uğraşanların sayısı arttıkça marina ihtiyacı da artış göstermiştir.

ABD Hükümeti genel olarak eğlence ve tatil projelerinin entegre bir parçası olan marina gelişmeleri için harcamaların % 50' sini ödemektedir. Amerikan Hükümeti milli park, marina ve tekne sığınma yerleri inşaa etmekte, özel şirketlere düşük senelik kâr marjı payı karşılığı kiraya vermektedir. Malta hükümeti marina projeleri için tüm harcamaları karşılamakta ve bu program özel bir konsorsiyum ile hükümet tarafından sürdürülmeye çalışılmaktadır.⁹⁴ İngiltere'de direk sübvansiyon çok nadiren olmakla beraber devlet kontrolünde marinalar bulunmamaktadır. Ancak kamu paraları marinalar için yerel otoriteler, liman ve su yolları kuruluşları ve spor ya da taşra aktivitelerini destekleyen resmi kuruluşlar tarafından harcanmaktadır.⁹⁵ 2005 verilerine göre ABD'de 874.000'in üzerinde yat bağlama yeri bulunmaktadır. Aynı tarihli bilgilere göre Dünya'nın çeşitli ülkelerinde yat bağlama yeri ve yanaşma yeri kapasiteleri ile birlikte rekreasyonel tekne sayıları Tablo 7'de verilmektedir.⁹⁶

İtalya, yerel yönetimlerin marina projelerinde merkezi hükümetle işbirliği yapabilmelerine olanak sağlayan yeni bir yasa çıkarmıştır. Yeni marina projeleri için ayrıca "Italia Navigando" adında bir şirket kurulmuş ve yeni düzenlemelerle 2014 yılına kadar, mevcut yat bağlama kapasitesine 200 bin yat bağlama kapasiteli 60 marina daha eklenmesi hedeflenmektedir.⁹⁷ Hırvatistan yat bağlama kapasitesini hızla arttırmakta ve kısa dönem içerisinde 31.000 seviyelerine ulaşmayı hedeflemektedir. Bulgaristan'da ise Karadeniz kıyılarında yat turizmini geliştirmek için marinaların yapımı ve geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

⁹⁴ Bezirgan, 2009

⁹⁵ Bezirgan, 2009

⁹⁶ T.C. Ulaştırma Bakanlığı, a.g.e., s. 48

⁹⁷ T.C. Ulaştırma Bakanlığı, a.g.e., s. 49

Tablo 7. Dünya'nın Çeşitli Ülkelerindeki Yat Bağlama ve Yanaşma Yerleri

	Yat bağlama ve yanaşma yerleri	Rekreasyonel Tekne Sayısı
Avustralya	43,800	-
Hırvatistan	13,878	-
Finlandiya	80,900	110,700
Fransa	227,700	240,113
Almanya	-	209,407
Yunanistan	7,000	19,620
İrlanda	3,300	19,600
İtalya	128,042	846,720
Japonya		268,000
Hollanda	177,000	219,474
Yeni Zelanda	21,000	55,500
Norveç	-	362,000
Polonya	-	32,520
Portekiz	10,516	-
Güney Afrika	2,500	-
İspanya	106,795	47,318
İsveç	200,000	170,000
Türkiye	19,301	13,670
İngiltere	225,000	160,742
Amerika	874,100	5,190,000

Kaynak: UNICOM 2005'den T.C. Ulaştırma Bakanlığı, 2010, s. 49

1.5.2. Türkiye'de Marinalar

1960'lı yıllarda turist taşıyan teknelerin Türkiye kıyılarına gelmeye başlaması, 1970'li yıllarda Avrupa ve Amerika'dan Türkiye'ye gelen yatçılara barınma, tamir, kışlama, alışveriş vb. hizmet verecek tesislere ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. 1970'li yılların sonunda Turizm Bakanlığı'nın bünyesinde çeşitli yat limanları belirlenmiş ve bunların gelişme planları Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanmıştır. Turizmi Teşvik Kanunu'ndan sonra, 1980'li yıllarda, Çeşme'den Antalya'ya kadar genellikle yat turizminin canlı olduğu bölgelerde, daha çok doğal koylar içerisinde çeşitli nitelik ve statülerde yat limanları kurulmuştur.⁹⁸

⁹⁸ T.C. Ulaştırma Bakanlığı, a.g.e., s. 16

Türkiye’de yatçılık hem özel hem de ticari yatlarda yoğunlukla Kuşadası-Antalya arasında kalan bölgede sürdürülmektedir. Bu bölge içerisinde en büyük yoğunluk Bodrum-Kaş arasındaki kesimde oluşmaktadır. Bu bölge dışında İstanbul yat konsantrasyonu yüksek olan, özellikle Türk özel yatlarının yoğunlaştığı tek bölgedir. Bu ve diğer veriler dikkate alınarak ülke bütününde sekiz bölge oluşturulmuştur:⁹⁹

- 1) Bodrum-Kaş arasında yer alan bölge
- 2) Çeşme-Bodrum arasında yer alan bölge
- 3) Çeşme-Ayvalık arasında yer alan bölge
- 4) Kaş-Gazipaşa arasında yer alan bölge
- 5) Doğu Akdeniz Bölgesi
- 6) Marmara Bölgesi
- 7) Karadeniz Bölgesi
- 8) İstanbul

Son 15 yılda Batı Akdeniz’in kirlenmeye başlaması, marinalarda bağlama yeri fiyatlarının artışı ve özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde yatlar için alınmaya başlanan vergiler, yatçıların Doğu Akdeniz’e olan ilgilerini çoğaltmıştır. Bu durum Türkiye’de yat turizmi ve marina işletmeciliği açısından önemli bir fırsat doğurmaktadır. Türkiye, sahip olduğu doğal güzellikler, tarih ve kültür hazinesi, coğrafi konumu ve yatçılığa çok uygun olan iklimi sayesinde Akdeniz, Ege Denizi, Marmara Denizi ve Karadeniz’de yat turizminden sağlanabilecek yadsınamaz bir ekonomik potansiyel taşımaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2009 yılı verilerine göre bakanlıktan işletme belgeli yat limanı sayısı ve bağlama kapasitelerinde 1984’ten 2007 yılına kadar ortaya çıkan artış Tablo 8’de görülmektedir.

⁹⁹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, BPM Barlas İmar Planlama Müşavirlik Ltd. Şti., Türkiye Yat Limanları Master Planı, Ankara, 1997, S. 102

Tablo 8. İşletme Belgeli Yat Limanları ve Kapasitelerindeki Değişim

Yıllar	Bakanlık İşletme Belgeli Yat Limanı Sayısı	Bağlama Kapasitesi
1984	2	435
1989	6	1,035
1994	12	3,611
2001	15	4,024
2003	16	4,579
2005	19	5,607
2007	21	5,870

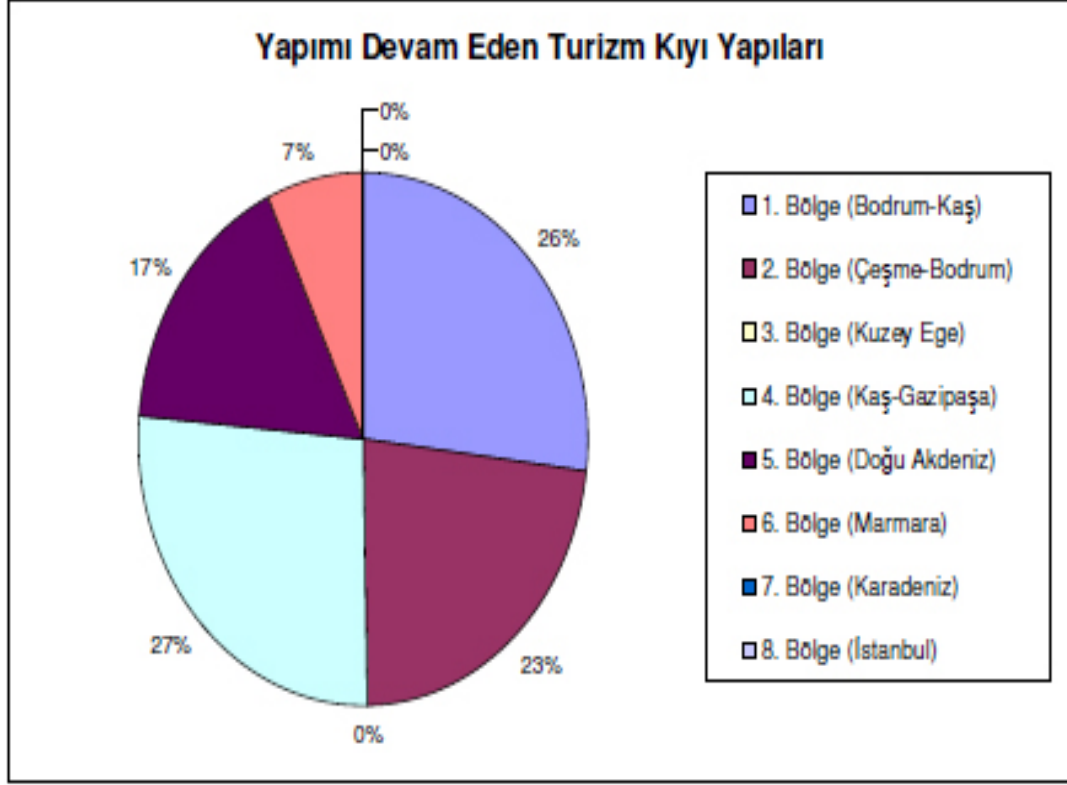
Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, "Turizm İşletmesi Belgeli Yat Limanları", 2009'dan T.C. Ulaştırma Bakanlığı, 2010, s. 17

Yukarıdaki tabloda 2007 yılında işletme belgeli yat limanı sayısı 21, bunların sahip oldukları toplam bağlama yeri kapasitesi ise 5.870 olarak görülmektedir. 2010 yılına gelindiğinde ise bu kapasitenin 14.938'e (bkz. Tablo 6) ulaşmış olması hızlı artışı göstermektedir.

Türkiye'de önemli ölçüde kapasite artışı sağlayacak yat limanlarının yapımı devam etmektedir. Bu çalışmalar Demiryollar Limanlar ve Havalimanları İnşaatı Genel Müdürlüğü denetiminde sürdürülmektedir. Bu yatırımlarla elde edilecek kapasite denizde ve karada 4.840 teknedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1997'de hazırlanan master planda belirlenen sekiz bölgeye uygun olarak, yapımı devam eden turizm kıyı yapılarının bölgelere göre yoğunlaşma durumu Şekil 18'de görülmektedir.

Şekil 18'de görüleceği üzere yapımı devam eden kıyı yapıları 1., 2., 4. ve 5. bölgelerde yoğunlaşmakta olup, 3. (Kuzey Ege: Çeşme-Ayvalık arasında yer alan bölge), 7. (Karadeniz) ve 8. (İstanbul) bölgelerde bir yapım faaliyeti bulunmamaktadır. Daha önce sözü edilmiş olan sebeplerden ötürü mevcut kapasitelerin yetersiz olduğu ve arttırılmaya çalışılmasının gerekliliği, dolayısıyla ülkemizde marınacılığın geliştirilmesi ve desteklenmesi yolunda yeni yatırımlara ihtiyaç duyulduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Şekil 9. Sekiz Bölgede Yapımı Devam Eden Turizm Kıyı Yapıları



Kaynak: T. C. Ulaştırma Bakanlığı, 2010, s. 132

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL OLARAK HİZMET KALİTESİ, HİZMET DENEYİMİ SONRASI VE MARİNALARDA HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI

2.1. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI

Hizmet kalitesi kavramına girmeden önce hizmetler ve kalite ile ilgili ayrı ayrı açıklama yapmak, hizmetlerin özelliklerinden ve buna paralel olarak marina işletmelerinde sunulan hizmetin de dahil olduğu “turizm ürünü”nün özelliklerinden söz etmek yararlı olacaktır.

2.1.1. Hizmetlerin Tanımı ve Özellikleri

Günümüzde hizmetler çok çeşitli alanlara yayılmış durumdadır. Sağlık kuruluşlarında verilen hizmetlerden, finans kuruluşlarına, eğitim kuruluşlarından seyahat ve konaklama işletmelerine ve daha pek çok farklı dallarda hizmetler bulunmaktadır.

Hizmetler aynı zamanda çok değişik ve türdeş olmayan etkinlikleri içermektedir. Örneğin, bir düşünce, eğlence, bilgi, bulunabilirlik, yiyecek, güvenlik ya da benzeri birçok konuda hizmetler ortaya çıkabilir. Bu nedenle “hizmet” son derece karmaşık, dağınık ve tanımlanması güç bir kavram durumuna gelmiştir.¹⁰⁰

2.1.1.1. Hizmetin Tanımlanması

Hizmetlerin kısa ve pratik bir tanımı yapılmak istenirse; “*alınıp satılabilen ancak ayağınızın üstüne düşüremeyeceğiniz birşey*”¹⁰¹ olduğunu söylemek mümkündür. Fakat bu ifade akılda kalıcı olmasına rağmen pazarlama stratejilerine ışık tutacak bir rehber görevi görmeyecektir. Daha geniş kapsamlı bir tanımlamaya gereksinim duyulmaktadır. Bu bağlamda hizmetleri; doğrudan alıcıların kendisinde veya sahibi oldukları eşya ve varlıklar üzerinde, arzu edilen sonuçları elde etmek amacıyla, bir tarafın diğer bir tarafa sunduğu, çoğunlukla belirli bir zamana yayılan,

¹⁰⁰ Orhan İçöz, Hizmet Pazarlaması, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005, s. 9

¹⁰¹ Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Services Marketing: People, Technology, Strategy, 6. ed., Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2007, s.15

insan performansı gerektiren ekonomik faaliyetler olarak tanımlamak mümkündür.¹⁰² Tüm bu alışverişin sonucunda müşteriler bir yarar ve değer elde etme beklentisi taşırlar, ancak herhangi bir fiziksel unsurun sahipliğini kazanmazlar.

Hizmetlerin tanımlanması literatürde genel olarak dört başlık altında tanımların toplanmaktadır.¹⁰³

- Hizmetlerin özelliklerini vurgulayan tanımlar,
- Hizmetleri sınıflandıran tanımlar,
- Hizmet yerine, toplam hizmet kavramı veya hizmet paketi ile ilgili tanımlar,
- Hizmeti, hizmetten etkilenen kişi veya mala göre sınıflandıran tanımlar.

Hizmetlerin kesin ve belirli bir tanımını yapmanın zorluğu yanında, hizmetlerin kapsamını belirlemenin de kolay olmadığı bilinen bir gerçektir. Çünkü, ekonomik ve toplumsal değişimlerle, teknolojidaki gelişmelere bağlı olarak, her zaman yeni bir hizmet çeşidinin ortaya çıktığı, mevcut hizmetlerin ise farklılaştığı görülmektedir. Bu nedenle ayrıntılı bir hizmet tanımı yapmak ve onu sürekli kılmak olanaklı değildir. Hizmetler insanlara maddi doyumdan çok manevi doyum sağlayan unsurlardır. Yapılan hizmet tanımları anlam olarak birbirine çok yakındır. Bu tanımlardan birisi ise şu şekildedir; “Hizmetler, satış için sunulan faaliyetler, yararlar ya da sağlanan tatminlerdir.”¹⁰⁴

2.1.1.2. Hizmetin Özellikleri

Kotler’e göre hizmetin dört temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi ifade edilmekte ve:¹⁰⁵

- **Soyutluk**, hizmetin satın alma öncesinde görülmesinin, tadına bakılmasının, işitilip koklanmasının mümkün olmayışına,
- **Ayrılmazlık**, hizmetin üretimi ile tüketiminin aynı anda gerçekleşmesine,

¹⁰² Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Services Marketing: People, Technology, Strategy, 6. ed., Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2007, s.15

¹⁰³ Özkan Tütüncü, Ağırlama Hizmetlerinde Kalite Sistemleri, 1. Baskı, Detay Yay., Ankara, 2009, s.22

¹⁰⁴ O. İçöz, a.g.e., s. 11

¹⁰⁵ Philip Kotler, Marketing Management, 7. ed., Prentice Hall Inc., New Jersey, 1991.

- **Değişkenlik**, performansların, hizmeti sunan kişi ile hizmeti alan kişiye göre ve sunumun yapıldığı zaman dilimine göre değişebilmesine,
- **Dayanısızlık** ise hizmetin tüketim mallarında olduğu gibi stoklanamamasına, saklanıp daha sonra gerektiğinde satılma şansının olmayışına karşılık gelmektedir.

Hizmetlerin özelliklerini daha belirgin bir şekilde ortaya koyabilmek için genellikle hizmet ürününü tüketim malları ile karşılaştırma yoluna gidildiği görülmektedir. Bu amaçla yapılmış karşılaştırmalardan biri Tablo 9'da görülmektedir.

Tablo 9. Hizmet Ürünleri ile Tüketim Malları Arasındaki Farklar

Tüketim Mallarının Tipik Özellikleri	Hizmet Ürünlerinin Tipik Özellikleri
Ürün somuttur, görülebilir.	Ürün maddi değildir, görülmez, görüntülenemez.
Üretimi tamamlanmış ürün depolanabilir.	Hizmet ürünü depolanamaz.
Ürün somut olarak el değiştirir.	Ürün sahipliğinde değişim olmaz.
Alıştan önce ürünü sunmak, göstermek mümkündür.	Alıştan önce ürün henüz ortada yoktur, gösterilemez.
Üretim ve pazarlama ayrı ayrı aşamalardır.	Üretim ve pazarlama aynı zamanda gerçekleşir.
Üretim süreci müşteri katkısı olmadan gerçekleşir.	Üretim süreci müşteri katkısı olmadan gerçekleşemez; hizmet personeliyle müşterinin ortak eylemleriyle ancak üretim süreci ortaya çıkar.
Üretim hatası üretim sürecinde ortaya çıkar.	Üretim hatası, tüketim sürecinde ortaya çıkar.
Ürün ancak üretim sürecinin sonunda nihai biçimini alır.	Ürün, sonuçtaki biçimine ancak servis durumunda kavuşur.

Kaynak : I. Bieberstein, Dienstleistungsmarketing, Ludwigshafen, Kiehl, 1995, s.28'den A. Yüksel ve Ü. Yüksel, Hizmet Pazarlaması, Beta Basım, İstanbul, 2004, s. 20.

“Turizm ürünü” ya da “turistik ürün” de bir hizmet sektörü ürünü olarak tüketim mallarından yukarıdaki tabloda belirtilen farklarla ayrılmaktadır. Marina işletmelerinin sunduğu hizmetler, yani ortaya koyduğu turistik ürün de benzer biçimde özellik ve farklılıklara sahiptir. Olalı ve Timur turistik ürünü “turistin geçici seyahat ve konaklamasından doğan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olan mal ve hizmetlerin ya da her ikisinin karışımından oluşan kapasite sunumu”¹⁰⁶ olarak tanımlamışlardır. Sadece bir mal veya hizmet olabileceği gibi, çoğu kez bir ihtiyacı karşılayabilecek nitelikte bir bütün olarak da tanımlanabilecek olan turistik ürünün özelliklerini aşağıdaki gibi sıralanabilir:¹⁰⁷

- Turistik ürün sadece bir mal veya hizmet değil, bir uyum bütünlüğüdür. Bu uyum somut ve soyut öğelerden oluşmaktadır.
- Turistik ürün tüketicinin ayağına gidemez. Tüketici onu tüketebilmek için yerine gitmek zorundadır. Üretim ve tüketim yeri arasındaki mesafeyi ürün değil müşteri geçmektedir.
- Turistik ürünün tüketim mallarında olduğu gibi ambalajı, fiziksel büyüklüğü ve kendini kabul ettirme özelliği yoktur.
- Turistik ürün sunumunda kitlesel üretim süreçlerine rastlanmaz.
- Turistik ürünün tüketimini etkileyen faktörlerin başında boş zaman gelir.
- Turistik ürünle, bir süre kalınan bir otelde, yemek yenilen bir restoranda, bir kent turunda karşılaşılabılır. Çoğu zaman bunun farkına bile varılmaz.
- Turistik ürün hizmet yönüyle soyut bir tüketim olayıdır. Yani hemen anlaşılabilir, görülemez, maddi değildir. Tüketiciler bunu çok farklı şekillerde algırlar. Hizmetlerin değerini ölçmek için güç, hacim, ağırlık, uzunluk gibi objektif ölçü birimlerinden yararlanılamaz.
- Tüketiciler satın almak istedikleri ürünü önceden göremezler. Turistik ürünün bir örneğini, seçmesi ya da incelemesi için müşteriye gönderme olanağı yoktur.

¹⁰⁶ Hasan Olalı ve Alp Timur, Turizm Ekonomisi, Ofis Tic. Matbaacılık Şti., İzmir, 1988.

¹⁰⁷ Öcal Usta, Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım, 1. Baskı, Detay Yay., Ankara, 2008, s. 109.

- Turistik ürünler stok edilemez, taşınamaz ve dağıtılamazlar.
- Turistik ürün, diğer hizmet birimleri ve işletmeleri tarafından tamamlanan özelliklere sahiptir. Turistler diğer birimlerin ürünlerini de birlikte talep etmektedirler.

Tablo 9'daki hizmet ürünlerinin tipik özellikleri ile turistik ürünün özelliklerine bakıldığında, örtüşükleri görülmektedir. Hizmetin özelliklerinden ve kalitesinden söz edildiğinde turistik ürün için de geçerli olabilecek kavramlardan söz edilmektedir.

2.1.1.3. Hizmette Kalitenin Önemi

Günümüzde ekonomik ve teknolojik gelişmelerin üretimden tüketime kadar her aşamada yol açtığı değişimler, üretilen mal ve hizmetin kalitesinin önemini oldukça arttırmıştır.¹⁰⁸ Hizmet kalitesi kavramının toplumsal ve kurumsal bağlamda giderek artan öneminin altında, hizmetlerin küresel ekonomi içindeki payının büyümesi yatmaktadır.

Geçmişte hizmet sektöründe iyi bir iş yapmak için geçerli olan işin yerine getirilmesi, yani hizmetin bir şekilde müşteriye sunulması artık müşteri memnuniyeti için yeterli değildir. Sunulan hizmetin belirli bir kaliteye sahip olması gerekliliği hizmet işletmesindeki başarı ve sürekliliğin şartı olmaktadır.¹⁰⁹

Hizmet kalitesinin öneminin artmasında etken olabilecek başka bir konu da, kaliteyi yükseltmenin kazanç getiren bir rekabet stratejisi olarak değerlendirilmesidir. Dünya çapında pek çok uluslararası şirket hizmeti, farklı olmak, verimliliği arttırmak, müşteri sadakati yaratmak, ağızdan ağıza reklam avantajı yakalamak yönünde kullanmaktadır. Hizmet mükemmelliği sayesinde müşteriler kazanmaktadır. Çalışanlar, yöneticiler, şirket hissedarları, toplum ve sonunda ülke kazanmaktadır.

110

Artan rekabet ortamında kalite, işletme fonksiyonlarından biri olmaktan çıkmış, rekabette stratejik bir araç haline gelmiştir. Gelişmeler, hizmetler ve

¹⁰⁸ O. İçöz, a.g.e., s. 120

¹⁰⁹ İge Pınar, Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi, Seçkin Yay., Ankara, 2002, s. 19

¹¹⁰ Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman, Leonard L. Berry, Delivering Quality Service, The Free Press A Division of Macmillan Inc., New York, 1990, s.2

hizmetlerin kalitesini artırma üzerinde toplanmaktadır. İşletmelerin bu konuya önem vermesi ulusal ekonomide kaynak tasarrufu ve ulusal gelirden artış sağlayacak sonuçlar yaratabilmektedir.¹¹¹

2.1.2. Kalite Teorileri

Kaliteye dair kavram ve teoriler, hizmet kalitesi yönetiminin temellerini oluşturduğu için hizmet işletmelerinin ve turizm işletmelerinin bu teoriler hakkında bir anlayışa sahip olması gerekmektedir. Bu teori ve kavramlar zaman içinde imalat sanayiinden hizmet sektörüne geçmiştir.

W. E. Deming ve J. M. Juran küresel imalat sanayii için kalite yönetimi hareketinin iki itici gücü olmuşlardır. 1950'lerde Deming, Juran ve Feigenbaum, kendi ülkeleri Amerika Birleşik Devletleri'nde büyük oranda görmezden gelinen "Kalite Yönetimi" yöntemlerini Japonya'ya tanıtmışlardır.¹¹²

Philip B. Crosby 1979'da "Quality is Free" ve 1984'te "Quality without Tears" adlı popüler eserlerini yazmış, kalitenin iyileştirilmesinin maliyet düşüreceği dolayısıyla kârlılığın artacağı teorisini ortaya koymuştur.¹¹³ Crosby, yaklaşımını dört temel üzerine oturtmuştur.¹¹⁴

- Kalite şıklık değil, müşteri ihtiyaçlarına uygunluk demektir.
- Bir işi ilk seferde doğru yapmak her zaman daha ucuzdur.
- Kalite maliyeti tek performans göstergesidir.
- Tek performans standardı sıfır hatadır.

1984 yılında D. Garvin kalitenin tanımı kapsamında bulunan, hepsi kaliteyi tanımlayan, birbirinden farklı sekiz özelliği şöyle belirlemiştir;¹¹⁵

¹¹¹ Ö. Tütüncü, a.g.e., s. 31.

¹¹² C. Williams, J. Bushwell, Service Quality in Leisure and Tourism, CABI Publishing, Cambridge, MA, USA, 2003, s.39

¹¹³ G. Bounds, L. Yorks, M. Adams, G. Ranney, Beyond Total Quality Management, McGraw-Hill International Editions, Singapore, 1994, s. 59

¹¹⁴ S. Bayrak, Kalite Anlayışında Yeni Bir Yaklaşım Olarak Toplam Kalite Yönetimi, Verimlilik Dergisi, 1997/3, s. 91-93

¹¹⁵ D. Garvin, "What does product quality really mean?", *Sloan Management Review*, Vol. 26 No.1, s. 25-43' den aktaran İ. Pınar, a.g.e., s. 23

- Performans: Üründe bulunan birincil özellikler, ürün veya hizmetin işlevini yerine getirebilme kabiliyeti.
- Diğer unsurlar: Ürün veya hizmetin çekiciliğini sağlayan diğer özellikler.
- Uygunluk: Belirlenen özelliklere, belgelere ve standartlara uygunluk.
- Güvenilirlik: Ürünün kullanım ömrü içerisinde performansın sürekliliği.
- Dayanıklılık: Ürünün kullanılabilirlik özelliği.
- Hizmet görürlük: Ürüne ilişkin sorun ve şikayetlerin kolay çözülebilirliği.
- Estetik: Ürünün çekiciliği ve duylara seslenebilme yeteneği.
- İtibar: Ürünün ya da diğer üretim kalemlerinin geçmiş performansı.

Kalite konusuna yaklaşım yapmış olan çok sayıda uzman ve yazarlar mevcuttur. Shuster'in bunlara dair yapmış olduğu tablo (Tablo 10), kalite tanımına getirilen değişik yaklaşımları özetlemektedir.

1987'de T. Peters, kendinden öncekilerden biraz daha farklı bir bakış açısı benimsemiş ve kaliteyi "müşterilerin mükemmellik algısı" şeklinde ifade etmiştir. Peters bu erken dönem kalite yazarları arasında kaliteyi mükemmellik türünden tanımlayan tek yazardır.

Tablo 10. Kalite Tanımında En Çok Kabul Gören Beş Yaklaşımın Özeti

Yazar İsmi	Açı	Kalite Tanımının Özeti
Taguchi	Neden	Kalite eksikliği topluma ve üreticiye zararlı sonuçlanmaktadır.
Juran	Neden	Kullanıma uygunluk
Crosby	Sonuç	İstek ve gerekliliklere uygunluk
Ishikawa	Sonuç	Ürün veya hizmette aranılan kalite özelliklerinin bulunması
Deming	Süreç	Sonuçta müşteri memnuniyeti sağlayacak şekilde satılması olası hizmet sunumu

Kaynak: D. Shuster, Teaming for Quality Improvement, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1990, s.9' dan İ. Pınar, 2002, s. 29

Daha sonra Zeithaml, Parasuraman ve Berry 1990'da yaptıkları çalışmalarında bu düşünceyle hemfikir olmuşlardır. Kaliteye olan bu soyut bakış açısıyla Peters, mükemmel kalitenin altı özelliğini şöyle sıralamıştır:¹¹⁶

- Uсталık gerektirmesi
- Kullanışlı olması
- Estetik olması
- Algısal olması
- Kişisel olması
- Beklentiler üzeri olması

2.1.3. Hizmet Kalitesine Dair Tanımlamalar

Hizmetlere ilişkin kalitenin tanımlanması, elle tutulabilen malların kalitesine göre daha zor olmaktadır. Çünkü hizmet kalitesinin boyutları işletmenin yapısal özelliklerinden, personeline, müşterinin genel özelliklerinden psikolojik durumuna kadar genişleyen bir yelpazeyi kapsamaktadır.

Hizmet kalitesinin ne olduğu konusunda evrensel bir yorum veya açıklama bulunmamaktadır. Hizmet kalitesi farklı insanlara, farklı zaman ve durumlarda farklı anlamlar ifade edebilir. Çocuklu bir aile için bir otelin yüzme havuzu ve odaya bırakılan ekstra havlular hizmet kalitesi anlamına gelebilir. Bir iş adamı için ise dakik bir uyandırma servisi ve yanlışsız bir fatura kalitenin ifade şekli olabilir. Bir başka deyişle, herkesin kendine ait bir hizmet kalitesi tanımı olabilir.

Hizmet kalitesi genel olarak, kişilerin bir hizmet deneyimine dair algılamalarının toplamı şeklinde düşünülmektedir.¹¹⁷ Gronroos 1984'te hizmet kalitesinin üç boyuttan oluştuğu yönünde fikir geliştirmiştir. Bu boyutlar:¹¹⁸

- Teknik kalite,

¹¹⁶ T. Peters, *Thriving on Chaos*, Pan, London, 1987, s. 736'dan Williams, Bushwell, a.g.e., s.44

¹¹⁷ Bonnie J. Knutson, "Service Quality Monitoring and Feedback Systems", *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*, der. Jay Kandampully v.d., The Haworth Hospitality Press, NY, 2007, s.143- 158.

¹¹⁸ Christian Gronroos, *A Service Quality Model and its Marketing Implications*, *European Journal of Marketing*, 18 (4), 1984, s.36-44

- İşlevsel kalite ve
- İmajdır.

Bunların birincisi olan “teknik kalite” müşterinin işletme ile girdiği etkileşimin sonucunda somut olarak elde ettiklerini temsil eder. Örnek olarak bir otelin odası, bir marina pontonundaki bağlama yeri, makinalar veya elektronik sistemler gösterilebilir. Bunlar müşteriler tarafından objektif değerlendirilebilecek yönlerdir. İkinci boyut işlevsel kalite, hizmet sunanın gerçek performansını temsil eder. Örnek olarak, uygunluk, tutum, nezaket, anlayış gibi özellikler verilebilir. Bu tip özellikler genellikle müşteriler tarafından subjektif değerlendirilmektedir. Bu iki boyut bir arada düşünüldüğünde, bir dizi mal ve hizmeti temsil ederler ve üçüncü boyut olan imajı ortaya çıkarırlar.¹¹⁹

ISO 9000:2000'e göre kalite; bir ürün ya da hizmetin kendi doğasında var olan karakteristik özelliklerinin, gereksinimleri karşılama derecesidir.¹²⁰ Bir başka tanıma göre hizmet üreticisi olan turizm işletmeleri açısından kalite; turistlerin mevcut ya da doğabilecek ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürün ve hizmetlerin üretilmesi, işletmenin faaliyet verimliliğinin artırılması ve etkin bir maliyet kontrol sürecinin yardımıyla maliyetlerin düşürülmesi amacı ile kullanılan stratejik bir araçtır.¹²¹

Hizmet kalitesine dair yapılmış tanım ve yorumlar arasında belki de en genel olanı 1988'de Berry tarafından önerilmiştir:¹²²

- Kaliteyi müşteri tanımlar.
- Kalite bir yolculuktur.
- Kalite herkesin işidir.
- Kalite, liderlik ve iletişim ayrılmazdır.
- Kalite ve bütünlük ayrılmaz.
- Kalite bir tasarım meselesidir.
- Kalite, hizmette verilen sözün tutulmasıdır.

¹¹⁹ Knutson, a.g.e., s.144

¹²⁰ ISO 9001 Lead Auditor Training, Definition of Quality, <http://www.askartsolutions.com/iso-9000-lead-auditor-training/Quality-Definition.html>, (7.10.2009)

¹²¹ Saime Oral, Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 1999, s.126

¹²² L. L. Berry, Delivering Excellent Service in Retailing, Retailing Issues Letter, 1 (4), 1988.

2.2. HİZMET DENEYİMİ VE SONRASI

Bir ürün veya hizmet satın alındıktan ve deneyimlendikten sonra tüketiciler verdikleri kararların ve yaşadıkları deneyimin eleştirisini yaparak bu durumdan olumlu veya olumsuz bir sonuç çıkarırlar. Yaşadıkları deneyim onları bir yönde etkilemiştir ve bu etkinin doğrultusunda yeni kararlar alır, davranışlarda bulunurlar.

Hizmet deneyimi sonrasında tüketici, yaşadıklarını gözden geçirir. Böylece belleğindeki deneyimler setini zenginleştirir, ne kadar iyi bir tüketici olduğunu irdeler ve gelecekteki satın almalarla ilgili stratejilerde uyarlamalar yapar. Kısaca bu aşama tüketicinin kararlarından ders alma ve öğrenme sürecini oluşturur.¹²³

2.2.1. Müşteri Tatmini

Müşteriler bir ürün veya hizmet deneyiminden sonra üç önemli durumdan bir tanesini yaşarlar. Bu durumlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir:¹²⁴

- Tatmin olmuştur (Yeniden aynı ürün ya da hizmeti satın alma olasılığı yüksektir).
- Kısmen tatmin olmuştur (Bilişsel çelişki içerisindedir).
- Tatmin olmamıştır (Şikayetçi davranışlar içerisindedir).

Tatmin; “bir deneyimin en azından umulduğu kadar iyi olduğu yönünde yapılan değerlendirme” şeklinde tanımlanabilmektedir.¹²⁵ Müşteri tatmini ve tatminsizliği kavramları gün geçtikçe artan bir önem ve öncelik kazanmıştır. Bunun nedenleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:¹²⁶

¹²³ A. Kavas, A. Katrinli, Ö. T. Özmen, Tüketici Davranışları, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın no: 3, 1995, s. 57

¹²⁴ Yavuz Odabaşı, Gülfidan Barış, Tüketici Davranışı, Kapital Medya Hizm. A.Ş., İstanbul, 2002, 387

¹²⁵ H. K. Hunt, Overview and Future Research Directions, Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior, Cambridge, Marketing Science Institute, s. 455'den aktaran Kandampully v.d., a.g. e., s.104

¹²⁶ James F. Engel, R. D. Blackwell, P. W. Miniard, Consumer Behavior, The Dryden Press, Orlando, 1993, s. 570

- Günümüz rekabet arenasında müşteri devamlılığı stratejik önceliklerin en başına yerleşmiştir, çünkü yeni müşterileri çekebilmek oldukça güç hale gelmiştir.
- Müşteri tatmini, müşteri devamlılığında anahtar rol oynamaktadır.
- Müşteri tatmini ve tatminsizliğinin temelinde ürün ve hizmet kalitesi yatmaktadır.
- Japon endüstrileri rekabette önceliklerini ürün ve hizmet kalitesi konusuna kaydırmıştır.
- Amerikan endüstrileri kalite zayıflığının zararını dramatik bir biçimde dünya çapında pazar pozisyonlarını kaybederek görmüşlerdir.

Hizmet sektörü ve özellikle turizm endüstrisi pazarlamacılarının, hizmet kalitesi ve tatmin arasındaki ilişkiye dair varsayımlarına göre, hizmet kalitesinin müşteri tatmini üzerinde doğrudan etkisi bulunmaktadır. Bu ilişki en basit şekliyle Şekil 10'daki gibidir. Ayrıca yapılmış araştırmalar, tatmin olmuş müşterilerin hizmeti tekrar satın almaya ve hizmeti başkalarına tavsiye etmeye daha eğilimli olduklarını öne sürmektedir.¹²⁷

Şekil 10. Basit “Hizmet Kalitesi-Tatmin” İlişkisi



Kaynak: Kandampully vd., 2007, s. 105

Müşterilerin tatmin olmaması durumu işletme açısından dikkat edilmesi gereken önemli bir durumdur. Tüm iyi niyetli çabalara rağmen işletmeler müşterilerin tatmin olmadığı durumları yaşar. Böyle durumlarda ileri görüşlü işletmeler şikayetleri, ürün veya hizmetlerini geliştirebilecekleri, sadık müşteriler kazanabilecekleri bir fırsat olarak görürler. Kanıtlar, müşterinin şikayetleri ile

¹²⁷ Kandampully v.d., a.g.e., s. 105

ilgilenilmesi halinde daha çok satın alma yaptığını ve ağızdan ağıza iletişim yolu ile olumlu mesajlar yaydığını göstermektedir.¹²⁸

2.2.2. Hizmeti Tekrar Tercih Etme ve Hizmeti Tavsiye Etme Eğilimi

Bir ürün ya da hizmet deneyimini değerlendiren müşteri, umduğu performansı elde ederse tatmin olur, aksi durumda tatminsizlik yaşar. Tatmin olması halinde ürün ya da hizmeti satın almaya devam eder.¹²⁹ Müşterinin yaşadığı hizmet deneyiminden tatmin olması ya da olmaması durumuna bağlı olarak tekrar tercih etme/etmeme ve tavsiye etme/etmeme eğilimleri ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan tatmin edilmiş ya da edilmemiş müşteri davranışları genel başlıklar halinde şu şekilde özetlenebilir:¹³⁰

- Tatmin edilmiş müşteri davranışları
 - Şirketin ürün ve hizmetlerine karşı olumlu tutum gelişir,
 - Ürün ve hizmetler hakkında diğerlerine olumlu ve güzel şeyler söylenir,
 - Rakip ürünler tercih edilmez,
 - Ürün ve hizmeti tekrar satın alarak marka bağlılığı geliştirilir,
 - Şirketin diğer ürünlerinin potansiyel alıcısı olunur.
- Tatmin edilmemiş müşteri davranışları
 - Şirketin ürün ve hizmetlerine karşı olumsuz tutum gelişir,
 - Marka bağlılığı yerine marka kayması ortaya çıkar,
 - Ürün ve hizmetler hakkında diğerlerine olumsuz şeyler iletilir,
 - Şikayetçi bir tavır takınılır.

Tatminsizlik sonucunda müşterinin iki tür eylemi söz konusudur: Eylemsizlik ve eyleme geçme. Eylemsizlik durumu şikayet amaçlı bir şeyin yapılmamasıdır. Eyleme geçme ise edilgin ve etkin olarak iki boyutludur.¹³¹

¹²⁸ J. Fisher, D. Garrett, M. Arnold, M. Ferris, Dissatisfied Consumers Who Complain to the Better Business Bureau, Journal of Consumer Marketing, 16 (6), 1999'dan Odabaşı, Barış, a.g.e., s. 392

¹²⁹ A. Hamdi İslamoğlu, Tüketici Davranışları, Beta Basım Yay. A.Ş., İstanbul, 2003, s. 45

¹³⁰ A. Kavas v.d., a.g.e., s. 58

¹³¹ Odabaşı, Barış, a.g.e., s. 394

- Edilgin davranışlar;
 - Aynı ürün veya hizmeti tekrar satın almamak,
 - İşletmeyi boykot etmek,
 - Yakınlarını uyarmak.

- Etkin davranışlar;
 - Ürün ya da hizmetteki kusuru düzeltme ile ilgili eylemler,
 - Yargı yollarına başvuru,
 - Şikayet merkezlerine başvuru.

Müşteri bir ürün veya hizmeti deneyimledikten sonra değerlendirme sonucuna göre tekrar tercih etmeye karar vermişse buna yineleme alımı denir. Deneyimden sonra tekrar tercih edilen ürün veya hizmet müşteri tarafından sürekli olarak kullanılmaya başlanmışsa sürekli alım durumu oluşmuş demektir.¹³² Bir işletmeden aldığı hizmetten tatmin olan ve bu hizmeti almak için aynı işletmeyi tercih eden müşterilerin, işletmeyi başkalarına da tavsiye etme eğilimine girmesi, kesinlik taşımamakla birlikte beklenen bir davranış şeklidir.

2.3. MARİNA İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ VE BOYUTLARI

Bu araştırmaya başlarken yapılan literatür taramasında, çok çeşitli hizmet işletmelerinde hizmet kalitesine, hizmet kalitesi boyutlarına ve bunların müşterilerin kalite algısına etkilerine dair çalışmaların yapılmış olduğu görülmüştür. Bu hizmet işletmeleri arasında okullar ve dersaneler, hastaneler, üniversiteler, bankalar, kütüphaneler, yolcu taşıma firmaları, oteller, restoranlar, seyahat acentaları başta gelmektedir. Elektronik hizmet işletmeleri gibi, farklı hizmet işletmelerine dair hizmet kalitesi araştırmalarına da rastlanmıştır. Bu işletme türlerinin hemen hepsinde SERVQUAL veya SERVPERF hizmet kalitesi ölçeklerinden birinin kullanılmış olduğu çalışmalar bulunmakta olup, marina işletmelerinde sözkonusu ölçeklerin kullanılmış olduğu bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Türkiye’de marinalara ilişkin yapılmış çalışmalar içerisinde R. Ç. Durukan 2004’te “Ege Bölgesindeki Yat Bağlama Tesislerinin Müşteri Yönlü Değerlendirmesi”ni yapmış, yalnızca 35 Türk yat sahibinden toplanan veriler analize

¹³² Rıdvan Karalar, Çağdaş Tüketici Davranışı, 3. baskı, Meta Basım, İzmir, 2009, s. 337

tabi tutulmuştur. Bu analizlerin sonucunda yat sahiplerinin teknelerini bağlamak amacıyla bir yat bağlama yerini seçerken önem verdikleri kriterlerin en başında tesisin yetkilileri ve çalışanlarının güvenilirliğinin, ikinci olarak da tesisin yat bağlama ücretlerinin geldiğini; en az önem verdikleri kriterin ise tesisin yatçılık camiasında prestijli bir tesis olarak tanınması olduğunu tespit etmiştir.¹³³

Denizcilik Kurultayları Uluslararası Daimi Birliği (Permanent International Association for Navigation Congresses) bünyesinde 1993'te bir çalışma grubu oluşturulmuş ve bu grubun hazırladığı 100 soruluk 2000 adet form 12 ülkenin yatçılık birliklerine, marina işletmecilerine ve tekne üreticilerine dağıtılmış, bu formlardan yalnızca 214 adedi geri dönmüştür. Kullanılan analiz yöntemleri belirtilmemekle birlikte, inceleme sonucunda tekne sahiplerinin en temel isteklerinin sırasıyla; her bir bağlama yerinde su ve elektrik bağlantısı olması, bağlama yerinden en çok 200 metre mesafe içerisinde her 50 kişiye bir ünite düşecek şekilde duş ve tuvaletlerin bulunması, katı ve sıvı atık tanklarının en fazla 50 metre arayla pontonlara yerleştirilmesi olduğu belirtilmektedir.¹³⁴ Benzer bir çalışma 1995'te Haas tarafından Alman marinalarında su sporcuları ile yapılmıştır. Araştırmaya dahil olan kişi ve marina sayısı ile analiz yöntemleri belirtilmemiş olup, sporculardan 58 maddelik bir listeyi önem sırasına göre sıralamaları istendiği belirtilmektedir. Bu sıralama sonucuna göre, en başta atık sistemi, tuvaletler, marina içi deniz suyu kalitesi, duş üniteleri ve doğal ortam gelmektedir.¹³⁵

İtalya'da da bahsedilen çalışmalara yakın bir araştırma Capri ve Palermo marinalarında 1996'da uygulanmıştır. Bu iki marinanın yönetimleri birlikte kendi müşterilerinden 400 tekne sahibine marina tesis standartlarına ilişkin görüşlerini öğrenmeyi amaçlayan bir anket göndermiştir. Bu iki marinanın da yöneticisi olan Di Monte, çalışmanın bütünüyle bilimsel geçerlilik taşıma iddiasında olmadığını ancak yeni bir tartışma konusu yaratmak için yararlı olduğunu belirtmektedir.¹³⁶ Anketin kaç kişi tarafından cevaplandırıldığı ve yapılan analizin yöntemi açıklanmamış olup,

¹³³ R. Çağatay Durukan, "Ege Bölgesindeki Yat Bağlama Tesislerinin Müşteri Yönlü Değerlendirmesi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2004.

¹³⁴ Marcello Conti, A Worldwide Survey on the Requests of Yacht Harbour Users, 1993, Italy, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1077> , (5.12. 2009)

¹³⁵ Prof. Dr. Heinrich Haas, What Marina Customers Do or Do Not Like in a Facility, Results of a German Survey, 1996, Germany, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1076> (5.12. 2009)

¹³⁶ Antonio di Monte, How to Achieve Quality Management, What Marina Customers Do or Do Not Like in a Facility : A Different Point of View, International Marina Conference, Genua, Italy, March 1996, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1070> , (5.12.2009)

araştırma sonunda geçici marina müşterileri için önem taşıyan resepsiyon, rezervasyon, karşılama, bilgi masası gibi hizmetlerin, uzun süreli marina müşterilerinin gözünde gereksiz olduğunun anlaşıldığı belirtilmektedir.

Örneklerden de anlaşılacağı üzere, ikincil veri toplama aşamasında marina işletmelerinde yapılmış ayrıntılı bir hizmet kalitesi boyutlandırmasına veya müşterilerin hizmet kalitesi algılamalarının bu boyutlarla ilişkisine dair detaylı, bilimsel bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışma kapsamında marina işletmelerinde hizmet kalitesi özgün olarak boyutlandırılmış, bu aşamada marinaların birer turizm ve konaklama işletmesi oldukları ancak aynı zamanda denizcilikle olan bağlantıları da göz önünde bulundurulmuştur. Sonraki bölümlerde bu boyutlar ayrıntılı olarak incelenmektedir.

2.3.1. Somut Özellikler

Somut özellikler denildiğinde doğal olarak akla, dokunulabilen, elle tutulabilen unsurlar gelmektedir. Bu unsurlar arasında fiziksel tesis ve olanaklar, ekipman ve malzemeler, personelin fiziki durumu (üniforma, saç, sakal vs.), iletişim materyellerini saymak mümkündür. Bir marinadaki somut özelliklere örnek olarak marina tesislerinin (örneğin yönetim binasının, duş ve tuvaletlerin, tenis kortu, yüzme havuzu gibi rekreasyon alanlarının, alışveriş yapılan yerlerin) fiziksel durumu, travel-lift ve kapasitesi, elektrik ve su hizmetlerinin altyapısı, personelin giyimi ve dış görünümü, tekne yaklaşma ve bağlama alanlarının genişlikleri sayılabilir.

Yapılan literatür taramasında, hizmet sektöründe ve özellikle turizm işletmelerinde somut özelliklerin hizmet kalitesi algısı üzerinde etkili olduğunun ifade edildiği görülmüştür. Bu araştırmada, önceki araştırmalarda alınmış sonuçlardan ve marina işletmelerinin gerçeklerinden hareketle, somut özelliklerin yatçıların hizmet kalite algılarının önemli bir boyutunu oluşturduğu, bu sebeple yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme eğilimlerine etkisinin olacağı düşünülmüştür. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde, hizmet kalitesi boyutlarından SOMUT ÖZELLİKLER bu tez çalışmasının birinci hipotezini oluşturmaktadır.

H₁: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda hizmet kalitesi somut özelliklerinin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.2. Güvenilirlik

Güvenilirlik, bir işletmenin, vereceğini garanti ettiği hizmeti belirttiği zamanda tam ve düzgün olarak verme yetisidir. Bir marina işletmesinin güvenilir olması bu bağlamda yatçılar açısından önem taşımaktadır. Marinanın vereceğini vadettiği hizmetleri; ki bu hizmetler teknenin yaklaşma aşamasından başlayıp yanaşma, demirleme ve sonrasındaki konaklama süresince devam edecektir, zamanında ve eksiksiz olarak sunabilmesi ya da sunamaması, yatçılar tarafından dikkate alınacak bir hizmet boyutu olarak görülmektedir.

Bu araştırmada, marina işletmelerinin güvenilirliğinin, yatçıların hizmet kalite algılarının önemli bir boyutunu oluşturduğu, bu sebeple de yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme eğilimlerine etkisinin olacağı varsayılmıştır. 5 Altın Çıpa'lı marina ziyaretçilerinin tatmininde, hizmet kalitesi boyutlarından GÜVENİLİRLİK, bu tez çalışmasının ikinci hipotezidir.

H₂: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda hizmet kalitesi güvenilirliğinin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.3. Heveslilik

Bu özellik, bir işletmenin personeli ve yönetimiyle tümünün müşteriye yardım etme konusundaki istekliliği, buna ek olarak gerekli hizmeti sunma konusundaki dakikliği şeklinde açıklanabilir. Bir marina işletmesinin müşteri istek ve sorunlarına karşı göstereceği duyarlılık, yatçının marinaya ilk girişinden itibaren pontonda, önbüroda, doklarda veya diğer tesislerde alacağı hizmet esnasında gözlemleyebileceği bir boyut oluşturur.

Hevesliliğin bir marina işletmesinde hizmet talebinde bulunan yatçıların kalite algısında payının olması son derece doğal görünmektedir. Yatını marina pontonuna

bağlamış yatçıların kendilerine verilmesini bekledikleri en temel elektrik-su bağlantısında sorun yaşanması halinde, marina personelinin ve yönetiminin duyarsız kalması yatçılar tarafından olumsuz yönde değerlendirilecektir ve dolayısıyla bu özelliğin onların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimlerine etki yapması olasıdır. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından HEVESLİLİK bu tez çalışmasının üçüncü hipotezini oluşturmaktadır.

H₃: 5 Altın Çıpalı marinalarda hevesliliğin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.4. İnanılrlık

Bir hizmet sunucusunun inanılrlığı onun doğruluğu, dürüstlüğü, güvenilirliği ve tutarlılığı olarak ifade edilebilir. Bu özellikler bir işletmenin içinde bulunduğu pazardaki saygınlığını, imajını ve itibarını belirlemede etkili kriterlerdir.

Hizmetlerin karakteristik özellikleri arasında bulunan önceden denenme imkanlarının olmaması, birer turizm işletmesi olan marinaların da yaşamakta olduğu zorluklardandır. Bu durum yatçıları marina hakkında en azından ön bilgi edinme yoluna itmektedir. Onlar bu bilgileri çeşitli kaynaklardan (özellikle arkadaşlarından ve diğer yatçılardan) edinmeye çalışırken marinanın pazardaki ünü başka bir deyişle yatçılar arasındaki bilinirliği bu aşamada anlam ve önem kazanmaktadır. Buradan hareketle inanılrlığın, yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme eğilimlerine etkisi olacağı öngörülmüştür. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından İNANILIRILIK, bu tez çalışmasının dördüncü hipotezidir.

H₄: 5 Altın Çıpalı marinalarda inanılrlığın, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.5. Müşteriyi Anlamak

Diğer turizm işletmelerinde olduğu gibi bir marinateda da yönetim ve personelin hizmet verdiği yatçıların istek ve ihtiyaçlarını anlamak için öncelikle kendilerini müşterilerin yerine koyarak düşünmesi, bir başka deyişle empati yapması doğru olacaktır. Empati sözcüğünün dilimizdeki karşılığı Türk Dil Kurumu¹³⁷ tarafından “duygudaşlık” veya “kişinin kendisini başka bir bilincin yerine koyarak söz konusu bilincin duygularını, isteklerini ve düşüncelerini, denemeksizin anlayabilme becerisi” olarak verilmektedir. Psikolojide empati kavramı, bir kişinin kendisini karşısındakinin yerine koyabilmesi anlamında kullanılır. Bu kavramlar doğrultusunda araştırma içinde müşteriyi anlamak, hizmet sunanların kendilerini hizmeti satın alanların yerine koyabilmesi, onların istek ve duygularını sezip anlamaya onları yakından tanımaya ve bilmeye çalışmaları şeklinde açıklanabilecektir.

Bir marinatedaki personel ve yönetimin yatçılara ilgi göstermesi, kişi olarak onları tanımaya ve bilmeye çalışması, onların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamak için zaman ayırması araştırma kapsamında, yatçıların marinatedan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme eğilimlerine etki edecek bir hizmet kalite boyutu olarak değerlendirilmiştir. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından MÜŞTERİYİ ANLAMAK , bu tez çalışmasının beşinci hipotezidir.

H₅: 5 Altın Çıpalı marinalarda müşteriyi anlamanın, (a) yatçıların marinatedan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.6. Yeterlilik

Yeterlilik kavramı, bir işi tamamlayabilmek için gerekli olan bilgi ve becerilere sahip olma durumu olarak açıklanabilir. Turizm işletmelerinde temel olarak müşterilere “hizmet” sunulmasından doğan bir emek yoğunluğu bulunmaktadır. Her ne kadar teknoloji de kullanılsa, makine ve ekipmanları kullanarak hizmeti sunan

¹³⁷ Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=empati&ayn=tam> , Erişim: 19.11.2009

yine insanlardır. İnsan faktörü sözkonusu olduğunda ise yeterlilik kavramı kendiliğinden gündeme gelmektedir.

Marina işletmelerinin bir çok turizm işletmesine kıyasla sahip olduğu önemli bir fark, müşterilerin çok detaylı teknik donanımları bulunan ve maddi değerleri çok yüksek olan tekneleri ile işletmeye gelmeleridir. Yatçılar marinadan hizmet talep ederken marina personelinin neyi nasıl yapması gerektiği hakkında bilgi sahibi olduğunu varsayarlar. Bir yatçı marinaya yaklaşırken ve demirlerken denizcilerin, bakım onarım işleri yaptırırken teknik personelin, bilgi alırken, giriş ve çıkış işlemleri yaptırırken de önbüro personelinin işlerinde yeterli olup olmadıklarını değerlendirmekte, aynı zamanda bundan etkilenmektedir. Bu bağlamda, 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından YETERLİLİK, tez çalışmasının altıncı hipotezi olarak belirlenmiştir.

H₆: 5 Altın Çıpalı marinalarda yeterliliğin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.7. Nezaket

Nezaket sözcüğü kendi başına incelik ve kibarlık anlamı taşıırken, hizmet kalitesi kavramı içerisinde geçtiğinde yalnızca incelik değil, aynı zamanda saygı, tolerans ve konukseverlik anlamlarını da içine almaktadır. Bir işletmenin tüm personelinin müşterilerine gösterdiği saygı, içten davranış ve güleryüz, müşteriler üzerinde mutlak bir olumlu etki bırakır.

Turizm işletmeleri hizmet sunan ve bundan dolayı da insan emeğinin yoğunca kullandığı işletmelerdir. Marinalarında aralarında olduğu bu tür işletmelerde hizmeti zamanında, söz verildiği şekilde ve tam olarak vermenin yeterli olmadığı, personelin müşteriye yaklaşım şeklinin de önemli bir kriter olduğu yapılan araştırmalarda ortaya çıkarılmıştır. Turizm endüstrisinin bir diğer adının da ağırlama endüstrisi olduğu hatırlanacak olursa, konukseverlik ve güleryüz kavramlarının ne kadar ön planda olduğu açıkça görülecektir. Bu gerçeklerden hareketle, marina işletmelerinin de gözardı edemeyeceği ya da etmemesi gereken nezaket boyutunun yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme

eğilimlerine etkisi olacağı düşünülmüştür. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından NEZAKET, bu tez çalışmasının yedinci hipotezidir.

H₇: 5 Altın Çıpalı marinalarda nezaketin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.8. Emniyet

Emniyetli ortam denildiğinde öncelikle akla gelen, tehlikelerden, risklerden ve hatta şüphelerden uzakta olunan, rahat ve huzurlu bir ortam olmaktadır. Hizmet işletmelerinde tüketimin, üretimin yapıldığı yerde gerçekleşmesinden ötürü müşteriler bizzat işletmeye gelmekte ve gerekli süre boyunca orada bulunmaktadır. Bu süreç, emniyet konusunu gündeme getirmektedir.

Bir marinaya yanaşan ve demirleyen yatçılar, ihtiyaçlarını karşılamak ve çeşitli hizmetleri almak için gereken süre boyunca o marinateda konaklarlar. Bu süre her yatçının kendi istek ve ihtiyaçlarına göre değişmektedir. Ancak değişmeyen önemli bir husus her yatçının, konakladığı marina içerisinde en başta kendisinin ve beraberindekilerin yaşamının, sonra da yatının ve içinde bulunan özel eşyalarla malzemelerin emniyette olduğunu bilmek istediğidir. Doğa olaylarına ve hava değişimlerine karşı korunaklı ve emniyetli bir marinateda, güvenli bir demirleme ve bağlama yapmış olmayı tercih ederler. Bunun yanında, marina sınırları içerisinde hırsızlık, yangın ya da başka bir tehlikeye karşı marina yönetiminin tedbirini almış olmasını isterler. Araştırmada tüm bunlar göz önüne alınarak emniyet boyutunun yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme eğilimlerine etkisinin olacağı öngörülmüştür. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından EMNİYET, bu tez çalışmasının sekizinci hipotezi olmaktadır.

H₈: 5 Altın Çıpalı marinalarda emniyetin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.9. Erişilirlik

Erişilirlik kavramı her ne kadar bir yerden bir yere ulaşmak anlamı taşısa da, hizmet kalitesi literatüründe kastedilen anlamı bundan biraz daha geniş kapsamlıdır. Fiziksel ulaşım ek olarak görsel veya işitsel hatta yazılı iletişim teknolojileri aracılığı ile bağlantı kurma, çeşitli hizmetlere de erişebilme anlamlarını içine alır.

Bir marina sözkonusu olduğunda erişilirlik kavramı daha yatçının tekne ile açılmasından önce ya da marinaya yaklaşımadan millerce önce gündeme gelmektedir. İlk aşamalarda marinada teknenin bağlama yerinin rezervasyonu için bağlantı kurma gereği doğmaktadır. Daha sonraki aşamalarda yaklaşma sırasında kurulacak telsiz iletişimi ve sonrasında palamar hizmetine ulaşılabilirlik söz konusu olmaktadır. Marinada teknesi bulunan yatçıların karayolu ile marinaya erişebilmesi, hatta varsa özel otomobillerini de marinanın otoparkına bırakmaları gerekebilmektedir. Erişilirlik boyutu her anlamı ile bir marinada yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme eğilimlerine ve tavsiye etme eğilimlerine etki edecek bir faktör olarak düşünülmüştür. 5 Altın Çıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından ERİŞİLİRLİK, bu tez çalışmasının dokuzuncu hipotezidir.

H₉: 5 Altın Çıpalı marinalarda ulaşılabilirliğin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

2.3.10. İletişim

Hizmet kalite algısı kapsamındaki iletişim terimi, bir işletmede müşterilerin dinleyip anlayabileceği bir ifade şekli kullanarak onları kesintisiz olarak bilgilendirmek anlamında kullanılmaktadır. Müşterilerin işletme personeli ile kolayca iletişime geçebilmesi, karşılıklı anlaşma sağlayabilmeleri, işletmenin uygulamaları ile ilgili bilgilendirmelerin sözlü ya da yazılı olarak yeterli düzeyde yapılması gereklidir.

İletişimin bir marinada yatçılar ile personel ve dolayısıyla yönetim arasında düzgün ve hızlı bir şekilde kurulabilmesi yatçıların zamanlarını iyi kullanmaları ve emniyette hissetmeleri açısından önem taşımaktadır. Yine aynı açılarından etki

edecek olan bir diğer iletişim konusu ise marina içerisinde neyin nasıl ve nerde yapıldığı bilgisinin yatçılara açık ve anlaşılır şekilde verilmesidir. Bu açıdan bakılarak araştırmada hizmet kalitesinde iletişim boyutunun, yatçıların marinadan tatminlerine, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimlerine etkisinin olacağı varsayılmıştır. 5 Altın ıpalı marina ziyaretçilerinin tatmininde hizmet kalitesi boyutlarından İLETİŞİM, bu tez çalışmasının onuncu ve son hipotezidir.

H₁₀: 5 Altın ıpalı marinalarda iletişimin, (a) yatçıların marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ “5 ALTIN ÇIPA ÖDÜLLÜ” MARİNALARDA BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada katılım oranının yüksek olacağı ve marina hizmetlerinin sunulduğu süreçte hizmet kalitesi algısının en güvenilir düzeyde olduğu düşünülerek, yüzyüze anket yöntemi uygulanmasına ancak; katılımcıların farklı kültür ve milletlerden oluşacağı varsayılarak, farklı kültürel etmenlere bağlı olası hataları önleyebilmek amacıyla araştırma sürecinin en sık olarak kullanılan dört lisanda (Türkçe, İngilizce, Fransızca, ve Almanca) yürütülmesine karar verilmiştir. Araştırmanın konusunu oluşturan ve ankette kullanılacak tüm faktörlere ait ölçüm değişkenleri mevcut literatürden elde edilmiştir. Anketin İngilizce dışındaki diğer 3 dillere çevrilmesi aşamasında çeviri-tekrar süreci uygulanmıştır.¹³⁸ Çevirilen dillerde anadili o dil olan uzmanlar kültürel farklılıklar için son düzenlemeleri gerçekleştirdikten sonra araştırma ölçekleri hazırlanmış ve ölçekler ankete dahil edilmiştir. Anketin tasarımı genel geçerli teamüller dahilinde yapılmıştır. Anketin açık ve ilgi çekici olması ile araştırmanın konusunun kısaca açıklanmış olmasına özen gösterilmiş, üniversitenin adı ve gizlilik beyanları, araştırmacının adı ve ünvanı ile birlikte sunulmuştur.

3.1.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Bu tez çalışmasının amaçlarını, marina işletmelerinde hizmet kalitesinin hangi boyutlarda gerçekleştiğinin ortaya çıkarılması ile birlikte, marina işletmelerinde yatçıların hizmet kalitesi algılamalarının, marinadan tatminlerine, dolayısıyla marinayı tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimlerine etkisinin araştırılması oluşturmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda İkinci Bölüm'de açıklanan on boyutun altına yüklenen 42 madde ile birlikte tatmine, tercih ve tavsiye etme eğilimlerine yönelik 13 maddeyi kapsayan bir araç kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak Tablo 11'de bir arada verilmiş olan hipotezler ile Şekil 11'de görülen model geliştirilmiştir. Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde ise regresyon analizi kullanılmıştır.

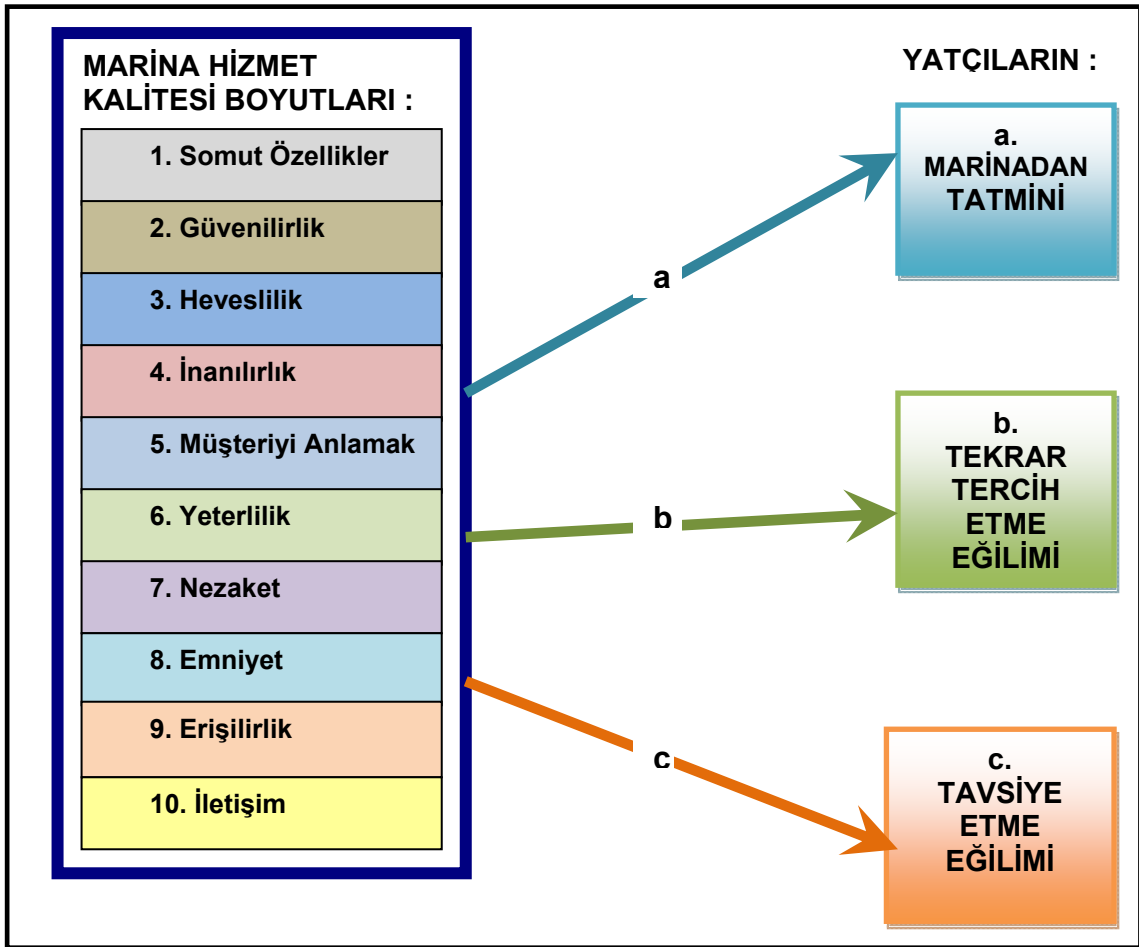
¹³⁸ S. Ronen ve O. Shenkar, Clustering Countries on Attitudinal Dimensions: A Review and Synthesis, Academy of Management Review, 1985, 10(3), s. 435-454.

Tablo 11. Hipotezler Listesi

<p>H₁: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda somut özelliklerin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₂: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda güvenilirliğin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₃: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda hevesliliğin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₄: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda inanırlılığın,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₅: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda müşteriyi anlamamanın,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₆: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda yeterliliğin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₇: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda nezaketin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₈: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda emniyetin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>
<p>H₉: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda erişilirliğin,</p> <p>(a) yatçılarının marinadan tatminleri, (b) tekrar tercih etme ve (c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.</p>

H₁₀: 5 Altın Çıpa'lı marinalarda iletişimin,
(a) yatçılarının marinadan tatminleri,
(b) tekrar tercih etme ve
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

Şekil 11. Araştırmanın Modeli



3.1.2. Araştırma Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evreni olarak, Türkiye'de bulunan "5 Altın Çıpa Ödüllü (TYHA- 5 Gold Anchor Awards)" on adet marinanın 2009 sonbahar ve 2010 yaz sezonu ziyaretçileri seçilmiştir, bu sezonlar dışındaki yatçılar ağırlıklı olarak kışlama yaptıkları için saha araştırması 2010 güzü sonunda tamamlanmıştır. "5 Altın Çıpa Ödüllü" bu on marinadan dördü araştırmayı kabul etmemiş, geriye kalan altı marina

yönetimi araştırmayı ilgiyle karşılamıştır. Marinalar dikkate alındığında katılım düzeyinin %60'larda olması araştırmanın gücünü arttırmıştır. Bu altı marinada konaklamakta olan yatçılar arasında araştırmaya katılmayı kabul edenler ise araştırma örneklemini oluşturmuştur.

Araştırmaya toplam 249 yatçı katılmıştır. Toplam 246 adet kullanılabilir anket değerlendirmeye alınmıştır. Cevaplayıcıların %76'sı erkek, %24'ü kadın olup ortalama yaşları 52'dir. Yatçıların diğer demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Bölüm 3.3.1.'de yer almaktadır.

3.2. ANKETİN GELİŞTİRİLMESİ

3.2.1. Ölçek Tasarımı

Hizmet Kalitesi kavramı ölçülmesi ve anlaşılması oldukça güç ve soyut bir yapıdır. Bu nedenle çeşitli akademisyen ve araştırmacılar konuya farklı açılardan yaklaşmışlar ve değişik çalışmalar yapmışlardır. Ayrıca, hizmet kalitesi, müşteri tatmini ve satın alma davranışı arasındaki önemli ilişkilerin ortaya çıkarılması konusunda tam olarak açıklığa kavuşmamış yönler bulunmaktadır.¹³⁹

Geliştirdikleri ölçekle, Parasuraman, Zeithaml ve Berry (PZB) ilk olarak 1985 yılında, hizmet endüstrilerine özgü 10 adet hizmet kalitesini belirleyici faktör tanımlamışlardır.¹⁴⁰

- Somut özellikler (Tangibles)
- Güvenilirlik (Reliability)
- Heveslilik (Responsiveness)
- Yeterlilik (Competence)
- Nezaket (Courtesy)
- İnanılrlık (Credibility)
- Emniyet (Security)
- Erişilirlik (Access)

¹³⁹ J. Joseph Cronin, Jr. & Steven A. Taylor, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, Vol. 56, 1992, s. 55-68

¹⁴⁰ A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49 oct., 1985, s. 41-50

- İletişim (Communication)
- Müşteriyi anlamak (Understanding the Customer)

Bu 10 belirleyici faktörü ise 3 kategoride sınıflandırmışlardır:¹⁴¹

- Araştırma maddeleri (inanılrlık ve somut özellikler)
- Güven maddeleri (yeterlilik ve emniyet)
- Deneyim maddeleri (güvenilirlik, heveslilik, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim ve müşteriyi anlamak).

Aynı yazarlar 1988'deki çalışmalarında uyguladıkları faktör analizleri sonucunda boyut sayısını önce yediye daha sonra beşe ve ölçek maddelerinin sayısını da 22'ye indirgemişlerdir.¹⁴² Tablo 12'de de görüleceği gibi, ölçeğin Güvence (Assurance) boyutu ilk ölçekteki yeterlilik, nezaket, inanılrlık ve emniyet bileşenlerini, Empati boyutu ise erişilirlik, iletişim ve müşteriyi anlama bileşenlerini kapsamaktadır.

PZB bu çalışmada öne sürdükleri "Açıklar (Gap) Teorisi"nde, müşterilerin beklentileri le hizmet firmasının performansına ilişkin algılamaları arasındaki açığın ya da farkın, hizmet kalitesi algısını ortaya çıkarabileceğini ifade etmişlerdir. Ancak literatürde tek başına performansı temel alan ölçme yöntemlerinin bu konuda daha üstün olduğunu savunan bir yaklaşım da bulunmaktadır.

1990 yılında E. Reidenbach ve B. Sandifer-Smallwood, hastaların hastane operasyonları üzerine kalite algısını ölçmek amacıyla yaptıkları araştırmada SERVQUAL ölçeğine temel oluşturan 10 boyutu, Fark (Gap) Analizi yapmaksızın, tek başına performansın ölçülmesinde kullanmışlardır.¹⁴³

Cronin ve Taylor 1992'de yaptıkları teorik ve ampirik araştırmanın sonucunda hizmet kalitesi algısının bir tutum olarak ölçümlenmesinin gerekli olduğunu belirtmişler; SERVQUAL ölçeğindeki 44 soruyu yarıya düşüren, 22 soruluk ve tek

¹⁴¹ R. Eric Reidenbach, B. Sandifer- Smallwood, Exploring Perceptions of Hospital Operations by a Modified SERVQUAL Approach, *Journal of Health Care Marketing*, Vol.10, No.4, 1990, s.47-55

¹⁴² A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, SERVQUAL: A Multiple -Item Scale for Measuring Consumer Perceptions on Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No:1, 1988, s. 12-40

¹⁴³ R. Eric Reidenbach, B. Sandifer- Smallwood, a.g.e.

başına performansın ölçümüne dayalı SERVPERF ölçeğini geliştirmişlerdir.¹⁴⁴ Aynı çalışmalarında yazarlar, hizmet kalitesi ölçümünde “boşa çıkarma (disconfirmation)” dizisinin doğasından kaynaklanan sorunlar bulmuş, hizmet kalitesinin bir tutum olarak ölçümlenebilmesi için “beklentiler (expectations)” kısmının ölçek dışında bırakılmasını doğru bulmuş ve fark analizi yapmamışlardır.

Tablo 12. Orijinal On Boyutun SERVQUAL'deki Beş Boyutlu Yapısı

Orijinal 10 boyut	Boyutların Beşe İndirgenmiş Olarak Durumu				
	Somut özellikler	Güvenilirlik	Heveslilik	Güvence	Empati
Somut özellikler					
Güvenilirlik					
Heveslilik					
Yeterlilik Nezaket İnanılabilirlik Emniyet					
Erişilirlik İletişim Müşteriyi anlamak					

Araştırmalarının sonunda, tek başına performans yani SERVPERF ölçeğinin hizmet kalitesi içinde SERVQUAL'den daha geniş bir varyansı açıkladığı buna ek olarak hizmet kalitesi kavramının müşteri tatmininden önce geldiği (öncülü olduğu) ve müşteri tatmininin tekrar satın alma eğilimine olan etkisinin kalite algısından daha güçlü olduğu sonucuna varmışlardır.¹⁴⁵ Genel olarak pazarlama yazınında hizmet kalitesinin tatminden önce geldiği kabul edilmektedir. Bir başka deyişle tatmin, algılanan hizmet kalitesinin satın alma sonrasında değerlendirilmesinin bir sonucu olarak açıklanmaktadır.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Cronin, Taylor, a.g.e. s.64

¹⁴⁵ Cronin, Taylor, a.g.e. s. 65

¹⁴⁶ Brady, Cronin, Brand, a.g.e. s. 17-31

Hizmet kalitesi kavramında yalnızca performans algılamalarının ölçülmesi, Cronin ve Taylor'dan sonra 1992'de Babakus ve Boller, 1993'de Boulding, Kalra, Staelin ve Zeithaml, 1994'te Gotlieb, Grewal ve Brown, 1996'da Hartline ve Ferrel, 1994'te PZB gibi yazarlar tarafından da önerilmiştir.¹⁴⁷

Bu önerilerin yanısıra pazarlama yazınında, dergi makalelerinde ve çeşitli kaynaklarda SERVQUAL'ın hizmet kalite algısının ölçümünde uygun bir araç olarak tanımlandığı ve hem turizm hem de diğer hizmet işletmelerinde kullanımının yaygın olduğu da bir gerçektir. SERVQUAL, turizm işletmeleri tarafından özgün organizasyon yapılarına ve verdikleri hizmet çeşidine göre uyarlanarak, müşterilerin beklentilerini ve kalite algılarını ölçebilecek, yararlı bir ölçektir. Hizmet kalitesindeki periyodik eğilimlerin belirlenmesinde diğer ölçüm araçlarıyla birlikte kullanılabilir.¹⁴⁸

3.2.2. Anketin Oluşturulması

Bu araştırmada iki sebepten ötürü Cronin ve Taylor'un SERVPERF adıyla önerdiği ölçekte olduğu gibi tek başına performansa dayalı olarak, yatçıların hizmet kalitesi algılarının ölçülmesi hedeflenmiştir. Birinci sebep, PZB'nin 1994'te¹⁴⁹ yaptıkları bir çalışmada da kabul ettikleri gibi SERVPERF'in açıkladığı varyansın SERVQUAL'den daha fazla olmasıdır. İkincisi ise anket uygulaması sırasında yaşanacak olan kısıtların ortadan kaldırılmaya çalışılmasıdır. Söz konusu kısıtların başında yatçıların marina hizmetlerine ilişkin beklentilerini ölçen anketi onlar yatlarına binip denize açılmadan önce doldurtma gerekliliği gelmektedir. Anketin beklentiler kısmının doldurtulacağı cevaplayıcıların hepsini bir arada bulmak pratikte de bir bankanın, bir kütüphanenin veya havaalanında uçağa binmek için bekleyen havayolu müşterilerinin bulunmasında olduğu gibi olanaklı görünmemektedir.

Araştırmada, bu alanda yapılmış önceki çalışma, öneri ve gerçeklerin ışığında, PZB¹⁵⁰ tarafından ortaya koyulan 10 hizmet kalitesi boyutu, bir yatçının marinadaki hizmet kalitesini değerlendirme kriterlerini belirleme yolunda önemli bir başlangıç noktası oluşturmuştur. Yatçıların, marina hizmetlerinin kalite düzeyine

¹⁴⁷ Brady, Cronin, Brand, a.g.e. s. 18

¹⁴⁸ İge Pınar, a.g.e., s. 129

¹⁴⁹ A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 58, 1, 1994, s. 111- 124

¹⁵⁰ A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, 1985, s. 47

ilişkin algılamalarını ölçmek amacıyla kullanılacak ölçeği geliştirmek için, sözü edilen 10 boyut marina yöneticileri, yatçı ve akademisyenlerden oluşan bir ekip tarafından incelenmiştir. Her bir boyut marina hizmetlerinin özgün yapısına uygun olarak detaylandırılmıştır.

Anket formunun birinci bölümünde algılanan hizmet kalitesini ölçmek amacıyla kullanılan ifadeler yer almaktadır. Algılanan hizmet kalitesine ilişkin maddeler, PZB'nin on boyutunun temel alınması ve marina işletmelerine uyarlanması yolu ile geliştirilmiştir. Anketin ikinci bölümünde yatçıların buldukları marınadan tatminleri, marinayı tekrar tercih etme eğilimleri ve tavsiye etme eğilimlerine ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadelerden birinci madde (ST1) ile beşinci madde (ST5) haricindeki altı madde ve tavsiye etme eğilimlerine dair 3 madde (RC11, 2 ve 3), Reidenbach ve Smallwood'dan¹⁵¹ örnek alınarak geliştirilmiştir. ST1' deki marina hizmetlerine ait genel tatmin düzeyini ölçme amaçlı ifade ile tekrar tercih etme eğilimlerini ölçme amaçlı iki madde (PI1 ve 2), Brady vd.'nin¹⁵² ölçeğinden adapte edilmiştir. Anketin son bölümünde ise yatçıların demografik özelliklerini belirlemeye yarayan sorular yer almıştır.

Anketin demografik özelliklere dair sorulardan oluşan son bölümü dışındaki tüm bölümlerinde 5 noktalı Likert Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte 5: Kesinlikle katılıyorum (Strongly agree- Tout à fait d'accord- Ich stimme sehr stark zu) ve 1: Kesinlikle katılmıyorum (Strongly disagree- Pas du tout d'accord- Ich stimme überhaupt nicht zu) anlamını taşımaktadır.

3.3. ANALİZ VE BULGULAR

3.3.1. Demografik Veriler

Araştırmaya toplam 249 yatçı katılmıştır. Cevaplayıcıların %76'sı erkek, %24'ü kadın ve yaş ortalamaları 52'dir. Teknelerdeki yolcu sayısı ortalama 2 veya 3 kişidir. Araştırmaya katılan teknelerin ortalama uzunlukları (LOA) 13,5 metre, genişlikleri (beam) 3,9 metre ve su altındaki derinlikleri (draft) 1,7 metredir. Cevaplayıcıların %72,4'ü teknenin sahibi olduklarını beyan etmiş, %25,6'sı da

¹⁵¹ R. Eric Reidenbach, B. Sandifer- Smallwood a.g.e., s. 54

¹⁵² Michael K. Brady, J. J. Cronin, Richard R. Brand, Performance- only Measurement of Service Quality: a replication and extension, Journal of Business Research, 55, 2002, s. 28-29

seyahat ettikleri teknenin kendilerine ait olmadığını belirtmişlerdir. Sözkonusu teknelerin %76,9'u yelkenli olup, %23,1'i motoryat tipindedir.

Araştırmaya katılan yatçılara ait teknelerin, araştırmaya katılmış oldukları yat limanında bağlı olma sürelerini içeren bilgiler Tablo 13'te görülmektedir.

Tablo 13. Katılımcılara Ait Teknelerin İlgili Marinada Bağlı Olma Süreleri

Araştırmaya Katılan Tekneler		Teknelerin İlgili Marinada Bağlı Olma Süresi
Oran(%)	Adet	
52	125	100 gün ve daha az
12	30	100 gün ile 1 yıl arası
28	73	1 yıl ile 6 yıl arası
8	18	6 yıl ile 20 yıl arası

Tablo 13'ün ortaya koyduğu kalış süreleri, araştırmaya katılan yatçıların %23'ünün emekli, %18'inin de işveren olduğunu ifade etmesiyle birlikte düşünüldüğünde daha anlamlı görünmektedir.

Araştırmaya farklı milletlerden dolayısıyla farklı kültürlerden yatçılar katılmıştır. Yatçıların milliyetlerine ilişkin veriler Tablo 14'te sunulmaktadır. Bu verilere göre %37,9 ile Türkiye birinci sırada olup bunu %16,5 oranla İngiltere, %11,9'la Fransa, %9,5'la Almanya ve %4,1 ile Belçika izlemektedir.

Tablo 14. Araştırmaya Katılan Yatçıların Milliyetleri

ÜLKE	Frekans	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
İngiltere	40	16,5	16,5
Polonya	2	,8	17,3
Belçika	10	4,1	21,4
Güney Afrika Cumhuriyeti	6	2,5	23,9
İrlanda	9	3,7	27,6
İtalya	3	1,2	28,8

İskoçya	4	1,6	30,5
Türkiye	92	37,9	68,3
Fransa	29	11,9	80,2
Avusturya	4	1,6	81,9
Almanya	23	9,5	91,4
Norveç	1	,4	91,8
Hollanda	5	2,1	93,8
Yeni Zelanda	2	,8	94,7
Bulgaristan	1	,4	95,1
İspanya	1	,4	95,5
İsviçre	8	3,3	98,8
Kanada	2	,8	99,6
Tunus	1	,4	100,0
Toplam	243	100,0	
Belirtilmemiş	3		
Toplam	246	100,0	

Milliyetleri yukarıdaki tabloda özetlenen yatçıların %56'sının, Akdeniz çanağında ziyaret etmiş bulunduğu aynı kategorideki marina sayısının beş ve altında olduğu görülmüştür. Bunun dışında Tablo 14 ile Tablo 15'te sunulan, araştırmaya katılan teknelerin bayraklarına ilişkin bilgiler karşılaştırıldığında, araştırmaya katılan Türk yatçıların sayısı ile Türk bayraklı teknelerin sayısı arasında dikkati çeken bir fark olduğu görülmektedir. Aynı zamanda araştırmaya ABD'den yatçı katılmadığı halde ABD bayraklı yatların araştırmaya katılan tüm yatların %13,5'ini oluşturduğu da göze çarpmaktadır. Bu farklılıkların bir nedeni Türk uyruklu yatçılardan bazılarının yurtdışında yaşıyor olup teknelerinin yaşadıkları ülkenin bayrağını taşıması iken, bir başka nedeni ise, Türk yatçılara ait teknelerin çeşitli sebeplerle ABD bayrağı taşımasıdır. Türkiye'de vergi sisteminin yeniden düzenlenmesi ile bu gibi durumların azaltılmasına çalışılmaktadır ancak henüz sorunlar tam olarak ortadan kaldırılamamış durumdadır. İlgili tüm devlet kuruluşlarının bu konuya çözüm getirci yaklaşımlarda bulunması Türkiye'de yatçılığın geleceği açısından önemli ve gereklidir.

Tablo 15. Araştırmaya Katılan Teknelerin Bayrakları

BAYRAK	Frekans	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
İngiltere	46	20,0	20,0
Polonya	2	0,9	20,9
Fransa	29	12,6	33,5
Türkiye	49	21,3	54,8
Almanya	32	13,9	68,7
Güney Afrika Cumhuriyeti	7	3,0	71,7
İrlanda	6	2,6	74,3
İtalya	1	0,4	74,8
Amerika Birleşik Devletleri	31	13,5	88,3
Avusturya	5	2,2	90,4
Panama	1	0,4	90,9
Belçika	6	2,6	93,5
Norveç	1	0,4	93,9
Hollanda	6	2,6	96,5
İskoçya	1	0,4	97,0
İspanya	1	0,4	97,4
İsviçre	3	1,3	98,7
Yeni Zelanda	1	0,4	99,1
Kanada	2	0,9	100,0
Toplam	230	100,0	

3.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizleri

Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis- CFA), belirli değişkenlerin bir kuram dahilinde önceden belirlenmiş faktörler içerisinde ağırlıklı olarak yer alacağı varsayımının sınanmasıdır.¹⁵³ Araştırma verilerinin önceden belirlenen faktör yapısını ne derece doğruladığını görmek amacıyla doğrulayıcı

¹⁵³ V. Yılmaz ve H. E. Çelik, Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I: Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama. Pegem Akademi Yayınları, 2009, Ankara.

faktör analizine başvurulmuştur. Bunun için EQS 6.1 istatistik paket programı kullanılmıştır. Şekil 12'de Marina Hizmet Kalitesi Boyutları'na ve Şekil 13'te ise Bağımlı Değişkenlere (Yatçıların Marinadan Tatmini, Tekrar Tercih Etme ve Tavsiye Etme Eğilimleri) ait doğrulayıcı faktör analizi bulguları sunulmuştur. Hem Marina Hizmet Kalitesi Boyutları'na [$X^2_{(324)} = 570,715$ p:0,00; GFI= 0,86; AGFI= 0,80; IFI= 0,91 ;CFI= 0,91; NFI= 0,82 RMSEA= 0,05] hem de Bağımlı Değişkenlere (Yatçıların Marinadan Tatmini, Tekrar Tercih Etme ve Tavsiye Etme Eğilimleri) [$X^2_{(32)} = 161.131$ p:0,00; GFI= 0,88; AGFI= 0,80; IFI= 0,90; CFI= 0,90; NFI=0,88; RMSEA= 0,12] uygulanan doğrulayıcı faktör analizleri, ilgili faktör yapılarının tatmin edici olduğunu ortaya koymuştur.

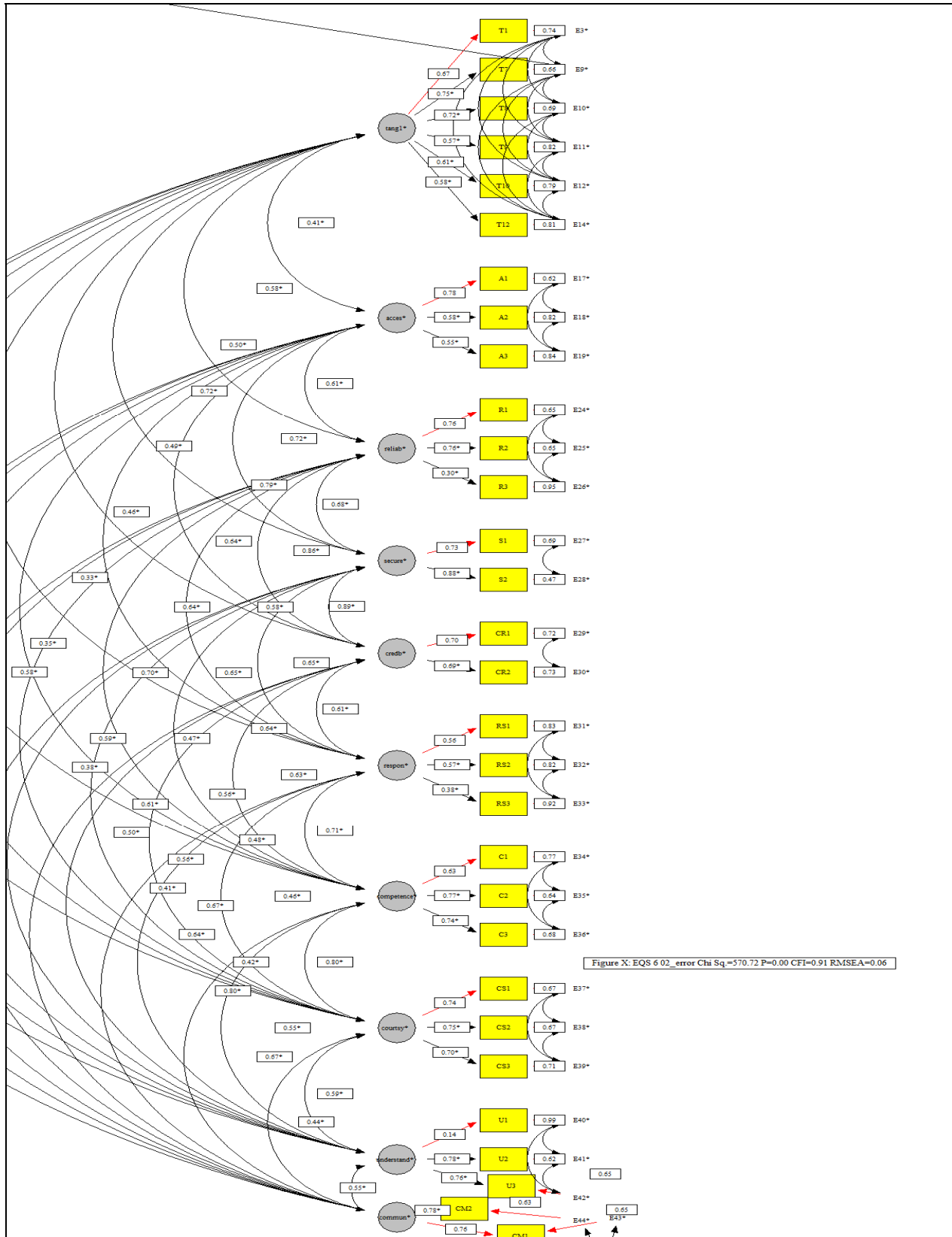
X^2/df oranı kullanıldığında çıkan sonucun 1 ile 7 arasında yer alması, hem sıfır (0) hipotezinin hem de değişkenlerin kabul edilebilir uygunluk düzeyinde olduklarını göstermektedir.¹⁵⁴ Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index- CFI), beklenen ile test sonunda çıkan model arasındaki uyumu sorgular.¹⁵⁵ Normleştirilmiş Uyum İndeksi (Normed Fit Index- NFI) ve Artımsal Uyum İndeksi (Incremental Fit Index- IFI) bir modelin "0" modeline göre ne uygunlukta olduğunu inceler.¹⁵⁶ Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean-Square Error of Approximation-RMSEA) ise saha araştırmasında toplanan veri setinin modele uygun olup olmadığını anlamaya yardımcı olur. Bu bağlamda doğrulayıcı faktör analizi sonuçları daha sonraki analizlerin yapılabilmesi için yeterli durumdadır.

¹⁵⁴ H. W. Marsh ve D. Hocevar, Application of Confirmatory Factor Analysis to the Study of Self-Concept: First and Higher Order Factor Structures and Their Invariance Across Groups, Psychological Bulletin, 97, 1985, s. 562-582

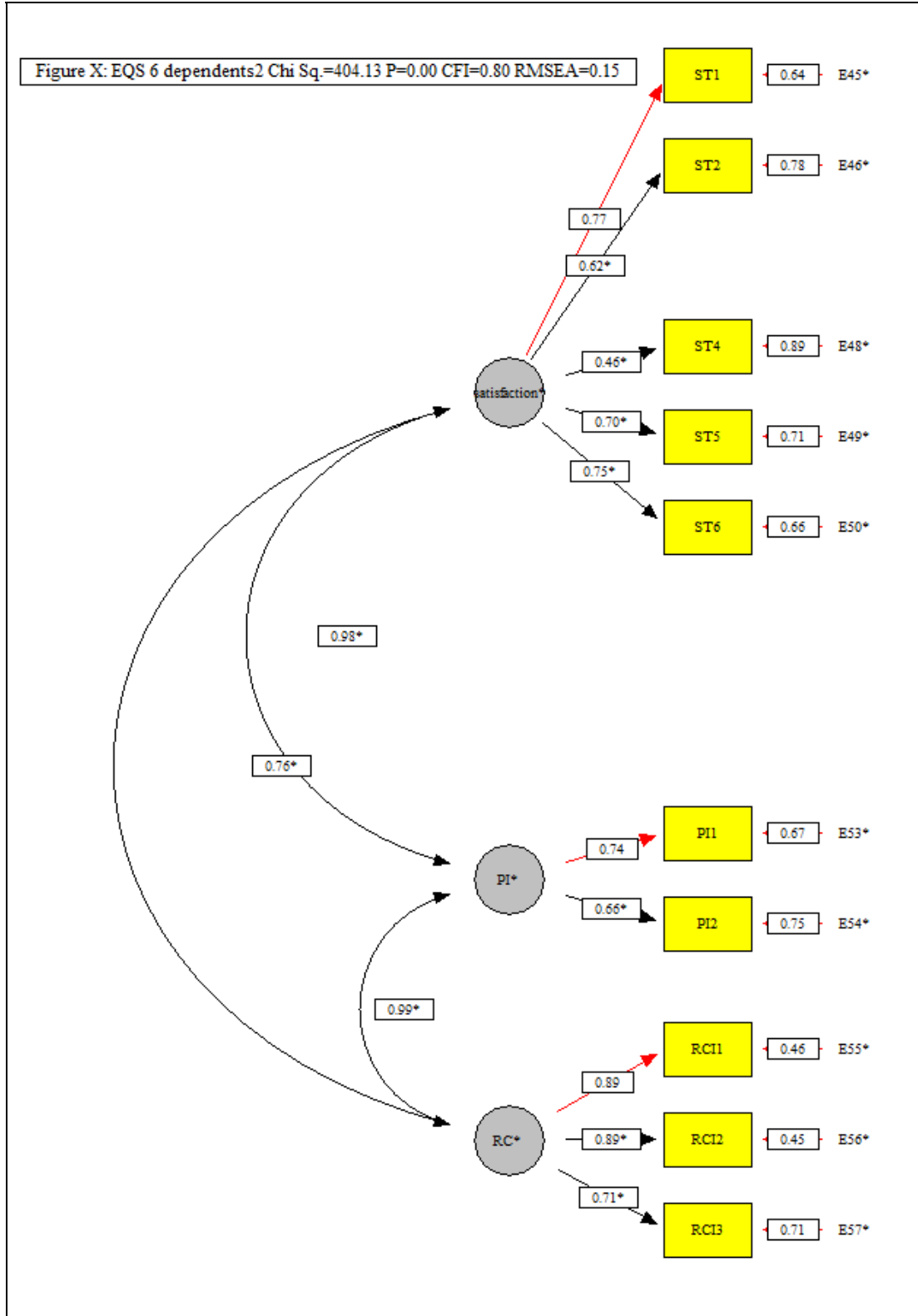
¹⁵⁵ P. M. Bentler, Comparative Fit Indexes in Structural Models, Psychological Bulletin, 107 (2), 1990, s. 238- 246

¹⁵⁶ P. M. Bentler ve D. G. Bonett, Significance Test and Goodness- of- Fit in the Analysis Covariance Structures, Psychological Bulletin, 88, 1980, s. 588-606

Şekil 12. Marina Hizmet Kalitesi Boyutları'na Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları



Şekil 13. Bağımlı Değişkenlere Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları



3.3.3. Ölçeklere Ait Geçerlilik ve Güvenilirlik Testleri

Ölçeklerin yüzeysel ve yapısal geçerlilikleri için araştırma ölçekleri, alanda uzman kişilerin değerlendirmesine sunulmuş, ilgili dil ve anlam bozukluklarına karşı gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bu süreç sonunda araştırma ölçeklerinin yüzeysel ve içerik (face validity, content validity) geçerliliklerine ulaşılmıştır. Ölçek geçerlilikleri için faktör analizlerinden faydalanılmıştır. Öncelikle keşifsel faktör analizi her bir ölçeğe ayrı ayrı uygulanmış ve tek boyutluluk (unidimensionality) geçerliliğinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonrasında uygulanan doğrulayıcı faktör analizinde her bir faktör yapısına ait araştırma değişkenleri (soruları), varsayılan gizli (latent) faktöre atanmıştır. Sonuçta, araştırmanın 40 değişkeninin 13 faktöre anlamlı olarak yüklenmesi, ölçeklere ait yakınsama geçerliliğini (convergent validity) ortaya koymuştur. İlgili faktör yükleri ve analiz bulguları Şekil 12, 13 ve Tablo 16'da görülmektedir. Faktör yapısına uygun olmayan somut özellikler boyutu altındaki sekiz, erişilirlilik boyutu altındaki dört ve yatçıların marınadan tatmini altındaki üç ifade geçerlilik analizleri sürecinde kapsam dışında bırakılmıştır.

Tablo 16. Ankette Kullanılan İfadeler ve Faktör Yükleri

HİZMET KALİTESİ	Faktör Yükleri
Somut Özellikler	
Bu marina modern teknoloji ve ekipmanlara sahiptir.	, 67
Duş- Tuvalet alanları temizdir.	, 75
Duş- Tuvalet alanları sayıca yeterlidir.	, 72
İnternet / TV hizmetleri verimlidir.	, 57
Marinada genel temizlik yeteri kadar iyidir.	, 61
Marina çalışanlarının giyimi temiz ve düzgündür.	, 58
Erişilirlilik	
VHF iletişimi sağlanabilmektedir.	, 78
Bu marinaya yaklaşmak ve yanaşmak için derinlik uygundur.	, 58
Bu marinayla internet, fax veya telefon aracılığıyla bağlantı kurulabilmektedir.	, 55
Güvenilirlik	
Bu marinada belirli bir zamanda herhangi birşeyin yapılacağı sözü verildiyse, yapılır.	, 76

Bu marınada hizmetler hangi şekilde verilecekleri söylendiye, o şekilde verilir.	, 76
Bu marınada müşterilere, hizmetlerin ne zaman verileceği kesin olarak bildirilmez. ^a	, 30
Emniyet	
Demirleme/ Bağlama yöntemleri yeteri kadar güvenlidir.	, 73
Bu marınadayken kendimi güvende hissediyorum.	, 88
İnanılrlık	
Bu marina, reklamlarında söz verdiği hizmetleri sunma konusunda yeterlidir.	, 70
Bu marina, yatçılar arasında saygınlığı olan bir marınadır.	, 69
Heveslilik	
Bu marınanın çalışanları, müşteri isteklerine vaktinde cevap veremeyecek kadar meşguldürler. ^a	, 56
Yanaşma için beklemler uzun sürmektedir. ^a	, 57
Giriş prosedürleri kolayca tamamlanabilmektedir.	, 38
Yeterlilik	
Bu marınanın gemicileri işlerinde beceri sahibidir.	, 63
Bu marınanın ön bürosunda/resepsiyonunda verilen rehberlik hizmetleri yeterlidir.	, 77
Bu marınadaki diğer çalışanlar işlerinde yeterlidirler.	, 74
Nezakete	
Bu marınanın gemicileri naziktir.	, 74
Bu marınanın ön büro/ resepsiyon personeli kibardır.	, 75
Bu marınadaki diğer çalışanlar kibar davranırlar.	, 70
Müşteriyi Anlamak	
Bu marınanın çalışanları bana kişisel ilgi göstermemektedir. ^a	, 14
Bu marina çalışanları benim özel ihtiyaçlarımı anlamaya çalışmaktadırlar.	, 78
Bu marina çalışanları beni ilgilendiren şeyleri öğrenmeye yeteri kadar zaman ayırmaktadır.	, 76
İletişim	
Bu marina hizmetleri hakkındaki yönlendirme ve talimatlar yeterlidir.	, 76
Bu marınanın çalışanlarıyla iletişime geçmek kolaydır.	, 78
YATÇILARIN MARİNADAN TATMİNİ	
Bu marınadan aldığım genel hizmet düzeyi beklediğimden daha yüksektir.	, 77
Bu marınadan aldığım gemici hizmetleri beni tatmin etmiştir.	, 62
Bu marınanın bulunduğu yerin tarihi ve kültürel özellikleri beni duygusal yönden tatmin etmiştir.	, 46
Akdeniz'de bulunan aynı kategorideki diğer marınalarla kıyaslandığında bu marınadaki "fiyat- hizmet" dengesi iyidir.	, 70
Bu marina yönetiminin yaklaşımları beni tatmin etmiştir.	, 75
TEKRAR TERCİH ETME EĞİLİMİ	

Akdenizde tekrar seyir yapsam yine bu marinayı seçerdim.	, 74
Bu marinanın sunduklarına karşılık olarak talep ettiği ücreti hakettiğine inanıyorum.	, 66
TAVSİYE ETME EĞİLİMİ	
Bu marinayı arkadaşlarıma içtenlikle öneririm.	, 89
Bu marinayı diğer yatçılara önerebilirim.	, 89
Bu marinayı internet forumlarında önerebilirim.	, 71

^a: Ters yönlü (reverse) ifadeler.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizleri Cronbach'ın (α) alfa prosedürüne göre test edilmiştir. Güvenilirlik, bir faktöre yüklenen değişkenlerin tekrar edilen ölçümlerde verdiği sonuçların tutarlılık derecesini gösteren değerdir. Bunun bir türü de ölçek içerisinde yer alan maddelerin iç tutarlılığını ölçen "Güvenilirlik Katsayısı (reliability coefficient)" olmaktadır.¹⁵⁷ Birbiriyle yüksek ilişki gösteren maddelerden oluşan ölçeklerin alfa katsayısı yüksek olur. Ölçeğin alfa katsayısı ne kadar yüksek olursa bu maddelerin o derece birbirleriyle tutarlı ve aynı özelliğin öğelerini gösteren maddelerden oluştuğu varsayılır.¹⁵⁸ Araştırmada ölçek güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alfa katsayıları¹⁵⁹ ve ölçeklerin içsel tutarlılıklarına yönelik korelasyon değerleri hesaplanmıştır. Faktörlerin Cronbach Alfa katsayıları ve korelasyon değerleri SPSS 13.0 istatistik paket programı kullanılarak hesaplanmış ve her bir faktörle ilgili değerler içerdiği madde (soru) sayısı ile birlikte Tablo 17'de sunulmuş bulunmaktadır.

Tablo 18'de SERVQUAL ölçeği kullanılmış çeşitli araştırmalarda elde edilen sonuçlara ilişkin paylaşılmış veriler sunulmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda, araştırmaların %88'inde tek kültürlü, yalnızca %12'sinde ise çapraz kültürel (cross cultural) anket uygulandığı görülmektedir. Çalışmaların çoğunda ölçeklere ait geçerlilik ve güvenilirlik testlerinin yapılmamış veya belirtilmemiş olduğu ve dolayısıyla bu çalışmalarda ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik bilgilerine ulaşılamadığı görülmektedir. Tablo 18'deki altı nolu çalışmada, yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda heveslilik boyutuna ait değişkenlerin diğer boyutlar altına dağılmış olduğu ayrıca güvence (yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, emniyet) ve empati (erişirlik, iletişim, müşteriye anlamak) boyutlarının tek bir boyut haline geldiği belirtilmektedir.

¹⁵⁷ J. F. Hair, R. B. Bush ve D. J. Ortinau, Marketing Research: Within a Changing Information Environment, 2. ed., New York, McGraw- Hill/Irwin Inc, 2003

¹⁵⁸ Özkan Tütüncü, Araştırma Yöntemlerine Giriş, 2008 Ders Notları, İzmir, 2008.

¹⁵⁹ L. J. Cronbach ve R. J. Shavelson, My Current Thoughts on Coefficient Alpha and Successor Procedures, Educational and Psychological Measurement, 64 (3), 2004, s. 391- 418

Aynı tablonun 12 nolu çalışmasında da buna benzer şekilde heveslilik boyutuna ait soruların üç, müşteriye anlamak boyutuna ait soruların ise iki farklı faktöre dağılmış olduğu belirtilmiştir. Spor turizminde hizmet kalitesi ile müşteri tatmini ilişkisinin incelendiği üç nolu çalışmada ise dış mekan sporları için hizmet kalitesinin beş boyuttan daha fazla boyutla yapılandırılması önerilmektedir.

Tablo 17. Araştırma Değişkenlerine Ait Ölçeklerin Cronbach Alfa ve İçsel Tutarlılıklarına Yönelik Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Soru Sayısı	Cronbach α	
Tavsiye Etme Eğilimi	3	,85	
Somut Özellikler	6	,81	
Marinadan Tatmin	5	,80	
Nezaket	3	,77	
Yeterlilik	3	,74	
Erişilirlik	3	,67	
Güvenilirlik	3	,54	
Heveslilik	3	,48	
Müşteriyi Anlamak	3	,39	
Değişkenler	Soru Sayısı	r	p
Emniyet	2	,62	,01
İnanılabilirlik	2	,48	,01
İletişim	2	,58	,01
Tekrar Tercih Etme Eğilimi	2	,50	,01

Tablo 18. SERVQUAL Ölçeği Kullanılan Görgül Çalışmalara İlişkin Özet Tablo

Yazarlar ve Yayının Tarihi	Ele Alınan Hizmet Kalitesi Boyutları	Elde Edilen Hizmet Kalitesi Boyutları	Madde Sayısı Boyut Değişirme Dışarıda Bırakılma	Faktör Analizi	Güvenilirlik Analizi Cronbach's α	Geçerlilik Analizi	Sektör/ Örneklem	Boşluk (GAP) Analizi	Servqual Skoru
1. H. Hu, J. Kandampully, T. D. Juwaheer 2009	Somut özel. Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut özel. Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	N. A.	N.A.	$\alpha = .65$ ile .94 arasında değişiyor	<u>Uyum İyiliği</u> <u>Göstergeleri:</u> CFI: .99 RMSEA: .04 NFI: .99 TLI: .99 $X^2: 3.814 (p > .05)$	Otelcilik n= 1500 İngilizce ve Fransızca	-----	-----
2. J. Y. Lai 2006	Somut özel. Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	22 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma: 9 mdd.	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .88 Faktör2: .87 Faktör3: .84 Faktör4: .82	<u>CR</u> <u>AVE</u> .91 .72 .90 .74 .88 .71 .84 .63	e-İşletmecilik n=161 İngilizce	-----	-----
3.C. Kouthouris, K. Alexandris 2005	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	22 madde Başka Boyuta Kayma: - Dışarıda Bırakılma:-	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .54 Faktör2: .80 Faktör3: .71 Faktör4: .72 Faktör5: .92	<u>Regresyon analizi:</u> Tatmin: $p < .001$ Somut ö.: n.s Güvenilirlik: n.s. Heveslilik: n.s. Güvence: $p < .05$ Empati: n.s.	Turizm n= 257 İngilizce	<input checked="" type="checkbox"/>	Somut ö.: 102,67 Güvenilirlik: 172,33 Heveslilik: 194,33 Güvence: 124 Empati: 166,33
4. S. Hudson, P. Hudson, G. Miller	Broşür Hareketi bekleyiş Seyahat	Broşür Hareketi bekleyiş Seyahat	146 madde Boyut Değ.: N.A.	N.A.	$\alpha = 0.8219$	<u>t Testi</u> Kayak ve	Tur Operatör- lüğü	<input checked="" type="checkbox"/>	N.A.

2004	Temsilciyle buluşma Tesise transfer Tesise varış Konaklama tesisi Karşılama Tesis aktiviteleri Kayak ve snowboard imkanı Şirket dergisi Tesisten ayrılış Havaalanına transfer	Temsilciyle buluşma Tesise transfer Tesise varış Konaklama tesisi Karşılama Tesis aktiviteleri Kayak ve snowboard imkanı Şirket dergisi Tesisten ayrılış Havaalanına transfer	Dışarıda Bırakılma: N.A.			snowboard imkanı: p= .666 12 boyut için: p<.01	n= 220 İngilizce		
5. S. De Man, P. Gemmel, P. Vlerick, P. Van Rijk, R. Dierckx 2002	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut ö.+ güvence Güvenilirlik Heveslilik Empati Uygunluk	22 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma : 4 madde	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .85 Faktör2: .84 Faktör3: .71 Faktör4: .83 Faktör5: .64	p< 0.01	Sağlık n= 259 İngilizce	-----	-----
6. Y. Fu, S. C. Parks 2001	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut özellikler Güvenilirlik+He- veslilik Güvence + Em- pati	24 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma: X	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .92 Faktör2: .95 Faktör3: .97	<u>Regresyon anlz:</u> Faktör1: p<.001 Faktör2: p<.001 Faktör3: p<.001	Restoran n= 415 İngilizce	-----	-----
7. B. T. Engelland, L. Workman, M. Singh 2000	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence	72 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma: 55 mdd.	<input checked="" type="checkbox"/>	$\alpha > .69$	<u>Uyum İyiliği</u> <u>Göstergeleri:</u> GFI: .90 RMR: .047	Eğitim n= 237 İngilizce	<input checked="" type="checkbox"/>	Gap1: - 0.77 Gap3: 1.44 Gap4: 1.17 Gap5: 1.00

	Empati	Empati				CFI: .94 Critical N: 153.93 X ² : 211.36(109)			
8. Gabbie, O'Neil 1997	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	22 madde Boyut Değ.: - Dışarıda Bırakılma :-	N.A.	N.A.	N.A.	Otelcilik n=20 İngilizce	<input checked="" type="checkbox"/>	Skor1: 0.67 Skor2: -2.51
9. G. LeBlanc 1992	10 boyut	Somut ö. Yeterlilik Şirket imajı Zamanındalık Nezakət Rekabet edebilirlik Heveslilik Güvenilirlik Erişilirlik	50 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma: 15 mdd.	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .88 Faktör2: .83 Faktör3: .90 Faktör4: .68 Faktör5: .82 Faktör6: .72 Faktör7: .69 Faktör8: .67 Faktör9: .64	<u>Regresyon anlizi:</u> Faktör3: p<.001 Faktör6: p<.001 Faktör5: p<.001 Faktör7: p< .01 Faktör9: p<.05 Faktör2: p< .05 F1, F4, F8: anlamlı değil	Seyahat Acentacılığı n= 277 İngilizce	-----	-----
10. F. Saleh, C. Ryan 1991	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut ö. + güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	33 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma: 1mdd	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .74 Faktör2: .92 Faktör3: .87 Faktör4: .85	P= 0.01	Otelcilik n= 200 İngilizce	<input checked="" type="checkbox"/>	<u>Gap2:</u> Somut ö.: -0.318 Güvenilirlik: - 0.700 Heveslilik: -504 Güvence: -0.348 Empati: -0.455
11. G. R. Fick, Jr.B.Ritchie 1991	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Bankacılık n=200 Turizm	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Bankacılık ortalama skorları</i> <u>Beklentiler:</u>

	Güvence Empati	Güvence Empati					n=600 İngilizce		Somut ö.: 6.15 Güvenilirlik: 6.68 Heveslilik: 5.80 Güvence: 6.58 Empati: 5.67 <u>Algılamalar:</u> Somut ö.: 5.72 Güvenilirlik: 5.20 Heveslilik: 4.31 Güvence: 5.26 Empati: 4.22
12. R. E. Reidenbach, B. Sandifer- Smallwood 1990	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Yeterlilik Nezaket İnanılrlık Emniyet Ulaşılabilirlik İletişim Müşteriyi anlamak	Hasta güvenceleri Yeterlilik Tedavi kalitesi Destek hizmetler Somut özellikler Bekleme süresi Empati	41 madde Boyut Değ.: <input checked="" type="checkbox"/> Dışarıda Bırakılma : 2 md	<input checked="" type="checkbox"/>	Faktör1: .95 Faktör2: .85 Faktör3: .80 Faktör4: .80 Faktör5: .75 Faktör6: .82 Faktör7: .84	<u>Doğrusal Bileşim</u> <u>Korelasyonları</u> Ayakta: p< .05 Yatan: p< .0001 Acil ser.: p< .05	Sağlık n=300 İngilizce	-----	-----
13. Ş. Haciefendioğlu, Ü. Koç 2009	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati Geçmiş deneyimler	N.A.	48 madde Boyut Değ.: N.A. Dışarıda Bırakılma: N.A.	N.A.	$\alpha = .96$	<u>Regresyon</u> <u>anlizi(Beta):</u> Somut ö. - .034 Güvenilirlik .186 Heveslilik .019 Güvence .022 Empati .085	Restoran n=465 Türkçe	-----	-----

	Değer Ambiyans Yiyecek kalitesi					Geçmiş deneyimler .266 Değer .286 Ambiyans .009 Yiyecek kalitesi .121			
14. M. Zerenler, A. Öğüt 2007	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	N.A.	39 madde Boyut Değ.: N.A. Dışarıda Bırakılma: N.A.	N.A.	N.A.	P< 0.001	Sağlık n= 1500 Türkçe	-----	-----
15. V. Yılmaz, H.E. Çelik, B. Depren 2007	Erişim Heveslilik Somut özellikler Güvenilirlik Yeterlilik Duyarlılık Kuruma bağlılık	Erişim Heveslilik Somut özellikler Güvenilirlik Yeterlilik Duyarlılık Kuruma bağlılık	35 madde Boyut Değ.: - Dışarıda Bırakılma :-	N.A.	$\alpha = .96$	t Testi Erişim p>.05 Heveslilik p<.001 Somut özellikler p<.001 Güvenilirlik p<.001 Yeterlilik p<.001 Duyarlılık p<.001 Kuruma bağlılık p<.001	Bankacılık n= 353 Türkçe	<input checked="" type="checkbox"/>	<u>Ort. S.Skoru</u> Erişim: -0,43 Heveslilik: -0,66 Somut ö.: -0,52 Güvenilirlik: - 0,62 Yeterlilik: -0,57 Duyarlılık: -0,60 Kuruma bağlılık: -0,65
16. A. Okumuş, H. Asil 2007	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	Somut özellikler Güvenilirlik Heveslilik Güvence Empati	22 madde Boyut Değ.: - Dışarıda Bırakılma: 6 madde	N.A.	$\alpha = .86$	<u>Bartlett Testi</u> Sig.: 0.000	Hava Taşımacı- lığı n= 511 Türkçe ve İngilizce	-----	-----

N.A.:Ulaşılamıyor : Mevcut

3.3.4. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizi

Faktör analizleri ve güvenilirlik testleri tamamlandıktan sonra faktörlere yüklenmiş olan maddelerin ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmıştır. Aynı zamanda ölçekte bulunan tüm bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelenmiştir. Tablo 19'da araştırma değişkenlerine ait ortalama ve standart sapma değerlerine yer verilmektedir.

Tablo 19. Değişkenlere Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

DEĞİŞKENLER	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
1-Somut Özellikler	246	2,00	5,00	4,0154	,63273
2-Erişilirlik	246	2,33	5,00	4,2412	,48525
3-Güvenilirlik	245	2,00	5,00	3,4639	,49330
4-Emniyet	246	2,00	5,00	4,1545	,59464
5-İnanılrlık	245	2,50	5,00	4,0020	,60985
6-Heveslilik	246	1,67	5,00	2,8022	,57749
7-Yeterlilik	246	3,00	5,00	4,2019	,54492
8-Nezaket	246	3,00	5,00	4,2737	,47243
9-Müşteriyi Anlamak	244	2,33	5,00	3,3730	,51832
10-İletişim	245	2,50	5,00	4,2612	,58946
11-Marinadan Tatmin	246	2,60	5,00	4,0112	,58110
12-Tekrar Tercih Etme Eğilimi	246	2,00	5,00	3,9207	,68274
13-Tavsiye Etme Eğilimi	246	2,00	5,00	4,0447	,69484

Yukarıdaki tablo incelendiğinde standart sapma değerlerinin 0,47 ile 0,69 arasında dağılım gösterdiği görülmektedir. Bu da araştırma değişkenleri arasındaki varyansın daha sonraki analizleri yapmak için yeterli olduğunu göstermektedir.

Korelasyon analizleri, aynı ölçek tipiyle ele alınmış değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yapılır. Sosyal bilimlerde genellikle 0 ile (+, -) 0,19 arası zayıf korelasyon, (+, -) 0,20 ile (+, -) 0,39 arası orta korelasyon ve (+, -) 0,40 ile

(+, -) 0,59 arası yüksek korelasyon olarak kabul edilmektedir.¹⁶⁰

Korelasyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde faktörler arasındaki ilişkilerin kuvvetine ilişkin genel bir görüş elde edilebilir. Genel olarak faktörler arasında, $p=0,01$ ile $p=0,05$ düzeyinde ve $r=0,15$ ile $r=0,74$ alt ve üst sınırları içerisinde, anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmektedir. Değişkenler arasındaki en kuvvetli bire bir ilişkiler, yatçıların marinadan tatmini ile tekrar tercih etme eğilimi arasında ($r= 0,74$ $p=0,00$) ve tekrar tercih etme eğilimi ile tavsiye etme eğilimi arasında ($r=0,74$ $p=0,00$) gözlemlenmektedir. Üçüncü yüksek korelasyon, yatçıların marinadan tatmini ile tavsiye etme eğilimleri arasında ($r=0,69$ $p=0,00$) görülmektedir. Yalnızca güvenilirlik ile heveslilik ve iletişim, somut özellikler ile müşteriye anlamak, ayrıca yine heveslilik ile nezaket, marinadan tatmin, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Bunların dışında dikkate değer bir durum olarak, heveslilik ile altı boyut (somut özellikler, erişilirlik, emniyet, inanılabilirlik, yeterlilik, iletişim) arasında, [($r=-0,18$ $p=0,00$) ile ($r=-0,35$ $p=0,00$)] değerleri aralığında değişen negatif yönlü birebir ilişkiler olduğu görülmektedir.

Marina hizmet kalitesi boyutları ile yatçıların marinadan tatmini arasındaki en yüksek birebir ilişki inanılabilirlik boyutunda gerçekleşmektedir ($r=0,52$ $p=0,00$). Aynı şekilde inanılabilirlik boyutu, yatçıların tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri ile de en yüksek birebir ilişkiyi gösteren marina hizmet kalitesi boyutu olmuştur.

Marina hizmet kalitesi boyutlarının kendi aralarındaki en yüksek birebir ilişkiye emniyet ile inanılabilirlik boyutları arasında ($r=0,64$ $p=0,00$) rastlanmaktadır. Bunu ($r=0,59$ $p=0,00$) düzeyinde nezaket ile yeterlilik boyutları arasındaki birebir ilişki izlemektedir. En zayıf birebir ilişki ise müşteriye anlamak ile iletişim arasında ($r= 0,15$ $p=0,05$) gözlemlenmektedir. Araştırmanın tüm değişkenleri arasındaki birebir ilişkiler Tablo 20'de birarada görülmektedir. Aynı tablo çapraz eksen üzerinde, faktörlere ait alfa katsayılarını ve/veya içsel tutarlılıklarına yönelik korelasyon değerlerini de içermektedir.

¹⁶⁰ Ö. Tütüncü, a.g.e.

Tablo 20. Değişkenler Arası Korelasyonlar, Faktörlerin Alfa Katsayıları ve İçsel Tutarlılıklarına Yönelik Korelasyon Değerleri

DEĞİŞKENLER	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Somut Özellikler	$\alpha = ,81$												
2. Erişilirlilik	,316**	$\alpha = ,67$											
3. Güvenilirlik	,195**	,287**	$\alpha = ,54$										
4. Emniyet	,411**	,554**	,337**	$r = ,62$ **									
5. İnandırılık	,535**	,528**	,337**	,641**	$r = ,48$ **								
6. Heveslilik	-,251**	-,185**	-,033	-,247**	-,212**	$\alpha = ,48$							
7. Yeterlilik	,412**	,467**	,256**	,537**	,485**	-,200**	$\alpha = ,74$						
8. Nezaket	,270**	,504**	,228**	,437**	,339**	-,123	,593**	$\alpha = ,77$					
9. Müşteriyi Anlamak	,115	,199**	,316**	,180**	,200**	,186**	,177**	,233**	$\alpha = ,39$				
10. İletişim	,474**	,269**	,122	,315**	,444**	-,352**	,514**	,337**	,150*	$r = ,58$ **			
11. Marınadan Tatmin	,462**	,338**	,407**	,432**	,526**	-,004	,458**	,317**	,366**	,449**	$\alpha = ,80$		
12. Tekrar Tercih Etme Eğilimi	,412**	,292**	,358**	,372**	,471**	-,069	,367**	,234**	,309**	,386**	,743**	$r = ,50$ **	
13. Tavsiye Etme Eğilimi	,379**	,295**	,320**	,400**	,502**	-,011	,379**	,237**	,294**	,382**	,694**	,743**	$\alpha = ,85$

** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

3.3.5. Hipotez Testleri

Geçerlilik, güvenilirlik testleri ve faktör analizleriyle ortaya konulan bulgular, oluşan faktör yapısını belirlemiş ve daha sonra marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların marinadan tatmini, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri arasındaki bağımsız bire-bir ilişkiler korelasyon analizleriyle incelenmiştir. Devamında ise marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların marinadan tatmini, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri üzerindeki birlikte etkileri çoklu regresyon analizi yardımıyla incelenmiştir. Basit regresyon analizi, bir bağımlı ve bir bağımsız olmak üzere iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ve gücünü test etmekte kullanılırken, çoklu regresyon analizi, iki veya daha fazla bağımsız değişkenin bir bağımlı değişken üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılır.¹⁶¹ Çalışmada önerilen modelin regresyon analizleri SPSS 13.0 istatistik paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların marinadan tatmini üzerindeki etkileri çoklu regresyon analizi ile incelenmiş ve bulguları Tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21. Marina Hizmet Kalitesi Boyutlarının Yatçıların Marinadan Tatminine Etkileri

Değişkenler	Beta	t	p
Somut Özellikler	0,168**	2,831	0,005
Erişilirlilik	-0,013	0-,211	0,833
Güvenilirlik	0,203**	3,808	0,000
Emniyet	0,072	1,042	0,298
Inanılrlılık	0,180*	2,518	0,012
Heveslilik	0,177**	3,301	0,001
Yeterlilik	0,114	1,649	0,100
Nezaket	-0,020	-0,317	0,751
Müşteriyi Anlamak	0,152**	2,877	0,004
İletişim	0,229**	3,661	0,000
F= 21,482 p= 0,000	R ² = 0,481		**p<0,01, *p<0,05

¹⁶¹ Hair vd., a.g.e.

F değeri regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını ($p < 0,01$ veya $p < 0,05$) test etmek için kullanılan bir göstergedir. R^2 değeri ise, bağımlı değişkendeki değişimlerin, bağımsız değişkenler tarafından ne derece açıklandığını gösterir. Tablo 21'deki değerlere bakıldığında marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların marinadan tatminine etkilerini ortaya koyan regresyon modelinin 21,482 F değeri ve $p = 0,000$ düzeyinde anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. R^2 değeri 0,481 olarak hesaplanmış olup bu da bağımlı değişken "yatçıların marinadan tatmini"ndeki değişimlerin %48'inin marina hizmet kalitesi boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir. Güvenilirlik ($\beta = 0,203$ $p < 0,01$), Somut özellikler ($\beta = 0,168$ $p < 0,01$), İnanılabilirlik ($\beta = 0,180$ $p < 0,05$), Heveslilik ($\beta = 0,177$ $p < 0,01$), Müşteriyi Anlamak ($\beta = 0,152$ $p < 0,01$) ve İletişim ($\beta = 0,229$ $p < 0,01$) boyutlarının yatçıların marinadan tatminine doğrudan etkisi vardır.

Marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların tekrar tercih etme eğilimi üzerindeki etkileri çoklu regresyon analizi ile incelenmiş ve bulguları Tablo 22'de sunulmuştur.

Tablo 22. Marina Hizmet Kalitesi Boyutlarının Yatçıların Tekrar Tercih Etme Eğilimine Etkileri

Değişkenler	Beta	t	p
Somut Özellikler	0,153*	2,312	0,022
Erişilirlik	-0,005	-0,073	0,942
Güvenilirlik	0,184**	3,091	0,002
Emniyet	0,044	0,573	0,567
İnanılabilirlik	0,190*	2,380	0,018
Heveslilik	0,070	1,174	0,242
Yeterlilik	0,075	0,965	0,336
Nezaket	-0,061	-0,870	0,385
Müşteriyi Anlamak	0,148*	2,497	0,013
İletişim	0,174*	2,486	0,014
F = 12,546 p = 0,000	$R^2 = 0,351$		** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Yukarıdaki tabloya göre marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların tekrar tercih etme eğilimlerine etkilerini ortaya koyan regresyon modeli 12,546 F değeri ve $p = 0,000$ düzeyinde anlamlıdır. R^2 değeri 0,351 olarak hesaplanmıştır ve bu, "yatçıların tekrar tercih etme eğilimleri"ndeki değişimlerin marina hizmet kalitesi

boyutları tarafından %35 oranında açıklandığını göstermektedir. Güvenilirlik ($\beta=0,184$ $p<0,01$), İnanılrlık ($\beta=0,190$ $p<0,05$), Somut Özellikler ($\beta=0,153$ $p<0,05$), Müşteriyi Anlamak ($\beta=0,148$ $p<0,05$) ve İletişim ($\beta=0,174$ $p<0,05$) boyutlarının yatçıların tekrar tercih etme eğilimlerine doğrudan etkisi olduğu görülmektedir.

Marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların tavsiye etme eğilimi üzerindeki etkileri çoklu regresyon analizi ile incelenmiş ve bulguları Tablo 23'te sunulmuştur.

Tablo 23. Marina Hizmet Kalitesi Boyutlarının Yatçıların Tavsiye Etme Eğilimine Etkileri

Değişkenler	Beta	t	p
Somut Özellikler	0,085	1,285	0,200
Erişilirlilik	-0,013	-0,190	0,849
Güvenilirlik	0,125*	2,113	0,036
Emniyet	0,102	1,316	0,190
İnanılrlık	0,255**	3,202	0,002
Heveslilik	0,152**	2,543	0,012
Yeterlilik	0,064	0,834	0,405
Nezaket	-0,057	-0,808	0,420
Müşteriyi Anlamak	0,119*	2,016	0,045
İletişim	0,203**	2,904	0,004
F= 12,685 p= 0,000	R ² = 0,353		**p<0,01, *p<0,05

Tablo 23'teki bulgulara göre marina hizmet kalitesi boyutlarının yatçıların tavsiye etme eğilimlerine etkilerini inceleyen regresyon modeli 12,685 F değeri ve $p=0,000$ düzeyinde anlamlıdır. R² değeri 0,353 bulunmuş ve bu, "yatçıların tavsiye etme eğilimleri"ndeki değişimlerin marina hizmet kalitesi boyutları tarafından %35 oranında açıklandığını ortaya koymuştur. Güvenilirlik ($\beta=0,125$ $p<0,05$), İnanılrlık ($\beta=0,255$ $p<0,01$), Heveslilik ($\beta= 0,152$ $p<0,01$), Müşteriyi Anlamak ($\beta=0,119$ $p<0,05$) ve İletişim ($\beta=0,203$ $p<0,01$) boyutlarının yatçıların tavsiye etme eğilimlerine doğrudan etkisi bulunmaktadır.

Tüm bu çoklu regresyon analizi bulgularından hareketle Tablo 24'te araştırma hipotezlerinin desteklenme veya desteklenmeme durumları birlikte sunulmaktadır.

Tablo 24. Desteklenen ve Desteklenmeyen Araştırma Hipotezleri

H₁: 5 Altın Çıpalı marinalarda Somut Özelliklerin	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
H₂: 5 Altın Çıpalı marinalarda Güvenilirliğin	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
H₃: 5 Altın Çıpalı marinalarda Hevesliliğin	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
H₄: 5 Altın Çıpalı marinalarda İnanılabilirliğin	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
H₅: 5 Altın Çıpalı marinalarda Müşteriyi Anlamanın	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
H₆: 5 Altın Çıpalı marinalarda Yeterliliğin	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
H₇: 5 Altın Çıpalı marinalarda Nezaketin	
(a) yatçılarının marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.

H₈: 5 Altın Çıpalı marinalarda Emniyetin	
(a) yatçıların marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
H₉: 5 Altın Çıpalı marinalarda Erişilirliğin	
(a) yatçıların marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmemiştir.
H₁₀: 5 Altın Çıpalı marinalarda İletişimin	
(a) yatçıların marinadan tatmini üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(b) tekrar tercih etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.
(c) tavsiye etme eğilimleri üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.	Desteklenmiştir.

3.3.6. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışmada, araştırmacının olanakları dahilinde, yalnızca Türkiye’de bulunan “5 Altın Çıpa (TYHA- 5 Gold Anchor Awards) Ödüllü” on adet marinada saha araştırması gerçekleştirilmiş ve bunlara ilaveten ikincil veri toplama aşamasında yalnızca İngiltere’de Brighton Marina’da yöneticilerle görüşme ve marina içerisinde inceleme yapılabilmüş, başka ülkelerin marinalarında inceleme yapılamamıştır. Türkiye’de bulunan ve “5 Altın Çıpa Ödülü”ne sahip olmayan marinalar ile diğer yat bağlama tesisleri de (rıhtım ve iskeleler ile çekek yerleri) araştırmaya dahil edilememiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya'nın hemen her yerinde insanların günden güne daha fazla stres, kalabalık, karmaşa ve sorunla başa çıkmaya çalışıp, tüm bunlardan uzaklaşmaya ve adeta kaçmaya daha çok gereksinim duyduğu bir çağda yaşadığımızı yadsıyamayız. Bu durumun, insanları daha sık ve uzun tatillere çıkmaya, doğayla kucaklaşmaya ve özellikle denizlere açılmaya yönelttiği de bir gerçektir. Eski bir Fenike atasözü "Tanrılar, insanoğlunun denizlere açıldığı saatleri, kendisine bahşedilmiş olan yaşam süresinden eksiltmeyeceklerdir." der. Kaynağı ister atasözleri ister günlük yaşantının ağır yükü olsun, dünya üzerinde tekneleriyle denize açılan insanların sayısındaki artış, yapılan araştırmalar ve tutulan istatistiklerde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, turizm içerisinde yatçılığın, buna paralel olarak da marina işletmelerinin gündem oluşturması kaçınılmazdır.

Bu çalışmada esas olarak, marina hizmetlerinden yararlanan yatçıların algılamalarından hareket edilerek, marina işletmelerinde hizmet kalitesinin boyutlarını tespit etmek ve beraberinde algılanan hizmet kalitesinin, yatçıların teknelerini bağladıkları marinadan tatminlerine, aynı marinayı tekrar tercih etme ve başkalarına tavsiye etme eğilimlerine etkilerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmanın esas amaçlarının yanısıra, hizmet kalitesi kavramı üzerinde gün geçtikçe yoğunlaşmakta olan uluslararası literatüre, yine önemi her gün daha fazla vurgulanmaya başlayan marina işletmeciliği alanından Türkiye verileriyle katkıda bulunulabileceği düşünülmüştür.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda kapsamlı bir literatür taraması yapılmış, marina işletmeleri yakından incelenmiş, marina yöneticileriyle (Türkiye ve İngiltere'de) görüşülmüştür. Elde edilen tüm bilgiler ışığında toplam otuz hipotez öne sürülmüştür. Saha araştırması için, yatçıların marina hizmetlerinin sunumu sürecinde hizmet kalitesi algılarının gerçeğe en yakın olacağı varsayılarak, yüzyüze anket yöntemi seçilmiştir. Yatçıların, farklı kültürlerin insanları olmasından ötürü, farklı kültürel etmenlere bağlı bazı hataların oluşmasını engellemek amacıyla araştırma süreci, marinalarda en fazla karşılaşılan veya ikinci dil olarak konuşulan dört lisanda (Türkçe, İngilizce, Fransızca, ve Almanca) yürütülmüştür.

Saha araştırmasında toplanan veriler kaydedilmiş, daha sonra analizlere geçilmiştir. Araştırma verilerinin, önceden belirlenen faktör yapısını ne derece doğruladığını görmek amacıyla; EQS 6.1 istatistik paket programı yardımıyla, Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis-CFA) yapılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda, marina işletmelerinde hizmet kalitesinin on boyutlu bir yapıya sahip olduğunun ortaya çıkması bu çalışmada elde edilen en dikkat çekici bulgudur.

Analizlerde ortaya çıkan on hizmet kalitesi boyutu arasından somut özellikler, güvenilirlik, inanılabilirlik, heveslilik, müşteriye anlamak ve iletişimin, yatçıların marinadan tatminleri üzerine ayrı ayrı ve birlikte etkilerinin istatistiksel yönden anlamlılığı kanıtlanmış, dolayısıyla söz konusu altı boyutun yatçıların marinadan **tatminlerine** etkileriyle ilgili öne sürülen **H_{1a}, H_{2a}, H_{3a}, H_{4a}, H_{5a} ve H_{10a}** hipotezleri desteklenmiştir.

Yatçıların marinadan tatminine doğrudan etkili olduğu kanıtlanan altı boyuttan heveslilik hariç diğer beşinin (somut özellikler, güvenilirlik, inanılabilirlik, müşteriye anlamak ve iletişim) yatçıların marinayı tekrar tercih etme eğilimleri üzerine ayrı ayrı ve birlikte etkileri de anlamlı bulunmuştur. Bu beş boyutun yatçıların marinayı **tekrar tercih etme eğilimlerine** etkileriyle ilgili öne sürülen **H_{1b}, H_{2b}, H_{4b}, H_{5b} ve H_{10b}** hipotezleri desteklenmiştir.

Doğrulayıcı faktör analiziyle belirlenen on boyut arasından bir başka beşli grup olarak ise güvenilirlik, inanılabilirlik, heveslilik, müşteriye anlamak ve iletişim boyutlarının, yatçıların marinayı başkalarına **tavsiye etme eğilimleri** üzerine ayrı ayrı ve birlikte etkilerinin istatistiksel anlamlılığı kanıtlanmış ve bu etkilere dair öne sürülen **H_{2c}, H_{3c}, H_{4c}, H_{5c} ve H_{10c}** hipotezleri desteklenmiştir.

Araştırma analizleri sonucunda yeterlilik, nezaket, emniyet ve erişilebilirlik boyutları üzerine öne sürülen a, b, ve c hipotezlerinden herhangi biri desteklenmemiş durumdadır. Bir başka ifadeyle, bu dört boyutun yatçıların marinadan tatmini, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimleri üzerine doğrudan etkisinin bulunmaması dikkat çekici bir diğer bulgu olarak ortaya çıkmıştır. Bu durumu, geniş anlamıyla Akdeniz çanağında, ülke bazında ise Türkiye kıyılarında bulunan yat limanı sayısının, Akdeniz'de seyretmekte olan yat sayısına oranla

yetersiz oluşuyla açıklamak olasıdır. Ortaya çıkan tablonun yanılsamalara yol açmaması bakımından, ilk bakışta yatçıların tatmini, tekrar tercih etme ve tavsiye etme eğilimlerine anlamlı ve pozitif yönde etkisinin olacağı düşünülen bu dört hizmet kalitesi boyutunun üç bağımlı değişken üzerinde de etkili olmamasının arkasında büyük ölçüde toplam bağlama yeri kapasitesindeki yetersizliğin, bir diğer ifade ile mevcut marinaların bu günkü alternatifsizliğinin durduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’de yatırımcıların mevcut ve gelecek dönemlere yönelik fırsat/tehdit analizleri doğrultusunda marina işletmeciliğini değerlendirmeleri doğru olacaktır. Bununla birlikte, bugünkü durumun geçici olduğu, diğer Akdeniz ülkelerinin hızlı girişimlerde bulunduğu ve alternatifsizlik kavramının yakın bir gelecekte ortadan kalkarak yoğun bir rekabete doğru dönebileceği unutulmamalıdır.

Marina işletmelerinden hizmet talebinde bulunan yatçıların memnuniyeti ve marinadan tatmin olmaları açısından, marina yöneticilerine aşağıdaki hizmet kalitesi boyutlarının içerdiği konulara duyarlı davranmaları önerilmektedir:

Marinanın somut özellikleri

- Marinada modern teknolojinin ve ekipmanların kullanılıyor olması,
- Duş ve tuvaletlerin temizliği ve sayıca yeterliliği,
- Marina tesisleri genelinde düzen ve temizlik,
- Personelin temiz ve düzgün giyimli olması,
- İnternet/TV bağlantı hizmetlerinde verimlilik.

Marina işletmesinin güvenilirliği

- Hizmetlerin, söz verildiği zamanda verilmesi,
- Hizmetlerin önceden belirtildiği şekilde sunulması,
- Yatçılara hangi hizmetlerin ne zaman verilebileceğinin net olarak bildirilmesi.

Marina işletmesinin inanılrlığı

- Marinanın yatçılar arasındaki ünü ve saygınlığı,
- Marinanın kendi reklamlarında duyurduğu hizmetleri sunma konusundaki başarısı.

Marina çalışanlarının hizmet sunmadaki hızı ve istekliliği

- Çalışanların müşteri isteklerine vaktinde cevap verebiliyor olmaları,
- Marinaya yanaşmak için yatçıların bekledikleri süre,
- Giriş-çıkış prosedürlerinin kolayca tamamlanabilmesi.

Marina çalışanlarının müşteriyi anlamadaki başarısı

- Çalışanların yatçılara bireysel olarak ilgi göstermesi,
- Çalışanların, müşterilerin özel ihtiyaçlarını anlamaya çalışması ve bunun için yeterli zaman ayırabilmeleri.

Marina içi iletişim imkanları

- Marina içerisinde verilen hizmetlere dair yeterli miktarda yönlendirme, işaret ve açıklamaların bulunuyor olması,
- Marina çalışanlarıyla kolayca iletişime geçilebilmesi.

Yatçıların teknelerini bağladıkları marinadan tatmin sağlamalarının yanısıra, aynı marinayı daha sonraki seyahatlerinde de tercih etmeleri hedefleniyorsa, marina yönetimlerinin, yukarıda marinadan tatmin ile ilgili olarak sıralanan konulara daha da büyük bir dikkat göstermeleri gerektiği gerçeği, araştırma sonunda elde edilen bulgulardandır.

Üçüncü olarak, yatçıların teknelerini bağladıkları marinayı başkalarına tavsiye etme eğilimlerinin artmasını sağlamak açısından, yatçıların memnuniyeti ve marinadan tatmin olmaları ile ilgili olarak marina yöneticilerinin, yukarıda duyarlı davranmaları önerilen detayları (marinanın somut özellikleri haricinde) gözden kaçırmamaları, bunun da ötesinde sözkonusu ayrıntılara incelikle yaklaşmaları önerilmektedir.

Marina işletmelerinde hizmet kalitesi boyutlarının ve beraberinde algılanan hizmet kalitesinin, yatçıların teknelerini bağladıkları marinadan tatminlerine, aynı marinayı tekrar tercih etme ve başkalarına tavsiye etme eğilimlerine etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada ortaya konulan teorik ve pratik sonuçların yanında, araştırmanın bazı kısıtlarının olduğu daha önce de belirtilmişti. Bu kısıtlardan birisi, araştırmanın yalnızca yurtiçindeki marinalarda yapılmış olmasıdır. Buradan

hareketle benzeri bir araştırma, Akdeniz kıyılarındaki diğer ülkelerin “5 Altın Çıpa” ödüllü marinalarında uygulanabilir.

Farklı bir araştırma da, Türkiye’deki -ödüllü olan ve olmayan- tüm marinalarla birlikte, diğer yat bağlama tesislerini (rıhtım ve iskeleler ile çekek yerleri) içine alacak şekilde kurgulanabilir. Bu kapsamda yapılacak bir araştırma, sosyo-ekonomik açıdan farklı yatçıların, çeşitli kategori ve kapasitelerdeki yat bağlama tesislerinde algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya çıkarmak bakımından önerilebilir.

Gelecek araştırmalarda ölçek tasarımı ve anketin oluşturulması aşamalarında, ölçek genelinin ve alt ölçeklerin güvenilirliğini yükseltmek açısından, alt ölçek madde sayısının artırılması ve aynı zamanda da ters yönlü (reverse) ifadeler yerine mümkün olduğunca olumlu ifadelerin kullanılması araştırmacılara önerilmektedir.

Gelecekteki olası araştırmaların veri toplama sürecinde, bu araştırmada yapıldığı gibi yüzyüze görüşme yöntemini kullanmak yerine yatçıların, temin edilebilirse, adreslerine anket formlarının postalanması veya elektronik posta adreslerine elektronik posta iletisi gönderilmesi, zaman açısından ve finansal açıdan araştırmacılara tasarruf sağlayabilir.

KAYNAKLAR

ADALET BAKANLIĞI, Kıyı Kanunu, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/790.html> , (18.08.2010)

ADIE, D. W. , Marinas: a working guide to their development and design, 3. ed., The Architectural Press Ltd.: London, Nichols Publishing Company: New York, 1984.

AQUALAND MARINA, <http://www.aqualandmarina.com/dockage.html>, (17.12.2009)
BAYRAK, S., Kalite Anlayışında Yeni Bir Yaklaşım Olarak Toplam Kalite Yönetimi, Verimlilik Dergisi, 1997, 3, s. 91-93

BENTLER, P. M. ve D. G. Bonett, Significance Test and Goodness- of- Fit in the Analysis Covariance Structures, Psychological Bulletin, 88, 1980, s. 588-606

BENTLER, P. M., Comparative Fit Indexes in Structural Models, Psychological Bulletin, 107 (2), 1990, s. 238- 246

BERRY, L. L., Delivering Excellent Service in Retailing, Retailing Issues Letter, 1 (4), 1988.

BEZİRGAN, A. E., Marina Yatırımlarına Sektörel Yaklaşım: Ege'de ve Ülkemizdeki Son Durum, 1. Uluslararası İzmir Ulaşım Sempozyumu , Bildiriler, İzmir, 2009, http://ius.imoizmir.org.tr/ius_bildiriler/36_k84_ius_d_marine_ius___r1.pdf, (16.09.2010)

BEZİRGAN, Ali Erkan, Kişisel Görüşme, Ağustos 2010.

BIEBERSTEIN, I., Dienstleistungsmarketing, Ludwigshafen, Kiehl, 1995, s.28'den A. Yüksel ve Ü. Yüksel, Hizmet Pazarlaması, Beta Basım, İstanbul, 2004.

BLUE STAR Marina Certification, Requirements, <http://imci.org/index.php?nav=42&pageId=90>, (20.12.2010)

BOUNDS, G., L. Yorks, M. Adams, G. Ranney, Beyond Total Quality Management, McGraw-Hill International Editions, Singapore, 1994.

BRADY, M. K., J. J. Cronin, Richard R. Brand, Performance- only Measurement of Service Quality: a replication and extension, Journal of Business Research, 55, 2002, s. 28-29

CERİT, A. G., H. Kişi ve O. Tuna, "Strategic Marketing Planning for the Yachting Companies, Marinas and Yacht Builders: An Application for Turkey", 1st International Yachting Technology Conference, Çeşme, 3-10 October 1995 (eds. N. Tekoğul ve G. Neşer), Piri Reis Foundation for Maritime Research, Development and Education Publication, s. 175-186

CERTİFİED MARİNA MANAGERS, Uluslararası Marina Enstitüsü (IMI) Eğitim ve Sertifika Süreci., <http://www.marinaassociation.org/cmm> , (06.01.2011)

CONTI, M., A Worldwide Survey on the Requests of Yacht Harbour Users, 1993, Italy, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1077>, (5.12.2009)

CRONBACH, L. J. ve R. J. Shavelson, My Current Thoughts on Coefficient Alpha and Successor Procedures, Educational and Psychological Measurement, 64 (3), 2004, s. 391- 418

CRONIN, J. J. ve Steven A. Taylor, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, Journal of Marketing, Vol. 56, 1992, s. 55-68

DAĞCI, Y., Nautical Tourism in Turkey, International Council of Marine Industry Associations Library, http://www.icomia.com/library/library.asp?view=Country&CT_ID=27#, (12.01.2010)

DE MAN, S., P. Gemmel, P. Vlerick, P. Van Rijk, R. Dierckx, Patients' and personnel's perceptions of service quality and patient satisfaction in nuclear medicine, European Journal of Nuclear Medicine, 29:9, 2002, s. 1109- 1117.

DENİZ TİCARET ODASI, Deniz Turizmi Çalışma Grubu, <http://www.denizticaretodasi.org/DetoPortal/Default.aspx?tabid=9>, (10.01.2011)

Dİ MONTE, A., "How to Achieve Quality Management, What Marina Customers Do or Do Not Like in a Facility : A Different Point of View", International Marina Conference, Genua, Italy, March 1996, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1070> , (5.12.2009)

DODSON, P., Considerations for Dry Stack Storage, 2000, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1144>, (03.08.2010)

DUNCAN, D. C., Modern Marina Layout and Design, Civil Engineering Practice, Spring 1992, s. 87-102, <http://www.waterfrontengineers.com/pdfs/modernmarina.pdf> , 285.08.2010)

ENGEL, J. F., R. D. Blackwell, P. W. Miniard, Consumer Behavior, The Dryden Press, Orlando, 1993.

ENGELLAND, B. T., L. Workman, M. Singh, Ensuring service quality for campus career services centers: Amodified servqual scale, Journal of Marketing Education, 22, 2000, s. 236- 245.

FARRELL, P., Dry Stack Boat Storage Systems- A Worthy Investment, ICOMIA Library, 1996, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1029>, (20.08.2010)

FERHATOĞLU, H. S. ve M. Kalkan, Marinalardaki Kirliliğin En Aza İndirgenmesinde Alınacak Bazı Önlemlerin Etkilerinin Karşılaştırmalı ve Analitik İncelemesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 1. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir, 1998.

FICK, G. ve J. R. B. Ritchie, Measuring service quality in the travel and tourism industry, Journal of Travel Research, 30: 2,1991, s. 2-9.

FISHER, J., D. Garrett, M. Arnold, M. Ferris, Dissatisfied Consumers Who Complain to the Better Business Bureau, *Journal of Consumer Marketing*, 16 (6), 1999'dan Odabaşı, Barış, 2002.

FORNELL, C. ve D. Larcker, Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 1981, s. 39-50

FU, Y. Y. ve S. C. Parks, The relationship between restaurant service quality and customer loyalty among the elderly, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25, 2001, s. 320- 336.

GABBIE, O. ve M. A. O'Neill, Servqual and the Northern Ireland hotel sector: a comparative analysis- part 2, *Managing Service Quality*, 7:1, 1997, s. 43-49.

GARLAND, A., Premier Marinas Brighton Marina Generale Manager, Personal interview, Brighton, UK, September 2008.

GARVİN, D., "What does product quality really mean?", *Sloan Management Review*, Vol. 26 No.1, s. 25-43' den İ. Pınar, *Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi*, Seçkin Yay., Ankara, 2002

GEDİK, M., Türkiye'de Yatçılık ve Marina Sektöründe Durum, *Deniz Ticaret Odası, İzmir Şubesi, Makaleler*, 2009, <http://www.dtoizmir.org/T.Cturkiye.pdf>, (03.09.2010)

GRONROOS, C., A Service Quality Model and its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18 (4), 1984, s.36-44

GÜR, M., Milta Marina Müşteri Hizmetleri Müdürü, Kişisel Görüşme, Bodrum, 10.07.2010

GÜRBÜZ, E. ve A. Büyükkelik, M. Y. Avcılar, M. Toksarı, Algılanan Hizmet Kalitesinin Tatmin ve Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi, *Ege Akademik Bakış*, 8 (2) 2008, s. 785-812

HAAS, H., What Marina Customers Do or Do Not Like in a Facility, Results of a German Survey, 1996, Germany, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1076> , (5.12. 2009)

HACIEFENDİOĞLU, Ş. ve Ümit Koç, Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma, Kocaeli Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18 2009, s. 146 – 167.

HAIR, J. F., R. B. Bush ve D. J. Ortinau, Marketing Research: Within a Changing Information Environment, 2. ed., New York, McGraw- Hill/Irwin Inc, 2003. <http://imci.org/index.php?nav=42&pageId=90>, (20.12.2010)

HU, H. H., J. Kandampully, T. D. Juwaheer, Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction and image: an empirical study, The Service Industries Journal, 29:2, 2009, s. 111- 125.

HUDSON, S., P. Hudson, G. A. Miller, The measurement of service quality in the tour operating sector: A methodological comparison, Journal of Travel Research, 42, 2004, s. 305-312.

HUNT, H. K., Overview and Future Research Directions, Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior, Cambridge, Marketing Science Institute, s. 455'den Kandampully vd., 2007.

ICOMIA, International Council of Marine Industry Associations, Icomia Library, Recreational Boating Definitions 2006, <http://www.prr.msu.edu/icomia/definition.html> , (10.5. 2007)

IMI, International Marina Institute, 2000 Financial Operational Benchmark Study for Marina Operators, Nokomis, 2000.

ISO 9001 Lead Auditor Training, Definition of Quality, <http://www.askartsolutions.com/iso-9000-lead-auditor-training/Quality-Definition.html>, (7.10.2009)

İÇÖZ, Orhan, Hizmet Pazarlaması, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005.

İSLAMOĞLU, A. H., Tüketici Davranışları, Beta Basım Yay. A.Ş., İstanbul, 2003.

KANDAMPULLY, J., C. Mok, B. Sparks, Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure, The Haworth Hospitality Press, NY, 2007.

KARALAR, R., Çağdaş Tüketici Davranışı,3. baskı, Meta Basım, İzmir, 2009.

KAVAS, A., A. Katrinli, Ö. T. Özmen, Tüketici Davranışları, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın no: 3, 1995.

KHUN, M., Spirit to Serve, Marriott Marina's Philosophy on Customer Relations, Icomia Online Library, 2002, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1131>, (01.09.2010)

KIRANT, Ö. ve E. Deniz Eriş, A Proposal to Integrate Turkish Marinas and Hospitality Industries, Internationale Congress on Coastal & Marine Tourism Proceedings, Çeşme, Türkiye, 2005, s. 11- 21

KNUTSON, B. J., "Service Quality Monitoring and Feedback Systems" , Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure, der. Jay Kandampully vd., The Haworth Hospitality Press, NY, 2007, s.143- 158.

KOTLER, P., Marketing Management, 7. ed., Prentice Hall Inc., New Jersey, 1991.

KOUTHOURIS, C. ve Konstantinos Alexandris, Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the Servqual model in an outdoors setting, Journal of Sport and Tourism, 10:2, 2005, s. 101- 111.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, BPM Barlas İmar Planlama Müşavirlik Ltd. Şti., Türkiye Yat Limanları Master Planı, Ankara, 1997.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, Deniz Turizmi Yönetmeliği, 24. 07.2009, <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF6E536CF3C88A66F6A35405BFDD9C147A>, (11. 09.2009)

LAI, J-Y., Assessment of employees' perceptions of service quality and satisfaction with e- business, Int. Journal of Human- Computer Studies, 64, 2006, s. 926-938.

LEBLANC, G., Factors affecting customer evaluation of service quality in travel agencies: An investigation of customer perceptions, Journal of Travel Research, 30, 1992, s. 10- 16.

LONGMAN, Dictionary of Contemporary English, 2. ed., Essex, England, 1987.

LOVELOCK, C. Ve Jochen Wirtz, Services Marketing: People, Technology, Strategy, 6. ed., Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2007.

MAHONEY, E. ve Dan Stynes, Determining The Value of Marinas, Icomia Online Library, 2005, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1228>, (20.08.2010)

MANDALYA MARİNA, İşletme ve Pazarlama, <http://www.mandalya.de/tur/sonst.html>, (03.01.2011)

MARSH, H. W. ve D. Hocevar, Application of Confirmatory Factor Analysis to the Study of Self- Concept: First and Higher Order Factor Structures and Their Invariance Across Groups, Psychological Bulletin, 97, 1985, s. 562-582

MAVİ BAYRAK TÜRKİYE, <http://www.mavibayrak.org.tr/tr/content.php?cid=70>, (5.10.2010)

MIAA, Marina Industries Association of Australia, Gold Anchor- International Rating Scheme for Marinas, <http://www.marinas.net.au/home/programs/goldanchor>, (24.12.2010)

MILL, R. C., Resorts: Management and Operation, New Jersey, John Wiley & Sons Incorporated, 2001.

MİDİLLİ, V., “Yat Turizmi 30 Kat Fazla Kazandırıyor”, Ropörtaj 2002, http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~2888~haber~yat_turizmi_30_kat_fazla_kazandiriyor.htm , (03.09.2010)

ODABAŞI, Y. ve Gülfidan Barış, Tüketici Davranışı, Kapital Medya Hizm. A.Ş., İstanbul, 2002.

OKUMUŞ, Abdullah ve Hilal Asil, Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi, İstanbul Üniv. İşletme Fakültesi Dergisi, 36:2, 2007, s. 07–29.

OLALI, H. ve Alp Timur, Turizm Ekonomisi, Ofis Tic. Matbaacılık Şti., İzmir, 1988.

OLGAÇ, S., Türkiye’deki Yat Limanlarından Elde Edilen Gelirlerin Türkiye Turizmine Katkısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2001.

ORAL, S., Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 1999.

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

PARASURAMAN, A., Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, 49 oct., 1985, s. 41-50

PARASURAMAN, A., Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research, Journal of Marketing, 58, 1, 1994, s. 111- 124

PARASURAMAN, A., Valerie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, SERVQUAL: A Multiple -Item Scale for Measuring Consumer Perceptions on Service Quality, Journal of Retailing, Vol. 64, No:1, 1988, s. 12-40

PETERS, T., Thriving on Chaos, Pan, London, 1987, s. 736'dan Williams, Bushwell, Service Quality in Leisure and Tourism, CABI Publishing, Cambridge, MA, USA, 2003.

PHILLIPS, P. L., Developing with Recreational Amenities: Golf, Tennis, Skiing, Marinas, Washington D.C., Urban Land Institute, 1986.

PIRNAR, İ., Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi, Seçkin Yay., Ankara, 2002.

PRLog, Free Press Release, 28.5.2008, <http://www.prlog.org/10075851-aqualand-marina-commemorates-history-on-lake-lanier.html>, (15.9.2009)

REIDENBACH, R. E. ve B. Sandifer- Smallwood, Exploring Perceptions of Hospital Operations by a Modified SERVQUAL Approach, Journal of Health Care Marketing, Vol.10, No.4, 1990, s.47-55

ROBINSON, P. J., Marinas and Social Demands, Icomia Online Library, 2002.

RONEN, S. ve O. Shenkar, Clustering Countries on Attitudinal Dimensions: A Review and Synthesis, Academy of Management Review, 1985, 10(3), s. 435-454.

SAATÇIOĞLU, M. K., Yüzer İskele Elemanları, Dokuz Eylül Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü, Deniz İşletmeciliği ve Yönetimi Yüksek Lisans Programı Dönem Semineri, İzmir.

SALEH, F. ve C. Ryan, Analysing service quality in the hospitality industry using the Servqual model, The Service Industries Journal, 11:3, 1991, s. 324- 343.

SCHULTS, R. E., Marinas and Their Revenue Centers, ICOMIA Online Library, 1996, http://www.icomia.org/library/library_search.asp.1-6, (20.04.2008)

SIMPSON, J., MAI, Appraising Proposed Marina Dry Stack Storage, The Appraisal Journal, No: 3, Appraisal Institute, Chicago, Illinois, July 1998, s. 269-273
<http://www.valustar.net/commercialrealestateappraisalsarticles/AppraisingProposedMarinaDryStackStoragebyJohnSimpsonAppraisalJournal-July1998.pdf> (28.07.2010)

T.C. ULAŖTIRMA BAKANLIĞI, Demiryollar Limanlar ve Hava Meydanları İnŖaatı Genel M¼d¼rl¼Đ¼, Y¼ksel Proje Uluslararası A.Ŗ., Belde Proje ve DanıŖmanlık Tic. Ltd. Ŗti. Ortak GiriŖimi, "Turizm Kıyı Yapıları Master Plan alıŖması Sonuç Raporu", 2010.

TOPÇUOĞLU, A., Yat Limanlarında İnŖaat Tekniklerinin KarŖılaŖtırılması, Dokuz Eyl¼l niversitesi Fen Bilimleri Enstit¼s¼, Kıyı B¼lgesi Y¼netimi Programı, YayınlanmamıŖ Y¼ksek Lisans Tezi, İzmir, 2006.

T¼RK DİL KURUMU, B¼y¼k T¼rke S¼zl¼k, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=marina&ayn=tam>, (15.09.2009)

T¼T¼NC¼, ., AraŖtırma Y¼ntemlerine GiriŖ, 2008 Ders Notları, İzmir, 2008.

T¼T¼NC¼, zkan, AĞırlama Hizmetlerinde Kalite Sistemleri, 1. Baskı, Detay Yay., Ankara, 2009.

TYHA, The Yacht Harbour Association Ltd., Gold Anchor Award Scheme, <http://www.yachtharbourassociation.com/GoldAnchors.asp>, (19.12.2010)

TYHA, The Yacht Harbour Association, A Code of Practice for Design, Construction and Operation of Coastal and Inland Marinas & Yacht Harbours, Kent, UK, 2007.

USTA, cal, Turizm: Genel ve Yapısal YaklaŖım, 1. Baskı, Detay Yay., Ankara, 2008.

WILLIAMS, C. ve J. Bushwell, Service Quality in Leisure and Tourism, CABI Publishing, Cambridge, MA, USA, 2003.

YILMAZ, V. ve H. E. Çelik, Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I: Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama. Pegem Akademi Yayınları, Ankara, 2009.

YILMAZ, Veysel, H. Eray Çelik, Burçin Depren, Devlet Ve Özel Sektör Bankalardaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği, Doğu Üniversitesi Dergisi, 8:2, 2007, s. 234-248.

ZEITHAML, V. A., A. Parasuraman, Leonard L. Berry, Delivering Quality Service, The Free Press A Division of Macmillan Inc., New York, 1990.

ZERENLER, M. ve Adem Öğüt, Sağlık sektöründe algılanan hizmet kalitesi ve hastane tercih nedenleri araştırması: Konya örneği, Selçuk Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18, 2007, s. 501-519.

EKLER

EK 1 Deniz Turizmi Yönetmeliği

DENİZ TURİZMİ YÖNETMELİĞİ

Bakanlar Kurulu Karar Tarihi - No : 29/6/2009 - 2009/15212

Resmi Gazete Tarihi: 24/07/2009

Resmi Gazete Sayısı: 27298

Ekli "Deniz Turizmi Yönetmeliği"nin yürürlüğe konulması; Kültür ve Turizm Bakanlığının 16/6/2009 tarihli ve 115144 sayılı yazısı üzerine, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 37 nci maddesinin birinci fıkrasının (A) bendinin (4) numaralı alt bendine göre, Bakanlar Kurulu'nca 29/6/2009 tarihinde kararlaştırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: AMAÇ, KAPSAM, DAYANAK VE TANIMLAR

AMAÇ

Madde 1 - (1) Bu Yönetmeliğin amacı; denizcilik ve turizm hizmetleri açısından deniz turizmi tesisleri ve araçlarının yatırım ve işletmeciliğinin geliştirilmesi, teşviki, bunların güvenli bir biçimde kullanılması, bu işletmelerin ülke ekonomisine ve ülke turizmine yararlı olacak şekilde nitelik ve standartlarının belirlenmesi, bu alanda faaliyet gösteren yatırımcı ve işletmecilerin uyması gereken asgari kuralların belirlenerek deniz turizmi sektörünün uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve kalitesinin yükseltilmesini sağlamaktır.

KAPSAM

Madde 2 - (1) Bu Yönetmelik; deniz turizmi tesisleri ile deniz turizminde çalışacak gezi, spor ve eğlence amaçlı Türk bayraklı ticari kayıtlı deniz araçları ve yabancı bayraklı deniz araçları işletmelerine turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgelerinin verilmesini, bu işletmelerin yönetim, personel ve işletme özellikleri ile uymak zorunda oldukları fiziki şartları, Türk ve yabancı bayraklı deniz araçlarının karasularımızdaki seyir esasları, Türkiye'de kalış süreleri ve kabotaj hakları ile deniz turizminin geliştirilmesi amacıyla alınacak diğer tedbirleri kapsar.

(2) Turizm amacı dışında yük ve yolcu taşımacılığı yapan deniz araçları bu Yönetmelik kapsamı dışındadır.

DAYANAK

Madde 3 - (1) Bu Yönetmelik, 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 37 nci maddesinin birinci fıkrasının (A) bendinin (4) numaralı alt bendine dayanılarak hazırlanmıştır.

TANIMLAR

Madde 4 - (1) Bu Yönetmeliğin uygulanmasında;

- a) Bakan: Kültür ve Turizm Bakanını,
- b) Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığını,
- c) Belgeli işletmeler: Bakanlıkça turizm yatırımı belgesi veya turizm işletmesi belgesi verilmiş deniz turizmi tesisleri veya araçlarını,
- ç) Deniz turizmi araçları: Deniz turizmi hizmetinde gezi, spor, eğlence amaçlı, denize elverişlilik belgesine sahip, gerçek ve tüzel kişilere ait özel ve ticari yatları, kruvaziyer gemileri, günübirlik gezi teknelerini, yüzer otel, yüzer lokanta, su üstünde veya su altında hareket etme kabiliyetine sahip araçlar ile diğer deniz turizmi araçlarını,
- d) Deniz turizmi araçları yatırım ve işletmecisi: Bakanlıktan alınan turizm yatırım belgesi ile yatırımı yapan veya işletme belgesi almak suretiyle sahip oldukları veya kiraladıkları Türk veya yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarını, mürettebatlı veya mürettebatsız olarak gezi, spor ve eğlence amacıyla geçici süreler ile kiraya veren, kendi ürünlerinin pazarlamasını yapan, gerçek veya tüzel kişileri,
- e) Deniz turizmi işletmeleri: Türk veya yabancı uyruklu gerçek veya tüzel kişilerce, birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçlarını işleten ticari işletmeleri,
- f) Deniz turizmi tesisleri: Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı, münhasıran deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım hizmetleri, bu araçlarla gelen yolculara yeme, içme, dinlenme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerden birkaçını veya tamamını sunan kruvaziyer gemi limanı, yat limanı, çekek yeri, rıhtım ve iskele gibi turizm tesislerini,
- g) Deniz turizmi tesisleri yatırım veya işletmecisi: Bakanlıktan turizm yatırım veya turizm işletme belgesi almak suretiyle deniz turizmi tesisi yatırım ve işletmeciliği ile tesislerinin pazarlamasını yapan, faaliyet alanları Bakanlıkça belirlenen gerçek veya tüzel kişileri,
- ğ) Deniz turizmi yatırımı: Türk veya yabancı uyruklu gerçek veya tüzel kişilerce, deniz turizmi tesislerine ve deniz turizmi araçlarına yapılan yatırımları,
- h) Doğrudan turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen deniz turizmi tesisi ve deniz turizmi araçları işletmelerine turizm yatırımı belgesi almadan doğrudan turizm işletmesi belgesi taleplerinde verilen belgeyi,
- ı) Kanun: 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununu,

i) Kısmi turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen deniz turizmi tesis ve deniz turizmi araçları işletmelerine tür ve sınıfının gerektirdiği asgari nitelikleri sağlaması durumunda yapılacak olan diğer üniteleri yatırım kapsamında tutularak verilen belgeyi,

j) Seyir izin belgesi: Türk bayraklı deniz turizmi araçları ile yabancı limanlardan gelen veya Türkiye'de kışlayan yabancı bayraklı deniz araçlarının vardıkları ilk Türk limanında veya kışlamak üzere kaldıkları son bağlama yerinde yapacakları araç, personel, yolcu ve sefer ile ilgili beyan ve işlemlerin yer aldığı, ayrıca liman seferi dışında yapacakları yolculuğa müsaade edildiğini gösteren, liman çıkış belgesi yerine de geçen belgeyi,

k) Sınıflandırma: Bu Yönetmelikte yer alan turizm işletme belgeli deniz turizmi tesisleri ve araçlarının asgari nitelikler, kapasite, fiziki özellikler, kullanılan malzeme standardı, işletme ve hizmet kalitesiyle personelin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi ölçütlerin sınıflandırma komisyonunca değerlendirilerek sınıfının belirlenmesini,

l) Turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçları işletmelerine işletme aşamasında verilen belgeyi,

m) Turizm yatırımı belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçları işletmelerine yatırım aşamasında verilen belgeyi,

n) Yatçı: Mürettebat ve diğer hizmet personeli dışında gezi, spor, eğlence amacıyla yatta bulunan kişileri,

o) Yolcu: Ticari olarak kullanılan bir deniz turizmi aracında, gemi adamı ve görevli diğer personel ile sahibi, işletmecisi veya bunların temsilcileri dışında gezi, eğlence ve spor hizmetlerini belli bir ücret karşılığında alan kişileri ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM :DENİZ TURİZMİ TESİSLERİNİN GENEL NİTELİKLERİ VE TÜRLERİ

YERLEŞME ÖZELLİKLERİ

Madde 5 - (1) Deniz turizmi tesisleri; deniz araçlarına navigasyon, manevra, yanaşma, bağlanma, barınma, karaya çekilme hizmetleri sunan ve bu hizmetleri ilgili mevzuat hükümleri uyarınca yeterli emniyet düzeyini sağlayacak şekilde fiziki özelliklere göre tasarlanmış alt yapıya sahip ve tesisten beklenen turizm hizmetinin en iyi biçimde verilmesini sağlayacak nitelikleri taşıyan, gerekli donanım, tesisat ve üst yapı ile yeterli kara, deniz alanı ve kara ulaşım bağlantılarına sahip alanlarda kurulur.

(2) Deniz turizmi tesisleri gümrüklü saha sayılmaz. Ancak, hudut kapısı olarak ilan edilmiş deniz turizmi tesislerinde, yalnızca hudut giriş ve çıkış işlemlerinin yapılması için ayrılmış deniz turizmi aracının yolcusu, yolcu eşyası ve deniz turizmi aracına ilişkin giriş ve çıkış işlemlerinin yapıldığı bölge gümrüklü alandır.

(3) Kruvaziyer gemi limanları ile dört ve beş çıpalı yat limanlarında, imar planlarına uyulmak kaydıyla ve turizm hizmetini kolaylaştırmak ve kalitesini artırmak amacıyla, 10/5/2005 tarihli ve 2005/8948 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe konulan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe uygun konaklama, yeme, içme tesisleri ile yat limanlarında, bağlama kapasitesinin %30'u kadar yatçı konaklama tesisleri yapılabilir.

(4) Belgeli kruvaziyer limanlar ile beş çıpalı yat limanları bünyesinde konaklama, yeme, içme veya eğlence hizmeti verebilecek nitelikte ve kendiliğinden hareket etme kabiliyetine sahip olmayan, ancak bir römorkör vasıtasıyla çekilen en fazla on odalı yüzer otel, en fazla yüz kişilik yüzer lokanta yapılabilir.

ALT YAPI NİTELİKLERİ

Madde 6 - (1) Deniz turizmi tesislerinde aşağıda belirtilen alt yapı nitelikleri aranır:

a) Deniz araçlarının düzenli ve emniyetli bir şekilde yanaşabileceği ve bağlanabileceği, işletme niteliğine uygun rıhtım ve iskeleler.

b) Denizcilik mevzuatına uygun denizden emniyetli yaklaşma ve girişi sağlayacak fenerler ve her türlü işaretler.

c) Deniz turizmi tesislerinin tüm üniteleri ile çevre, iskele, rıhtım dâhil sahanın sağlıklı ve emniyetli aydınlatılmasını sağlayan sistem ve jeneratör.

ç) Tesis kapasitesi ile orantılı temiz su deposu, araç bağlama yerlerine de hizmet veren sağlığa uygun, kullanma suyu ve devamlı sıcak su hizmeti sağlayan tesisat.

d) Tesisin tüm sahası içinde yangın ihbar ve ikaz sistemleri ile yangın istasyonu ve yangın söndürme cihazlarından oluşan yangın önleme istasyonları.

e) Atık kabul lisans belgesi olmayan tesislerde, sintine suyu, slaç, atık yağ, çöp ve pis su gibi katı ve sıvı atıkların 2872 sayılı Çevre Kanunu ve ilgili yönetmeliklerine uygun şekilde bertarafı, hizmete uygun kapalı depolama ve arıtma tesisatı.

f) Kara park sahası, iskele, rıhtım ve yüzer iskeleler üzerinde, uygun mesafelere konan, deniz turizmi araçlarının içme ve kullanma suyu, televizyon, telefon ve elektrik ihtiyacını karşılayan deniz araçlarına doğrudan hizmet sağlayan kutular.

g) Bedensel engellilere de hizmet verecek şekilde bağlama kapasitesinin %10'u kadar otopark.

ğ) Dahili ve harici telefon, faks, post cihazı, data, internet, haberleşme sistemleri, denizde seyreden araçlar ile haberleşme ve arama kurtarma için uygun frekanslarda çalışabilecek çok kanallı VHF bantlarına haiz telsiz alıcı verici cihazları.

h) Bağlama yerlerine de hizmet verecek şekilde düzenlenen ambulans, itfaiye araçları, çöp kamyonu ve genel araçların geçmesine uygun tesis içi araç yolları.

ı) Gürültü azaltılmasına ilişkin yapı ve sistem.

ÜST YAPI NİTELİKLERİ

Madde 7 - (1) Deniz turizmi tesislerinde aşağıda belirtilen üst yapı nitelikleri aranır:

a) Deniz turizmi tesislerine emniyetli ve kontrollü giriş sistemi.

b) Ön büro ve yönetim ünitesi.

c) Dinlenme ihtiyaçlarının karşılandığı bir salon.

ç) Yeme, içme ünitesi.

d) Kadın ve erkekler için yeterli sayıda duş ve tuvalet.

e) Gümrüklü veya gümrüksüz satış ünitesi.

f) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap.

g) Deniz turizmi tesisi ve deniz turizmi araçlarında çalışan personel için yeme, içme, duş, tuvalet ve dinlenme yeri.

ğ) Akaryakıt ikmal imkânı veren sistem veya ünite.

h) Deniz araçları için emanet ve malzeme depoları.

ı) Spor tesisleri.

i) Limana emniyetli giriş ve çıkışları sağlayan ve kılavuzluk hizmeti verebilen palamar botu.

j) Denizden yangına ilk müdahaleyi yapabilen yangın söndürme botu veya yangın söndürme sistemi.

k) Bakanlar Kurulu kararı ile deniz hudut kapısı olarak belirlenen deniz turizmi tesislerinde, hudut giriş ve çıkış işlemlerini yapmaya yetkili kamu birimleri için kamu hizmet binası.

KRUVAZİYER GEMİ LİMANLARI

Madde 8 - (1) Kruvaziyer gemi limanları, 5 inci maddedeki niteliklere sahip, yerli ve yabancı ziyaretçilerin giriş ve çıkışlarında dinlenme, yeme, içme, konaklama ve alışveriş gibi sosyal ve ticari üniteleri bulunan deniz turizmi tesisleridir.

(2) Kruvaziyer gemi limanları; A ve B tipi kruvaziyer gemi limanları olmak üzere ikiye ayrılır.

a) B tipi kruvaziyer gemi limanları 6 ncı ve 7 nci maddelerde yer alan niteliklerin yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri de taşır:

1) En az bir kruvaziyer geminin yanaşabileceği, yeterli uzunlukta güvenli fonksiyonel yolcu indirme yeri.

2) En az bir gemiden inen yolcunun hizmet alabileceği kruvaziyer terminali.

3) Tur otobüsleri için park yeri ve taksi durağı.

4) Personel, yolcu ve bagaj güvenlik kontrol ünitesi.

5) Danışma ünitesi.

6) Kamu hizmet binası.

7) Yeme, içme yerleri ve dinlenme salonları.

8) Kapalı devre güvenlik sistemleri.

9) Anons yayın sistemleri.

10) İlk yardım ünitesi.

11) Bedensel engelliler için tuvalet ve özel düzenlemeler.

12) Posta ve diğer iletişim hizmet ünitesi.

13) Gümrüklü ve gümrüksüz satış üniteleri.

14) Sergi ve gösteriler için uygun mahaller.

15) Yakın çevrede yoksa banka hizmet ünitesi.

16) Personel toplantı salonu.

b) A tipi kruvaziyer gemi limanları, B tipi kruvaziyer gemi limanlarında aranan şartların yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri de taşır:

1) Aynı zamanda dört adet kruvaziyer geminin yanaşabileceği, aynı anda birden fazla kruvaziyer geminin yolcularını indirebileceği güvenli fonksiyonel yolcu indirme yerleri.

2) Birden fazla gemi yolcusunun hizmet alacağı, giriş ve çıkışın ayrı ayrı yapılacağı iki adet terminal binası.

3) İşletme ve yönetim birimleri.

4) Yolcu nakliyesi için körük sistemleri.

5) Valiz nakliye alanı, yükleme ve boşaltma sistemi.

- 6) Turizm seyahat acenteleri ve tur operatörleri işletme ofisleri.
- 7) Konferans ve toplantı salonu.
- 8) Eğlence mekânları.
- 9) VIP hizmeti salonu.
- 10) Yeme, içme tesisleri.
- 11) Helikopter pisti.
- 12) Revir.

YAT LİMANLARI

Madde 9 - (1) Yat limanları; 5 inci maddedeki niteliklere sahip, yatların bağlanabilecekleri ve yatçıların yatlarından yürüyerek çıkabilmelerine olanak sağlayan iskelelere, dinlenme, konaklama ve alışveriş gibi sosyal tesisler ile yatlara bakım, onarım, karaya çekme ve teknik hizmet sunan birimlere sahip deniz turizmi tesisleridir.

(2) Yat limanları; üç çıpalı yat limanları, dört çıpalı yat limanları, beş çıpalı yat limanları olarak üçe ayrılırlar.

a) Üç çıpalı yat limanları; 6 ncı ve 7 nci maddelerde yer alan niteliklerin yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri de taşır:

- 1) Satış üniteleri.
- 2) Kadın ve erkek yatçılar için bağlama kapasitesinin en az % 5'i kadar duş ve tuvalet.
- 3) Çamaşır ve bulaşık yıkama yerleri.
- 4) Yatçıların dinlenmelerini ve bir arada bulunmalarını sağlayan sosyal tesis.
- 5) Bedensel engelliler için tuvalet ve özel düzenlemeler.

b) Dört çıpalı yat limanları, üç çıpalı yat limanları için aranan şartların yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- 1) Lokanta veya kafeterya.
- 2) Kadın ve erkek yatçılar için bağlama kapasitesinin en az %10'u kadar duş ve tuvalet.
- 3) Kuru temizleme hizmeti.
- 4) Yat çekek alanı ve vinç sistemleri.
- 5) Bakım onarım hizmeti.
- 6) Yatçı eşya depoları.
- 7) Bağlama kapasitesinin en az %20'si kadar otopark alanı veya otopark hizmeti.
- 8) Tenis kortu.

9) Yüzme havuzu veya plaj yeri.

10) Aletli jimnastik, masaj, sauna, hamam imkânlarının sağlandığı üniteler.

c) Beş çıpalı yat limanları, dört çıpalı yat limanları için aranan şartların yanısıra aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

1) Helikopter pisti.

2) Banka hizmetleri ünitesi.

3) Revir.

4) Sergi, konser, eğlence mekânları.

5) Toplantı salonu.

6) En az iki tenis kortu.

7) Bağlama kapasitesinin en az %30'u kadar otopark.

(3) Üç çıpalı yat limanlarında 6 ncı maddenin (h) bendi ile 7 nci maddenin (e) ve (i) bentlerinde yer alan nitelikler ihtiyaridir.

DİĞER TESİSLER

Madde 10 - (1) Diğer tesisler; işletmenin niteliğine göre 5 inci maddedeki niteliklere sahip, kruvaziyer limanlar ve yat limanları dışında, gezi, spor ve eğlence amaçlı deniz turizmi araçlarına güvenli bir şekilde karaya çekme, bakım ve onarım hizmetleri ile denize indirme hizmetleri sunan yerlerdir.

(2) Diğer tesisler, rıhtım ve iskeleler ile çekek yerleri olmak üzere ikiye ayrılır.

a) Rıhtım ve iskeleler aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

1) Korunmuş su alanında deniz araçlarının güvenli yanaşabilmesi ve bağlanması imkânı.

2) İdare ofisi.

3) Rıhtım, sabit veya sökülebilir iskele.

4) Deniz araçlarından tahliye edilen atıkların çevreye zarar vermeyecek şekilde toplandığı ünite.

5) Yakın çevrede bulunmaması halinde temel ihtiyaçların karşılanabileceği satış ünitesi.

6) Kadın ve erkek yatçılar için duş ve tuvalet.

7) Deniz araçlarının giriş ve çıkışı, kontrolü, yangın ve hırsızlık yönünden emniyetini sağlayıcı tedbirler.

8) Tesis bünyesinde bulunmaması halinde tuvalet, duş ve yeme, içme hizmetleri için dışarıdan hizmet alımı.

b) Çekek yerleri aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- 1) Yönetim binası.
- 2) İlk yardım hizmeti.
- 3) Deniz turizmi aracı niteliğine uygun çekek teçhizatı.
- 4) Çekek teçhizatına uygun parmak iskele, rıhtım, eğimli rıhtım, çekme havuzu gibi deniz yapısı.
- 5) Uygun büyüklükte çekek alanı.
- 6) Çalışanlar için duş, tuvalet, ortak yeme, içme mahalli ve dinlenme yeri.
- 7) Katı ve sıvı atıkların 2872 sayılı Çevre Kanunu ve ilgili yönetmeliklerine uygun şekilde bertarafı, hizmete uygun kapalı depolama ve arıtma tesisatı.
- 8) Malzeme deposu.
- 9) Palamar hizmeti ve yangın söndürme botu.
- 10) Sahanın sağlıklı ve emniyetli aydınlatılmasını sağlayan sistem ve jeneratör.
- 11) Tesiste yangın ihbar ve ikaz sistemleri ile yangın söndürme cihazlarından oluşan yangın önleme istasyonları.

(3) Birden fazla çekek yeri bulunan yerlerde ikinci fıkranın (b) bendinin (2), (6), (7) ve (11) numaralı alt bentlerinde yer alan hizmetler için merkezi ortak ünitelerden yararlanılabilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: DENİZ TURİZMİ TESİSLERİNİN BELGELENDİRME ŞARTLARI TURİZM YATIRIM BELGESİ BAŞVURUSU

Madde 11 - (1) Gerçek ve tüzel kişiler, bu Yönetmelikte belirlenen nitelikleri taşımak kaydıyla turizm yatırımı belgesi alarak deniz turizmi tesisi yatırımı yapabilir. Bakanlıkça verilen turizm yatırımı belgesi, belgede isimleri yazılı gerçek ve tüzel kişilere ait olup, Bakanlığın izni olmadan üçüncü kişilere devredilemez. Tahsisli arazilerin belge devirlerinde ayrıca mal sahibinin de uygun görüşü aranır. Turizm yatırım belgesi taleplerinde, aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci tarafından veya aslı gibidir şeklinde noterce onaylanmış suretleri ile yazılı olarak Bakanlığa başvurulur.

Bu belgelerin ve Bakanlıkça gerekli görülmesi halinde istenecek diğer bilgi, belge ve projelerin içeriği Bakanlıkça belirlenir.

- a) Başvuru dilekçesi.
- b) Yatırımın yeri, türü ve sınıfı, kapasitesi, finansmanı ve pazarlaması gibi bilgileri içeren rapor.
- c) Yatırıma ilişkin ilgili kurum görüşleri.

ç) Ortaklardan birinin veya birkaçının adına yatırımcı veya işletmeci olarak belge düzenlenmesinin talep edilmesi halinde bu hususta ortaklar arasında düzenlenen muvafakatname.

d) Talebin şirket veya adi ortaklık adına yapılması halinde tescile ilişkin Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi ile imza sirküleri, isim tescili yapılmış ise tescile ilişkin belge.

e) Tesisin türü, yeri, büyüklüğü veya konumu gibi nedenlerle özellik arz eden yatırımların bu özelliklerini genel olarak yansıtan uygun ölçekte fikir projesi ve vaziyet planı.

(2) Tadilat yapılması durumunda, birinci fıkranın (b), (c) ve (e) bentlerinde belirtilen belgeler ile Bakanlığa yazılı olarak başvurulur.

TURİZM İŞLETMESİ BELGESİ BAŞVURUSU

Madde 12 - (1) Gerçek ve tüzel kişiler bu Yönetmelikte belirlenen nitelikleri taşımak kaydıyla turizm işletmesi belgesi alarak deniz turizmi tesisi işletmeciliği yapabilir. Bakanlıkça verilen turizm işletmesi belgesi, belgede isimleri yazılı gerçek ve tüzel kişilere ait olup, Bakanlığın izni olmadan üçüncü kişilere devredilemez.

(2) Belgeli turizm yatırımının tamamlanıp işletmeye hazır olması durumunda, belge sahibi tarafından aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci tarafından veya aslı gibidir şeklinde noterce onaylanmış suretleri ile birlikte Bakanlığa başvurulur. Bu belgelerin ve Bakanlıkça gerekli görülmesi halinde istenecek diğer bilgi, belge ve projelerin içeriği Bakanlıkça belirlenir.

- a) Başvuru dilekçesi.
- b) Denizcilik Müsteşarlığından alınacak işletme izni veya geçici işletme izni.
- c) İşyeri açma ve çalışma ruhsatı.
- ç) İşletme iç talimatı.
- d) Teminat.
- e) Sigorta.

DOĞRUDAN TURİZM İŞLETMESİ BELGESİ BAŞVURUSU

Madde 13 - (1) Gerçek ve tüzel kişiler, turizm yatırımı belgesi almadan doğrudan turizm işletmesi belgesi taleplerinde 11 inci ve 12 nci maddelerde belirtilen belgelerle birlikte Bakanlığa yazılı olarak başvurur.

DENİZ TURİZMİ TESİSLERİNİN BELGE DEVRİ

Madde 14 - (1) Tahsisli yatırım ve işletmelerin tahsis koşulları saklı kalmak kaydıyla, turizm belgesinin devrine ilişkin taleplerde, deniz turizmi tesisinin yatırım ve işletme durumuna göre deniz turizmi tesisleri yatırım veya işletmecisi, 11 inci veya 12 nci maddelerde belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci tarafından veya aslı gibidir şeklinde noterce onaylanmış suretleri ile yazılı olarak Bakanlığa başvurur.

DENİZ TURİZMİ YATIRIMI BELGESİNİN SÜRESİ VE YATIRIMIN İZLENMESİ

Madde 15 - (1) İnşaata başlama süresi belge tarihinden itibaren iki yıla, işletmeye açılma süresi ise yatırım belgesi verilmesinden itibaren dört yıla kadar olmak üzere yatırımın özellikleri ve yatırıma başlama koşulları dikkate alınarak Bakanlıkça belirlenir. Ancak işletmeye açılma süresi, belge sahibinin talebi üzerine Bakanlıkça uygun görülmesi durumunda uzatılabilir. Tahsisli arazilerde bu süre tahsis koşullarına göre belirlenir. Kısmi turizm işletmesi belgesinde yatırım kapsamında kalan üniteler, yatırımın niteliğine göre Bakanlıkça belirlenen süreler içerisinde tamamlanmak zorundadır. Bu süre belge sahibinin talebi halinde ve Bakanlıkça uygun görülmesi durumunda uzatılabilir.

(2) Mücbir sebepler ile kamudan kaynaklanan ve Bakanlıkça kabul edilebilir hukuki ve idari uyuşmazlıklardan doğmuş sebeplerin devam ettiği sürece yatırım süreleri işletilmez.

ÖZEL DÜZENLEMELER

Madde 16 - (1) Deniz turizmi tesisi yatırımı veya işletme belgesi; bu Yönetmelikte yer alan ve kendi tür ve sınıfı için gerekli asgari nitelikleri sağlayan birden fazla türün bir araya gelerek oluşturacakları tesislere de verilebilir. Bu tesislerin bünyesinde Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte yer alan türler bulunabilir, ancak bu tesis türleri deniz turizmi tesisinden önce işletmeye geçemez.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: DENİZ TURİZMİ TESİSLERİNİN İŞLETME ESASLARI

DENİZ TURİZMİ TESİSLERİNİN İDARESİ

Madde 17 - (1) Deniz turizmi tesisleri, işletmeciler tarafından ikinci fıkrada belirtilen esaslar dahilinde hazırlanan ve Bakanlıkça onaylanan işletme iç talimatı uyarınca idare edilir.

(2) İşletme iç talimatında;

a) İşletmenin niteliğine göre kapsamı farklılık gösterebilen nitelikte, turizm amaçlı deniz araçlarının limana girişi, bağlanması, kışlaması, karaya çekilmesi, bakım ve onarımı, denize indirilmesi ve limandan çıkışlarına,

b) Donatan, malik, kaptan, amatör kullanım amacıyla deniz turizmi aracını kiralayan kişiler ile mürettebat ve turizm amaçlı deniz araçlarında bulunan kişilerin liman tesislerinde veya limandaki diğer deniz araçlarında meydana getirebilecekleri hasar ve zararların tazmininden bizzat sorumlu olduklarına,

c) Deniz turizmi tesisi işletmesinin, işletme faaliyetlerinin yürütülmesi sırasında turizm amaçlı deniz araçlarında ve bunların sahip, mürettebat ve yerli veya yabancı yolcularında meydana gelebilecek hasar ve zararlardan sorumlu olduklarına,

ç) Deniz turizmi tesisinde bağlı deniz turizmi aracı sahibinin veya ekibinin değişmesi halinde, yeni sahibinin adı, soyadı ve açık adresi ile bu talimatta yer alan kurallara uyacağını bildiren bir belgeyi liman idaresine vermesinin zorunlu olduğuna, aksi halde bu kurallara uyulmamasından doğacak sonuçlardan eski sahibinin sorumlu tutulacağına,

d) Deniz turizmi tesisinde bağlı deniz araçlarının olağanüstü hallerde bağlama yerlerinin değiştirilebileceğine, gerekli acil tamiratın donatan veya kaptan adına yaptırılabilmesine ve buna ilişkin bedellerin kaptan veya donatandan tahsil edileceğine,

e) Deniz turizmi tesisinin huzur ve güvenini bozan ilgililerin uyarılacağına, gerekiyorsa anlaşmaların tek tarafı olarak feshedilebileceğine ve deniz araçları ile birlikte tesis sınırları dışına çıkartılabileceğine,

f) Kötü hava şartlarında ve irtifak hakkı ve kira sözleşmesi hükümleri saklı kalmak şartıyla deniz turizmi tesisine bağlanamayacak deniz araçlarına, ilişkin hükümler yer alır.

(3) Deniz turizmi tesisi işletme talimatı, Türkçe, İngilizce ve tesis yönetiminin uygun göreceği diğer dillerde yazılarak deniz turizmi liman tesislerinin idare binasının görünür bir yerinde ve okunacak şekilde devamlı bir biçimde bulundurulur.

(4) Deniz turizmi tesisleri, tesislerinden faydalanan deniz turizmi araçları ile ilgili çeşitli bilgileri, ilgili kamu idaresince istenildiğinde elektronik ortamda verebileceği sistemi tesis eder.

BAĞLAMA SÖZLEŞMESİ

Madde 18 - (1) Deniz turizmi tesisleri ile deniz turizmi araçlarının donatan veya kaptanları arasında; tesislerine bağlanan veya karaya çekilen deniz araçları ile ilgili olarak bağlama sözleşmesi yapılması zorunludur. Yapılan bağlama sözleşmesinin bir sureti, donatan veya kaptana verilir.

(2) Deniz turizmi aracının bağlama sözleşmesi süresinin bitiminden itibaren beş yıl sonunda tesis işletmesine başvurmaması ve sözleşmesini yenilememesi halinde deniz turizmi aracı terk edilmiş sayılır. Bu durumda, deniz turizmi tesisi işletmesi durumu liman başkanlığına ve gümrük idaresine bildirir.

İŞLETME MÜDÜRÜNÜN NİTELİKLERİ

Madde 19 - (1) Deniz turizmi tesisi işletmelerine işletme müdürü olarak atanacak kişilerde aşağıdaki nitelikler aranır:

a) Türk vatandaşı olmak.

b) En az lise mezunu olup denizcilik veya turizm sektöründe en az üç yıl çalışmış olmak veya yüksekokul mezunu olmak.

c) 5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanununa muhalefetten, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 36 ncı maddesi veya 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununun 30 uncu maddesinde yer alan suçlardan ve organize suçlardan cezalandırılmamış olmak.

İŞLETME MÜDÜRÜNÜN YETKİ VE SORUMLULUKLARI

Madde 20 - (1) Deniz turizmi tesisi işletmelerinde güvenlik, düzen, temizlik ve çalışan personel arasındaki koordinasyon ile aşağıda belirtilen hizmetler işletme müdürü tarafından sağlanır:

a) Bu Yönetmelik ve işletme iç talimatının öngördüğü görevleri yapmak ve gerekli tedbirleri almak.

b) Turizm amaçlı deniz araçlarının limana giriş, bağlama, kalış, bakım, onarım ve çıkışlarını düzenlemek.

c) Olağanüstü hallerde ve mücbir sebeplerle deniz turizmi tesisinde bulunan turizm amaçlı deniz araçlarının bağlama yerlerini değiştirmek, zorunlu tamiratları donatan veya kaptan adına yaptırıp bedellerini tahsil etmek.

ç) Deniz turizmi tesislerinde huzur, güven ve düzeni bozanları uyarmak, bu konuda ilgili mercileri bilgilendirmek.

d) Tesisin uygun olması halinde ve liman başkanının talebi üzerine, olağanüstü hallerde deniz araçlarının deniz turizmi tesislerinden yararlanmalarına izin vermek.

e) Yabancı bayraklı turizm amaçlı deniz araçlarının 46 ncı maddeye göre Türkiye'de bırakılmaları halinde, bu araçların işletmenin sorumluluğu altına alındığını gösteren gümrük ve liman idaresine muhatap belge düzenlemek.

f) Giriş ve çıkış işlemi yaptırmayan deniz araçlarının durumlarını derhal limanlardaki yetkili kurum temsilcilerine bildirmek.

DENİZ TURİZMİ TESİSİ İŞLETMELERİNİN YETKİ VE SORUMLULUKLARI

Madde 21 - (1) Deniz turizmi tesisi içinde terk edilen deniz araçları ile çalınan, batan veya kaza neticesi parçalanarak tekrar yurtdışına çıkarılması mümkün olmayan yabancı bayraklı deniz araçlarının gümrük vergilerinden deniz turizmi tesisi işletmeleri sorumlu tutulamaz ve yediemin olarak gösterilemez. Ancak bu durumdan gümrük idaresine bilgi verilir.

(2) Deniz turizmi tesisi işletmeleri; Bakanlıkça belirlenen miktar ve kurallara uygun teminat vermek ve sigorta güvenliğini sağlamak zorundadır.

(3) Sahil güvenlik botları, zorunlu ve başka imkân bulunmadığı hallerde, işletme müdürü ile koordineli ve geçici olarak işletmeye girebilir ve zorlayıcı neden halinin devamınca işletmede bağlanabilir.

(4) Deniz turizmi tesisi işletmeleri, tesislerinde bulunan ve tesislerine gelen deniz turizmi araçlarının katı ve sıvı atıklarını almakla sorumludur.

(5) Çeşitli suçlar nedeniyle el konulan deniz araçları ve mallar deniz turizmi tesislerine bırakılamaz.

BEŞİNCİ BÖLÜM: DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ TÜRLERİ

KRUVAZİYER GEMİLER

Madde 22 - (1) Kruvaziyer gemiler, gezi, eğlence ve spor amacıyla önceden belirlenmiş program ve rotada seyreden, deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun konaklama, yeme, içme, eğlence, dinlenme, spor etkinliklerine uygun üniteleri bulunan, denize elverişli olan deniz turizmi aracıdır.

(2) Kruvaziyer gemiler aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

- a) Danışma ve kabul holü.
- b) Yönetim birimleri.
- c) Bagaj taşıma hizmeti.
- ç) Telefon, faks ve internet hizmetleri.

- d) Revir.
- e) Kamaralar.
- f) Yüzme havuzu.
- g) Spor, eğlence, yeme, içme, dinlenme üniteleri.
- ğ) Oyun, televizyon, kütüphane ve okuma salonu.
- h) Çocuk oyun yerleri ve bu yerlerde çocuklar için özel tuvaletler.
- ı) Satış üniteleri.
- i) Çamaşır yıkama, ütüleme ve kuru temizleme üniteleri.
- j) Yolcu kapasitesi ile orantılı çok amaçlı salon.
- k) Müşteri ve servis asansörleri.
- l) Sinema.
- m) Kuaför ve güzellik salonu.

YATLAR

Madde 23 - (1) Yatlar, gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı onikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır. Kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak koşulu ile taşıdığı yolcu sayısı otuzaltıyı geçmeyen, tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen deniz turizmi araçları da bu kapsamdadır.

(2) Oniki yatak kapasitesinden fazla, tonilato belgelerinde yolcu gemisi olarak nitelendirilmiş yat tipinde inşa edilmiş deniz araçları da bu kapsamda belgelendirilir.

(3) Deniz turizmi hizmetinde kullanılacak yatlar aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

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

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

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

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

GÜNÜBİRLİK GEZİ TEKNELERİ

Madde 24 - (1) Günübirlilik gezi teknesi, gezi, spor, eğlence ve turizm amacıyla limandan aldığı yolcuları aynı gün aynı limanda indiren, denize elverişlilik belgesine sahip deniz turizmi aracıdır.

(2) Günübirlilik teknelerin bu Yönetmeliğe göre tür ve kapasiteleri, çalışma usul ve esasları ile belgelendirilmesine ilişkin esaslar Bakanlıkça belirlenir.

DALABİLİR DENİZ TURİZMİ ARACI

Madde 25 - (1) Dalabilir deniz turizmi aracı, insan taşıyan, fiziksel olarak su altında ve su üstünde seyir esnasında bir desteğe bağlı olmaksızın hareket edebilen veya her durumda su üstü desteği ile su altında çalışan, denize elverişlilik belgesinde dalabilir deniz turizmi aracı olarak belirtilen araçtır.

(2) Dalabilir deniz turizmi araçları, Denizcilik Müsteşarlığından alınacak faaliyet iznine göre Bakanlıkça deniz turizmi araçları işletmeciliği kapsamında belgelendirilir.

DİĞER DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI

Madde 26 - (1) Diğer deniz turizmi araçları; bu Yönetmelikte tanımlanan deniz turizmi araçları dışında, turizm amaçlı su altı ve su üstü faaliyetlerini yapan deniz araçları ile teknolojik ve sektörel gelişmeye paralel olarak gelişen gezi, spor ve eğlence amacı ile faaliyette bulunan araçlardır. Diğer deniz turizmi araçları, yüzer deniz turizmi araçları, özel deniz turizmi araçları ve turizm amaçlı su altı ve su üstü faaliyet araçları olmak üzere üçe ayrılır.

(2) Yüzer deniz turizmi araçları; Türk karasularında veya limanlarında turizm amaçlı olarak konaklama, yeme, içme veya eğlence hizmeti verebilecek nitelikte ve kendiliğinden hareket etme kabiliyetine sahip veya bir römorkör vasıtasıyla çekilen, toplam kapasiteleri belirlenmiş ve kullanım amacı belirtilmiş, denize elverişlilik belgesi olan deniz aracıdır.

a) Kendiliğinden yüzer deniz turizmi araçları aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

1) Deniz aracının demirleme ve bağlama yerleri ile mola duraklarını ve dolaşacağı güzergahı belirten ilgili liman başkanlığınca onaylanmış harita.

2) En az yüz kişilik kapasite.

b) Kendiliğinden hareket etme kabiliyeti olmayan yüzer deniz turizmi araçları aşağıda belirtilen nitelikleri taşır:

1) Deniz aracı hakkında emniyet, denizde can ve mal güvenliği mevzuatı ile deniz mevzuatı yönünden yetkili kuruluşların uygun görüşünü gösterir belge.

2) Yüzer otel olarak işletilmeleri halinde en az yüzyirmi yatak, yüzer lokanta olarak işletilmeleri halinde en az yüz kişilik kapasite.

3) Valilikçe verilen işletme izni.

(3) Özel deniz turizmi araçları; bu Yönetmelikte belirlenmiş olan türleri veya nitelikleri sağlamayan ancak, özgünlük, üstün hizmet, ulusal veya uluslararası şöhret gibi nitelikleri nedeniyle işletme özelliği arz ettiği için veya kültürel, sanatsal veya tarihsel açıdan önem taşıdıkları için Bakanlıkça belgelendirilmeleri uygun görülen deniz turizmi araçlarıdır.

(4) Turizm amaçlı su altı ve su üstü faaliyet araçları; yolcularına dalma hizmeti ve eğitimi veren, yeterli ve gerekli ekipmana sahip deniz aracı ile gezi, spor ve eğlence amaçlı ticari deniz araçlarıdır.

ALTINCI BÖLÜM: DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ BELGELENDİRME ŞARTLARI DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI YATIRIM VE İŞLETMECİLİĞİ

Madde 27 - (1) Deniz turizmi araçları işletmecileri, mülkiyetlerinde bulundurdukları veya kiraladıkları deniz turizmi aracını, mürettebatlı veya mürettebatsız olarak gezi, spor, eğlence amacıyla kiralayan, pazarlamasını yapan, Bakanlıktan belgeli gerçek ve tüzel kişilerdir.

(2) Yabancı bayraklı deniz araçlarının kiralanması ve yabancı deniz araçları işletmelerinin Türkiye'deki temsilciliği, Türk bayraklı deniz araçlarına sahip Bakanlıktan belgeli işletmeler tarafından yapılır. Yabancı bayraklı yatları kiralayan veya yabancı yat işletmelerinin temsilciliğini yapan Bakanlıktan belgeli işletmelerin, yabancı işletme ve yabancı bayraklı yatın çalışma usul esasları, kapasitesi ve istenilen bilgi ve belgeler Bakanlıkça belirlenir.

(3) Bakanlıkça verilen yatırım ve işletme belgeleri, belgede isimleri yazılı gerçek veya tüzel kişilere ait olup, Bakanlığın izni alınmadan üçüncü kişilere devredilemez.

(4) Bakanlıktan belgeli deniz turizmi araçları işletmeleri münhasıran seyahat acenteleri tarafından yapılan faaliyetleri yapamaz, tur, paket tur ve transfer hizmetleri düzenleyemez. Düzenlemeleri halinde 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu kapsamında cezalandırılırlar. Deniz turizmi araçları işletmelerinin kendi ürünlerini pazarlamaları, rezervasyon yapmaları ve satmaları, deniz turizmi araçlarının seyr-ü seferinde yolcu taşımaları seyahat acenteliği sayılmaz. Seyahat acenteliği faaliyeti yürütenlerin deniz turizm araçları işletme belgesi iptal edilir.

TURİZM YATIRIMI BELGESİ BAŞVURUSU

Madde 28 - (1) Gerçek ve tüzel kişiler, bu Yönetmelikle belirlenen nitelikleri taşımak kaydıyla turizm yatırım belgesi alarak deniz turizmi araçları işletmeciliği yatırımı yapabilirler. Turizm yatırım belgesi taleplerinde, Bakanlıkça gerekli görülecek belgeler ile aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci tarafından veya aslı gibidir şeklinde noterce onaylanmış sureti ile yazılı olarak Bakanlığa başvurulur:

a) Başvuru dilekçesi.

b) Ortaklardan birinin veya birkaçının adına yatırımcı veya işletmeci olarak belge düzenlenmesinin talep edilmesi halinde bu hususta ortaklar arasında düzenlenen muvafakatname.

c) Talebin şirket veya adi ortaklık adına yapılması halinde tescile ilişkin Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi ile imza sirküleri, isim tescili yapılmış ise tescile ilişkin belge.

ç) Deniz turizmi aracı yapım sözleşmesi.

d) Proje ve araç inşa izin belgesi.

TURİZM İŞLETMESİ BELGESİ BAŞVURUSU

Madde 29 - (1) Gerçek ve tüzel kişiler, bu Yönetmelikle belirlenen nitelikleri taşımak kaydıyla turizm işletmesi belgesi alarak deniz turizmi aracı işletmeciliği yapabilir.

(2) Belgeli turizm yatırımının tamamlanıp işletmeye hazır olması durumunda, belge sahibi tarafından Bakanlıkça gerekli görülecek belgeler ile aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci tarafından veya aslı gibidir şeklinde noterce onaylanmış sureti ile birlikte Bakanlığa başvurulur:

a) Başvuru dilekçesi.

b) Gemi tasdiknamesi veya tonilato belgesi.

c) Denize elverişlilik belgesi.

ç) Teminat.

d) Ortaklardan birinin veya birkaçının adına yatırımcı veya işletmeci olarak belge düzenlenmesinin talep edilmesi halinde bu hususta ortaklar arasında düzenlenen muvafakatname.

e) Sigorta poliçesi.

DOĞRUDAN TURİZM İŞLETMESİ BELGESİ BAŞVURUSU

Madde 30 - (1) Gerçek ve tüzel kişiler, turizm yatırımı belgesi almadan doğrudan turizm işletmesi belgesi taleplerinde 28 inci maddenin birinci fıkrasının (ç) ve (d)

bentleri hariç, 28 inci ve 29 uncu maddelerde belirtilen belgelerle Bakanlığa yazılı olarak başvurur.

DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI İŞLETMELERİ BELGE DEVRİ BAŞVURUSU

Madde 31 - (1) Deniz turizmi araçları yatırım ve işletmelerinin belge devrine ilişkin taleplerde, deniz turizmi araçları yatırımcısı veya işletmecisi, işletmenin durumuna göre, yatırım ve işletme belgesi başvurularında belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci tarafından veya aslı gibidir şeklinde noterce onaylanmış sureti ile birlikte Bakanlığa yazılı olarak başvurur.

YEDİNCİ BÖLÜM: DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI İŞLETMELERİNİN ÇALIŞMA ESASLARI

İŞLETME ADRESİ

Madde 32 - (1) Kruvaziyer gemi ve kapasitesi otuz yatak ve üzerinde olan yat işletmelerinin müşterileri ile ilişkilerini düzenleyeceği bir büro kurmaları zorunludur.

(2) Kapasitesi otuz yatağın altında olan yat işletmesinin bir büro ile hizmet anlaşması düzenlemesi gerekir.

(3) Günübirlik gezi teknesi, dalabilir deniz aracı ve diğer deniz turizmi araçları işletmesi Bakanlığa irtibat adresi bildirir.

İŞLETME MÜDÜRÜNÜN NİTELİKLERİ

Madde 33 - (1) Deniz turizmi araçları işletmelerine işletme müdürü olarak atanacak kişilerde aşağıdaki nitelikler aranır:

a) Türk vatandaşı olmak.

b) En az lise mezunu olup denizcilik veya turizm sektöründe en az üç yıl çalışmış olmak veya yüksekokul mezunu olmak.

c) 5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanununa muhalefetten, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 36 ncı maddesi veya 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununun 30 uncu maddesinde yer alan suçlardan ve organize suçlardan cezalandırılmamış olmak.

YATLARIN KİRALANMASINDA MÜRETTİBAT

Madde 34 - (1) Deniz turizmi araçları işletmeciliği bünyesindeki Türk ve yabancı bayraklı, yatçı sayısı onikiyi geçmeyen yatların mürettebatsız olarak kiraya

verilebilmesi için, kiralayan yatıcılardan en az birisinin yeterli nitelikte ehliyet sahibi olması gerekir.

YABANCI BAYRAKLI DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ KİRALAMA ESASLARI

Madde 35 - (1) Bakanlıktan belgeli deniz turizmi araçları işletmeleri, yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarını, turizm amaçlı ticari faaliyetlerde kullanılmak üzere Bakanlığın izniyle beş yıla kadar kiralayabilir. Bu izinler gerektiğinde Bakanlıkça uzatılabilir. Bu işletmelerden deniz turizminin geliştirilmesi için Bakanlıkça her yıl belirlenen miktarda altyapı hizmetlerine katkı payı alınır. Bu katkı payı Bakanlık Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğüne yatırılır.

(2) Yabancı bayraklı deniz turizmi araçları, yabancılara ve yurtdışında ikamet eden Türk vatandaşlarına kiralanır.

BAYRAK ÇEKME

Madde 36 - (1) Kanunun 27 nci maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca, 6762 sayılı Türk Ticaret Kanununun 823 üncü maddesine bağlı kalmaksızın, Bakanlıktan belgeli deniz turizmi araçları işletmelerinin 35 inci madde uyarınca kiralanmış yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarına kira süresince Türk bayrağı çekilmesine izin vermeye Bakanlık yetkilidir. Bu şekilde Türk bayrağı çekilen deniz turizmi araçlarından deniz turizminin geliştirilmesi için Bakanlıkça her yıl belirlenen miktarda altyapı hizmetlerine katkı payı alınır. Bu katkı payı Bakanlık Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğüne yatırılır.

YABANCI İŞLETMELER

Madde 37 - (1) Kanunun 3 üncü maddesinin birinci fıkrasının (e) bendi ve 27 nci maddesi uyarınca, Türkiye dışında kurulu yabancı bayraklı deniz turizmi araçları işletmelerinin, bu araçlarını turizm amacıyla Türkiye'de işletmelerine Bakanlıkça beş yıla kadar izin verilebilir. Bu iznin verilebilmesi için yabancı işletmenin en az bir kruvaziyer gemiyi veya altmış yatak kapasitesine sahip yabancı bayraklı yatlarını Türkiye'de bulundurarak yurtdışında pazarlamaları gerekir. Bu izinler gerektiğinde Bakanlıkça uzatılabilir. Bu işletmelerden deniz turizminin geliştirilmesi için Bakanlıkça her yıl belirlenen miktarda altyapı hizmetlerine katkı payı alınır. Bu katkı payı Bakanlık Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğüne yatırılır.

MUAYENE VE ÖLÇÜM

Madde 38 - (1) Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının muayene ve ölçümleri, ilgili ulusal ve uluslararası mevzuat hükümlerine göre yapılır.

(2) Yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının sahip oldukları aynı nitelikteki belgeler ve muayeneler geçerlidir.

(3) Yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının tonajlarını belirlemede kullanılacak usul ve esasları tespit etmeye Denizcilik Müsteşarlığı yetkilidir.

LİMAN BAŞKANLIĞI

Madde 39 - (1) Liman başkanlığı, turizm amaçlı deniz araçlarının liman giriş ve çıkış işlemlerinde, mülki idare amirinin talimatlarına göre hudut kapılarında işlemleri yürüten yetkili kamu idaresidir.

HUDUT GİRİŞ VE ÇIKIŞ İŞLEMLERİ

Madde 40 - (1) Türkiye'ye deniz yoluyla giren veya Türkiye'den çıkan her türlü deniz aracı, deniz hudut kapılarından giriş ve çıkış yapmak zorundadır.

(2) Deniz araçlarının hudut giriş ve çıkış işlemleri; beyan esasına dayalı olarak seyir izin belgesi üzerinde, liman başkanı tarafından yapılır ve ilgili kamu kurumları liman başkanı tarafından bilgilendirilir. Söz konusu işlemler sırasında işbirliği yapılan ilgili kamu kurum ve kuruluşları tarafından gerekli görüldüğü hallerde, bu kurumların inceleme ve araştırması sonuçlanıncaya kadar deniz aracının limana girmesine veya limandan ayrılmasına izin verilmez.

(3) Deniz aracının hudut giriş ve çıkış işlemleri sırasında deniz aracı sahibinin veya kaptanının pasaportları üzerine deniz aracına ait herhangi bir kayıt düşülmez.

(4) Deniz seyri dışında herhangi bir nakliye vasıtasıyla Türkiye gümrük bölgesine getirilen deniz araçlarının hudut girişlerine ilişkin seyir izin belgesi işlemleri denize ilk indirildikleri yerde başlar.

DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ SEYİR İZİN BELGESİ

Madde 41 - (1) Deniz turizmi araçlarının araç, gümrük, personel, yolcu, pasaport, sıhhi muamele, liman, eşya ve sefer ile ilgili diğer beyan ve işlemlerinin tamamı seyir izin belgesi üzerinde yapılır. Türk karasularında seyirde kullanılacak belgelerin ve bu belgelerin, biçim, basım, dağıtım ve kullanım şekline ilişkin esaslar ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının görüşleri alınarak Bakanlıkça belirlenir.

(2) Bakanlıkça belirlenen esaslara uygun olarak hazırlanan seyir izin belgesinin basım ve dağıtımı, Bakanlıkça her yıl döviz ve Türk Lirası olarak belirlenecek miktarlar karşılığında Bakanlık Döner Sermaye Merkez İşletmesince yapılır. Döner Sermaye Merkez İşletmesi bu belgelerin dağıtımını meslek kuruluşları aracılığıyla da yapabilir. Bu durumda net hâsıllardan görevlendirilen kuruluşa idari ve genel giderler karşılığı % 10 pay ödenir ve kalanı Bakanlık Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğüne gelir kaydedilir.

TÜRK LİMANLARI ARASINDA SEYİR ESASLARI

Madde 42 - (1) Hudut giriş işlemini tamamlamış Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçları, Türk karasuları ve limanları arasında liman başkanlığının onayı ile serbestçe dolaşabilir.

(2) Hudut giriş işlemini tamamlamış yabancı bayraklı özel deniz araçları Türkiye'ye girişte Türk liman ve karasularında yapacakları seyirleri, güzergâhlarını seyir izin belgesi üzerinde belirterek serbestçe seyredebilir. Türk bayraklı özel deniz araçları Türk limanları arasında yapacakları seferlerde seyir izin belgesi kullanmaz.

(3) Kruvaziyer gemiler dışında Bakanlıktan belgeli Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçları, Türk karasularında her ticari seferin sonuna kadar geçerli olmak üzere seyir izin belgesi ile seyrederek. Kruvaziyer gemiler, seyir izin işlemleri açısından diğer gemilerin tabi oldukları işlemlere tabidir.

(4) Seyir izin belgesinin deniz turizmi araçları sahipleri veya kaptanları tarafından doğru ve noksansız bir biçimde doldurularak imzalanması ve süresi içerisinde deniz turizmi aracında bulundurulması zorunludur.

(5) Kaptanın, seyir izin belgesinin sefer süresince deniz turizmi aracında kalan nüshasını liman başkanlığına teslim etmesi ile sefer tamamlanmış olur.

(6) Türk Boğazlarından geçişler bakımından 1936 tarihli Montrö Boğazlar Rejimi Sözleşmesi ile 8/10/1998 tarihli ve 98/11860 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla kabul edilen Türk Boğazları Deniz Trafik Düzeni Tüzüğü hükümleri saklıdır.

(7) Seferini tamamlayan deniz turizmi araçları, sefer bittikten en geç oniki saat içinde liman başkanlığına bildirimde bulunurlar.

(8) Deniz turizmi tesislerinde kışlayan yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının seyir izin belgeleri kışlama süresince geçerlidir.

SIHHİ MUAMELE

Madde 43 - (1) Deniz turizmi araçlarının seyir izin belgesi kapsamında yaptıkları vize, patente dâhil sıhhi muamele, yabancı bir limana uğramadıkları ve Türkiye'de kaldıkları sürece ayrıca bir işleme gerek olmaksızın geçerlidir.

(2) Ancak, ölüm ve bulaşıcı hastalık halinin en yakın liman başkanlığına veya en yakın mülki idare amirliğine bildirilmesi zorunludur.

DENİZ TURİZMİ ARAÇLARI SEYİR BÖLGELERİ, KONTROLÜ VE GELİŞTİRİLMESİ

Madde 44 - (1) Türk ve yabancı bayraklı veya yabancıların kullandıkları deniz turizmi araçları; Türk karasularında Kanunun 28 inci maddesi uyarınca 2565 sayılı Askeri Yasak Bölgeler ve Güvenlik Bölgeleri Kanunu uyarınca belirlenen askeri yasak bölgeler, askeri güvenlik ve özel güvenlik bölgeleri dışında kalan Türk karasularında kıyı ve koylara başkaca bir tahdit bulunmaması kaydıyla yanaşabilir, geceleyebilir ve demirleyebilir.

(2) Seyir bölgelerinde deniz araçlarının seyretme, demirleme, durma ve dalmalarında sakınca görülen yerler, ilgili kamu idarelerince Bakanlık koordinatörlüğünde belirlenerek duyurulur. Denetim bu konuda görevli kurumlarca yapılır.

MÜCBİR SEBEPLER VE OLAĞANÜSTÜ HALLER

Madde 45 - (1) Mücbir sebepler ve olağanüstü haller veya 4922 sayılı Denizde Can ve Mal Koruma Hakkında Kanunda öngörülen yükümlülükler nedeniyle gerekebilecek zorunlu liman giriş veya çıkış işlemlerinde, beyanı sonradan yapmak kaydıyla deniz turizmi araçlarına istisna tanınır.

DOKUZUNCU BÖLÜM: YABANCI DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ KALIŞ SÜRELERİ VE KABOTAJ HAKLARI

DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ TÜRKİYE'DE BIRAKILMASI VE KALIŞ SÜRELERİ

Madde 46 - (1) Yabancı bayraklı deniz turizmi araçları; Bakanlıktan belgeli deniz turizmi tesislerinde ayrıca bir izne gerek kalmaksızın beş yıla kadar denizde ve karada kışlama, bakım ve onarım amacıyla bırakılabilir. Belgeli deniz turizmi tesislerinde beş yıl kalan ve bu süre içerisinde sahipleri tarafından en az bir kez kullanılan yabancı bayraklı özel yatların kalış süresi Bakanlıkça beş yıl daha uzatılabilir.

(2) Yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının deniz turizmi tesislerine bırakılarak donatan, sahip ve kaptanının Türkiye dışına çıkmak istemesi halinde, deniz turizmi tesis işletmesi, deniz turizmi aracını sorumluluğu altına alarak durumu seyir izin belgesi üzerine işler ve bağlı bulunduğu gümrük idaresine ve liman başkanlığına bildirir.

(3) Bağlama sözleşmesi süresinin bitiminden itibaren beş yıl sonunda liman işletmesine başvurmayan veya sözleşmesini yenilemeyen deniz turizmi araçları ile ilgili olarak 4458 sayılı Gümrük Kanununun tasfiye hükümleri uyarınca işlem yapılır.

(4) Bu Yönetmeliğin 35 inci ve 37 nci maddeleri uyarınca ticari faaliyette bulunan yabancı bayraklı yatların Türkiye'de belgeli deniz turizmi tesisinde kışlamaları şarttır. Ticari faaliyette bulunan yabancı bayraklı yatlardan, kışlama yapılmaması halinde, deniz turizminin geliştirilmesi için Bakanlıkça her yıl belirlenen miktarda altyapı hizmetlerine katkı payı alınır. Bu katkı payı Bakanlık Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğüne yatırılır.

KABOTAJ HAKLARI

Madde 47 - (1) Türkiye'ye hudut girişi yapan Türk karasuları ve limanları arasında seyreden veya Türkiye'de kışlayan yabancı bayraklı yatlar, sahipleri ve yat sahibince yazılı yetki verilmiş kişiler tarafından, ticari amaç taşımamak kaydıyla gezi, spor ve eğlence amacıyla seyir izin belgesi ile serbestçe kullanılabilir. Bu çeşit yatlara karşılığında hiçbir ücret alınmadan yalnızca gezi, spor ve eğlence amacıyla Türk veya yabancı ziyaretçi alınması mümkündür.

(2) Çok sahipli yabancı bayraklı özel yatlar ile yabancı kulüp, dernek ve birliklere ait yatlar bir yıl içerisinde gezi, eğlence ve spor amacıyla en fazla dört sahibi tarafından kullanılabilir. Bu yatların dört sahipten fazla kullanılması halinde, deniz turizminin geliştirilmesi için Bakanlıkça her yıl belirlenen miktarda altyapı hizmetlerine katkı payı, seyir izin belgesi ücretine eklenerek alınır.

(3) Türkiye'ye giriş yapan yabancı bayraklı özel yatların sahip veya sahibince yetkili kılınmış kişilerin talimatı üzerine, kaptan ve mürettebatı ile bulunduğu Türk limanından bir başka Türk limanına yatçı olmadan seyri sefer sayılmaz.

(4) Deniz turizmi araçları işletmesi belgesi bulunmayan yabancı bayraklı ticari yatların, belirli bir program dâhilinde veya programsız olarak ücret karşılığı yatçı olarak Türk limanları arasında gezi tertip etmeleri halinde 815 sayılı Türkiye Sahillerinde Nakliyatı Bahriye (Kabotaj) ve Limanlarla Kara Suları Dahilinde İcrayı San'at ve Ticaret Hakkında Kanun hükümlerine göre işlem yapılır. Yurtdışından

yatçısı ile gelen Bakanlıktan belgesiz yabancı bayraklı ticari yatların seyir esasları Bakanlıkça belirlenir. Bu yatlardan, deniz turizminin geliştirilmesi için Bakanlıkça her yıl belirlenen miktarda altyapı hizmetlerine katkı payı, seyir izin belgesi ücretine eklenerek alınır.

(5) Turizm ve tanıtma açısından önem taşıyan deniz turizmi faaliyetlerinin bu madde kapsamı dışında değerlendirilmesi Bakanlığın uygun görüşü ile mümkündür.

ONUNCU BÖLÜM: ORTAK HÜKÜMLER

BAŞVURULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Madde 48 - (1) Deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçlarına turizm yatırımı belgesi verilmesi, bu belgenin kısmi turizm işletmesi belgesi veya turizm işletmesi belgesine çevrilmesi, kapsamının değiştirilmesi, adres ve kapasite değişikliği, belge devri ve süre uzatımı konularına ilişkin talepler Bakanlıkça değerlendirilir.

(2) Deniz turizmi tesis ve araçlarının, turizm işletmesi belgesi veya kısmi turizm işletmesi belgesi taleplerinde, tesisin veya aracın türü, asgari nitelikleri, kapasitesi, fiziki özellikleri, kullanılan malzemelerin standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelin nitelikleri bu Yönetmelik kapsamında denetlenerek değerlendirilir ve uygun görülenler Bakanlıkça belgelendirilir.

DEĞİŞİKLİKLERİN BİLDİRİLMESİ

Madde 49 - (1) Bu Yönetmelik kapsamında bulunan yatırım ve işletmeler, belge kapsamında değişiklik yapmak istedikleri takdirde, bu değişiklikleri yapmadan önce Bakanlığa bildirimde bulunur. Adres değişikliği Bakanlığa bildirilmediği takdirde, Bakanlıkta mevcut adrese yapılan tebligat, 7201 sayılı Tebligat Kanunu uyarınca kendilerine yapılmış sayılır.

TEMİNAT

Madde 50 - (1) Bu Yönetmelik kapsamında belgelendirilen deniz turizmi işletmeleri, müşterilerine sunacakları hizmetler ve faaliyetleri nedeniyle yapacakları işlemlerinden doğacak yükümlülüklerine karşılık olmak üzere, işletme teminatını vermek zorundadır.

(2) Teminat, Bakanlık emrine kayıtsız, şartsız, kesin ve süresiz banka teminat mektubu olarak verilir.

(3) Alınacak teminatın miktarı, işletmenin türüne göre her yıl Bakanlıkça belirlenir. İşletme teminatı birinci fıkradaki yükümlülükler dışında başka bir alacak için temlik,

rehin ve haciz edilemez. İşletme teminatında meydana gelen eksilme, Bakanlığın yazılı uyarısı üzerine ilgili işletme tarafından en geç otuz gün içinde tamamlanır.

(4) Faaliyetlerine son vermek isteyen işletmelerin işletme belgeleri Bakanlıkça geri alınır. İşletme teminatı belgenin geri alınmasından itibaren bir yıl süre ile birinci fıkradaki yükümlülükler için Bakanlık emrinde tutulur, bir yılın sonunda iade edilir.

(5) İşletme belgelerinin Bakanlıkça iptal edilmesi halinde işletme teminatı bir yıl süreyle birinci fıkradaki yükümlülükler için alıkonulur, bu sürenin sonunda işletmenin borcu çıkmadığı takdirde Hazineye gelir kaydedilir.

(6) Deniz turizmi tesisi işletmeleri ve deniz turizmi araçları işletmeleri taahhüt ettikleri hizmetleri aynen gerçekleştirmedikleri durumda, bundan doğan zararları tazmin etmekle yükümlüdür. Bu işletmelerin kusurları neticesinde meydana gelecek sigorta kapsamı dışındaki zararlar, Bakanlık emrindeki teminattan ödenir ve durum ilgili işletmeye bildirilir.

SİGORTA

Madde 51 - (1) Bu Yönetmelik kapsamında belgelendirilen deniz turizmi tesisi işletmelerinin, üçüncü şahıs mali mesuliyet veya marina sorumluluk veya liman sorumluluk sigortası yaptırmaları zorunludur.

(2) Bu Yönetmelik kapsamında belgelendirilen deniz turizmi araçları işletmelerinin, işletme belgelerinde belirtilen deniz turizmi araçlarının mürettebatına, ziyaretçilerine ve üçüncü kişilere verebileceği zararları kapsayan sigorta yaptırmaları zorunludur.

FAALİYET RAPORLARI

Madde 52 - (1) Bu Yönetmelik kapsamında faaliyette bulunan deniz turizmi işletmeleri, her yıl Ocak ayı içinde, bir önceki yıl Türkiye'ye getirdiği turist sayısı ve işletmelerinde konaklayan ve kışlayan deniz araçlarına ilişkin bilgiler ile turizm değerlendirmelerine ilişkin görüşlerini Bakanlığa bir rapor halinde bildirir.

TANITIM, BİLGİLENDİRME VE FİYAT TARİFELERİ

Madde 53 - (1) Deniz turizmi işletmelerinin tanıtımı Bakanlıktan alınan belgeye uygun olarak yapılır. Tanıtımında tüketici hakları açısından doğru bilgilere yer verilir, ülke turizmini zedeleyecek ya da yanıltıcı olabilecek tanıtımlarda bulunulamaz.

(2) Bakanlıktan belgeli deniz turizmi işletmeleri, Bakanlıkça istenen her tür bilgiyi ve belgeyi zamanında ibraz etmekle yükümlü olup belge kapsamındaki değişiklikleri Bakanlığa bildirmek zorundadır. Bu Yönetmelik uyarınca faaliyette bulunacak deniz

turizmi işletmeleri fiyat tarifelerini Kanununun 10 uncu maddesi uyarınca hazırlayıp onaylatarak uygulayabilir. Onaylı fiyat tarifeleri, müşteri profiline göre belirlenecek dillerde, gerektiğinde müşteriye verilmek üzere hazır bulundurulur.

PERSONEL NİTELİKLERİ

Madde 54 - (1) Bu Yönetmelik kapsamında faaliyette bulunan deniz turizmi işletmelerinde denizcilikle ilgili tüm hizmetler gemi adamı belgesine, diğer hizmetler ise uygun sertifikaya sahip kişilerce yürütülür. Görevli personelin hizmet standardını yükseltmek amacıyla eğitim için gerekli önlemler işverenler tarafından alınır ve uygulanır. Çalışanlar işlerine ve görev mahallerine uygun, özel ve temiz kıyafet giyer. Her işletmede ilk yardım konusunda sertifikalı personel çalıştırılır.

DENİZ TURİZMİ İŞLETMELERİNİN YETKİLERİ

Madde 55 - (1) Deniz turizmi tesisi ve araçları işletmeleri, tesislerine gelen ve tesislerinde bulunan turizm amaçlı deniz araçlarının hudut giriş ve çıkış işlemleri ile Türk karasuları ve limanları arasındaki seyirlerine ilişkin ilgili kamu kurumları nezdinde yapılması zorunlu işlemleri için aracılık yapabilir. Bu işletmelerden aracılık faaliyetleri için başka bir belge aranmaz. İşletme, bu işlemleri yürütecek personeli ilgili kamu kurumlarına bildirir.

DENİZ TURİZMİ İŞLETMELERİNİN BELGESİNİN İPTALİ

Madde 56 - (1) Kanununun 34 üncü maddesinde belirtilen nedenlerden en az birinin gerçekleştiğinin tespit edilmesi durumunda deniz turizmi işletme belgesi iptal edilir.

SINIFLANDIRMA

Madde 57 - (1) Deniz turizmi tesislerinin ve araçlarının fiziksel nitelikleri ile işletme ve hizmet kalitesinin sürekliliğinin değerlendirilmesi amacıyla turizm işletmesi belgeli tesislerde ve araçlarda talep üzerine veya Bakanlığın gerekli gördüğü hallerde sınıflandırma çalışması yapılır. Sınıflandırma çalışmaları için deniz turizmi tesisinin ve aracının tür ve sınıfının nitelikleri, kapasitesi, fiziki özellikleri, kullanılan malzemenin standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personel nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi kıstasların yer aldığı, puanlama sistemine dayalı, Bakanlıkça düzenlenen değerlendirme formları sınıflandırma komisyonunca değerlendirilir.

(2) Sınıflandırma komisyonu; bir Bakanlık kontrolörü başkanlığında bir Bakanlık temsilcisi ile turizm işletmesi belgeli tesis veya aracın bağlı olduğu odanın, derneğin

ya da kooperatifin bir temsilcisinden oluşur. Sınıflandırma çalışmaları sonucunda; deniz turizmi tesisi veya aracının üst sınıf için belirlenen puan barajını aşan üstün hizmet düzeyindeki işletmelere yeni sınıfın gerektirdiği asgari fiziksel niteliklere bakılmaksızın bir üst sınıfı, nitelikleri düşük olanlara ise asgari fiziksel niteliklerini taşıdıkları sınıfın bir alt sınıfı verilebilir.

MÜTEKABİLİYET VE YETKİ

Madde 58 - (1) Türkiye'de kışlayan ve yabancı limanlardan gelen yabancı bayraklı deniz turizmi araçları için, yabancı ülkelerde Türk bayraklı deniz turizmi araçlarına yapılan uygulamalar dikkate alınarak Bakanlıkça mütekabiliyet esasına uygun gerekli tedbirler alınır.

(2) Kanun ve bu Yönetmeliğe göre yükümlülüklerini yerine getirmeyen yerli ve yabancı deniz araçlarının seyirleri, Bakanlığın teklifi üzerine ilgili mevzuata göre Denizcilik Müsteşarlığınca durdurulabilir.

BAKANLIKÇA DÜZENLENECEK HUSUSLAR

Madde 59 - (1) Bakanlıkça;

- a) Başvuruların değerlendirilmesine,
 - b) Belgelendirmeye,
 - c) Sınıflandırmaya,
 - ç) Yabancı bayraklı yatları kiralayan veya yabancı yat işletmelerinin temsilciliğini yapan işletmelere,
 - d) Türk karasularında faaliyette bulunan yabancı bayraklı deniz araçlarının ve yabancı işletmelerin çalışmasına ve bu yatların sahipleri tarafından kullanılmasına,
 - e) Günübirlik teknelerin, su altı ve su üstü deniz araçlarının tür, kapasite ve çalışmalarına,
 - f) Turizm belgesi ve plakete,
- ilişkin usul ve esaslar ile bu Yönetmeliğin uygulanmasında ihtiyaç duyulan diğer hususlar belirlenir.

YÜRÜRLÜKTEN KALDIRILAN MEVZUAT

Madde 60 - (1) 8/6/1983 tarihli ve 83/6708 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe konulan Yat Turizmi Yönetmeliği ile 10/5/2005 tarihli ve 2005/8948 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe konulan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 50 nci maddesi yürürlükten kaldırılmıştır.

ONBİRİNCİ BÖLÜM :GEÇİCİ VE SON HÜKÜMLER

YAT LİMANLARI VE YAT İŞLETMELERİ

Geçici Madde 1 - (1) Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce belgelendirilen yat limanları ve yat işletmelerinin, fiziki nitelikleri ve işletme nitelikleri değiştirilmediği sürece, belgeleri geçerliliğini korur. Belgeli işletmeler, bu Yönetmelikte yer alan can ve mal güvenliği ile ilgili hükümler dışında fiziki niteliklerini değiştirmek zorunda değildir.

DENİZ TURİZMİ ARAÇLARININ BELGELENDİRİLMESİNDE SÜRE

Geçici Madde 2 - (1) Deniz turizmi araçları, bu Yönetmeliğin yayımından itibaren bir yıl içinde deniz turizmi araçları işletmeciliği belgesi almak zorundadır. Süresinde deniz turizmi araçları işletmeciliği belgesi almayan deniz turizmi araçlarının faaliyetlerine liman başkanlıklarınca izin verilmez. Bu süreyi bir defaya mahsus olmak üzere altı ay uzatmaya Bakanlık yetkilidir.

MEVCUT BAŞVURULAR

Geçici Madde 3 - (1) Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce yapılan başvurular, başvuru tarihinde yürürlükte olan Yönetmelik hükümlerine göre sonuçlandırılır.

YÜRÜRLÜK

Madde 61 - (1) Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

YÜRÜTME

Madde 62 - (1) Bu Yönetmelik hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

EK 2 Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması- Sonuç Raporu (Ek 3: Yat ve Gezinti Tekneleri Sınıflandırmaları)

Yat ve gezinti tekneleri istatistiklerinde çok çeşitli sınıflandırmalar mevcuttur. Tekne büyüklüğü inşa malzemesi, sevk sistemi sınıflandırmalara temel teşkil etmektedir. İnşa malzemesine göre sınıflandırma:

- a) Çelik tekneler,
- b) Alüminum tekneler,
- c) Ahşap tekneler,
- d) Kompozit malzemeli tekneler,
- e) Beton tekneler,
- f) Plastik tekneler,
- g) Diğer malzemeler

şeklinde yapılabilir. Yat ve gezinti teknelerinin özelliği her bir malzeme çeşidinin değişik amaçlı ve büyüklükteki teknelerde tercih edilmesidir.

Sevk sistemine göre ve yerleştirmeye göre sınıflandırmada en çok rastlanan yat ve gezinti tekneleri sınıflandırma kategorileri:

a) Yelkenli tekneler: Yelkenli tekneler yardımcı motorlarının olup/ olmamasına ve tekne boyuna göre sınıflara ayrılmaktadır. Sınıflandırmada genelde kullanılan büyüklükler:

- 1) 2.5-7.5 m. arası tekneler
- 2) 7.5-12 m. arası tekneler
- 3) 12-24 m. arası tekneler
- 4) 24 metreden büyük tekneler

b) Dıştan takmalı motorlara sahip gezinti tekneleri: Dıştan takma motorlu tekneler motoru ve pervanasi bir bütün olarak takılıp çıkarılabilen teknelerdir. Çeşitli sınıflandırmalar bulunmasına rağmen en çok kullanılan sınıflandırmalar tekne boyutuna göre yapılmaktadır:

- 1) 2.5-7.5 m arası tekneler

2) 7.5-12 m arası tekneler

3) 12-24 m arası tekneler

4) 24 metreden büyük tekneler

c) İçten takma motorlara sahip tekneler: Motorları ve disli sistemleri tekne içine monte edilmiş, pervanelerine ait şaft sistemi ile güç aktaran teknelerdir. Rastlanılan sınıflandırma:

1) 2.5-7.5 m arası tekneler

2) 7.5-12 m arası tekneler

3) 12-24 m arası tekneler

4) 24 metreden büyük tekneler

d) Kıştan takma motorlara sahip tekneler: Genelde içten takmalı motorlarla beraber değerlendirilen, motoru içten takma olup dişli sistemi pervane ile beraber hareket edebilen sevk sistemine sahip teknelerdir.

e) Kanolar ve kürekle sevkli tekneler: Kendi sevk sistemleri olmayan, kürekle sevk edilen teknelerdir.

f) Şişirilebilir tekneler: Hava ile şişirildiğinde yüzebilirlik sağlayan genelde kauçuk esaslı tekne tipi olup, şişirilebilen tekneler 6 gruba ayrılabilir:

1) Spor: Günlük deniz kenarında kullanılan can kurtarma veya profesyonel kullanıma açık olmayan şişirilebilir tekneler

2) Yumuşak dipli: Yat erişim botu veya balıkçılık amacıyla kullanılan esnek dip yapısına sahip şişirilebilir tekneler

3) Takılabilen rijit dipli: yumuşak dipli şişirilebilir teknelerle benzer amaçlı ancak dip yapısının rijitliğini sağlamak için ahşap veya alüminyum takılan dip yapıları tekneler

4) Set dipli: V kesitli dibe sahip olan genelde kompozit dip yapısı olan yan bordaları şişirilebilen tekne

5) Spor Tünel: Katamaran veya tünel bot şeklinde tasarlanmış, su sporları için kullanılan şişirilebilir tekne

6) Can Salı: Can kurtarma amaçlı gemi kullanımındaki sallar

g) Jet skiler: Genelde kişisel amaçlı su jeti ile tahrikli su araçları

h) Süper yatlar: 24-42 metre arası boya sahip yatlar

i) Mega yatlar: 42 metreden uzun boya sahip tekneler mega yat olarak sınıflandırılır. Süper ve Mega yat arasında net bir ayrım olmamakta ve her iki tip aynı adla anılabilmektedir.

EK 3 Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması- Sonuç Raporu (Ek 11: Yat Turizminde İstihdam Değerlendirmesi)

Yat turizminin sağladığı istihdam olanaklarının hesaplamak için, bir yatın üretiminden başlayarak denizde veya karada geçirdiği süreler boyunca aldığı hizmetlerin ayrıntılı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Tüm deniz araçlarının üretim ve denize indirildikten sonraki sürelerde düzenli kullanılması için çeşitli zamanlarda hizmet alımına ihtiyaçları olduğundan istihdam yaratmaktadırlar. Özellikle turizm amaçlı kullanılan deniz araçlarının (yatların), istihdam gerektiren süreleri aşağıdaki biçimde sınıflandırılabilir. Bunlar;

i) Yat üretim süreleri: yatların üretilmeleri için geçen zamandır.

ii) Marinada bekleme süresi:

(a) Marina hizmetleri: Marinaların hizmetlerini gerçekleştirmek üzere yararlandığı personel istihdamı,

(b) Mürettebat hizmetleri: yatların denizde yanaşma yerinde beklerken geçirdikleri zamandır.

iii) Seyir süreleri; yatların seyir sırasında (liman dışında denizde iken) geçirdikleri zamandır.

iv) Bakım süreleri; yatların bakım için çekek yerinde geçirdikleri zamandır. Yatların ahşap veya fiber olması, büyüklüklerinin değişiklik göstermesi nedeni ile yukarıda verilen dört ayrı zamandaki hizmet gereksinimleri ve istihdam yaratma durumları da farklıdır. Bunu ayrıntılandırmak için öncelikle yatları kategorilere ayırmak gereklidir. Bu çalışmada üç ayrı yat kategorisi düşünülerek yaratılabilecek istihdam hesaplanmaya çalışılmıştır. Bu kategoriler:

1. Kategori A: 15 metre uzunluktan daha küçük olan fiber veya ahşap yatlar
2. Kategori B: 15 ile 25 metre arası uzunlukta olan fiber veya ahşap yatlar
3. Kategori C: 25 metre uzunluktan daha büyük olan fiber veya ahşap yatlar

Ülkemizdeki yatların yukarıda belirtilen kategorilere göre, marinalardaki yat çeşitleri dağılımı dikkate alınarak sınıflandırması yapıldığında aşağıdaki yüzdelerde dağılım öngörülebilir. Buna göre, Kategori A tipi yatlar toplam yat sayısının %66'sını, Kategori B tipi yatlar %24'ünü, Kategori C tipi yatlar ise %10'unu oluşturmaktadır. Fiber ve ahşap yatların özellikle üretim ve karada bakım sürelerinde farklı hizmet gereksinimleri ve istihdam yaratma durumları vardır.

Yukarıda gösterilen dört ayrı sürede, üç ayrı yat kategorisi için gerekli olan ortalama istihdam değerleri aşağıda anlatılmaktadır.

1. İmalat zamanında gerekli istihdam:

Her bir yatın üretimi için önemli düzeyde istihdama gerek duyulmaktadır. Yatların üretim maliyeti ve yarattıkları istihdam, yatların boyları arttıkça üssel olarak artmaktadır. Boyu uzun yatlarda ayrıca mimari ve iç tasarımların gerekliliği de ortaya çıkmakta ve gerek duyulan istihdam daha da artmaktadır.

Bu çalışmada yatların üretim zamanlarında yarattıkları istihdam hesaplamalara alınmamıştır.

2. Marinaların hizmet gerçekleştirmek için yarattığı istihdam

Yatlar, marinalarda veya yanaşma yerlerinde beklerken, bağlı oldukları marina işletmesi tarafından marinada görevliler çalıştırılması yolu ile ve ayrıca yatın kendi ihtiyaçları için kaptan ve personel bulundurması gerektiğinden ek istihdam yaratırlar. Bu istihdam, yatların özellikleri, marina yönetimlerinin uygulamaları ve ve yanaşma yerlerinin özelliklerine göre değişkenlik göstermektedir. Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması sırasında ülkemizde bulunan marinaların 24 adedi ile görüşme yolu ile yapılan anketlerde elde edilen veriler kullanılarak, marinadaki yat sayısı ve çalışan görevli sayısı arasındaki oran araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ülkemizdeki marinalarda bağlı yat sayısı ile marina personeli olarak çalışan görevli sayısı arasındaki oran incelenmiştir. Buna göre her 5 ila 27 yat için bir marina personeli istihdam edilmektedir. Bu değerler dikkate alınarak, ülkemizde bir marinada her 10 yat için ortalama bir marina görevlisi istihdam edilebileceği varsayılabilir. Bu değer 3 ayrı kategori için de geçerli sayılabilir.

3. Yatların marinalarda bekleme zamanında gerekli olan istihdam

Her bir yat kategorisi için marinada beklerken yat içinde görev yapmak üzere maaşlı çalışan kaptan ve tayfa sayısı yatın büyüklüğü ile bağlantılıdır.

Örneğin, Kategori A içinde yer alan yatlar için, yatın marinada beklediği dönemde yat içinde görevli bulundurulmaz. Kategori B içinde yer alan yatlar için en az bir

kaptan ve genellikle bir tayfa bulundurulmalıdır. Kategori C içinde yer alan yatlar için, ise bir kaptan ve en az bir tayfa bulundurulması gereklidir.

Bu değerlendirmelere göre özet olarak, Kategori A tipi yatlar kaptan bulundurmaz. Kategori B ve C tipi yatlar için ise yat başına sırasıyla ortalama 1.5 ve 2.5 adet eleman istihdam edilebilir.

4. Yatların seyir sırasında gerekli olan istihdam

Kategori A tipi yatların bir kısmında ve Kategori B ve C tipi yatların tümünde kaptan ve yat personeli bulundurulması gerekmektedir. Yatların seyir süreleri değişiklik göstermesine karşın Kategori A için yılda 12 hafta, Kategori B için yılda 10 hafta ve Kategori C için ise yılda 8 hafta seyir süresi kabul edilebilir. Seyir halindeki yatların, seyir için gerekli kaptan ve yat personeli sayısı için aşağıdaki değerler öngörülebilir. Kategori A tipi yatların seyri için seyir süresince yat başına ortalama 0.5 istihdam, Kategori B tipi yatlarda 3 ve Kategori C tipi yatlarda ise yat başına ortalama 4 istihdam öngörülebilir.

5. Yatların bakımı sırasında gerekli olan istihdam

Bir yatın normal bakımının ortalama iki hafta süreceği varsayılabilir. Kategori A tipi yatların normal bakımı için ortalama 1.5 hafta ve 3 bakım elemanı, Kategori B tipi yatların normal bakımı için ortalama 2.5 hafta ve 5 bakım elemanı gerektiği varsayılabilir. Bu iki kategori yatların ahşap veya fiber olmasının hizmet süreleri ve ihtiyaç duyulan bakım elemanı sayısını değiştireceği de dikkate alınarak ortalama değerler varsayılmıştır. Kategori C tipi yatların ise normal bakım için ortalama 4 hafta ve 8 bakım elemanına ihtiyaç duyacağı kabul edilebilir.

Yukarıda sunulan değerlendirmeler ve öngörüler kullanılarak yapılan hesaplar Tablo Ek 11.1'de sunulmuştur. Buna göre ülkemizde yat sayısında yaklaşık 35,000 adet artış olması ve bunların da Kategori A, B ve C arasındaki dağılımı sırası ile %66, %24 ve %10 olarak düşünüldüğünde istihdam artışının yaklaşık 37,000 kişi olabileceği öngörülebilir. Ülke içindeki yat üretimi sayısının, denize indirilecek yeni yatların toplam sayısındaki payı tam olarak tahmin edilemeyeceğinden, Tablo EK

11.1'de verilen toplam istihdam hesapları içinde yat üretiminde gerekli olan istihdam hariç tutulmuştur.

Tablo EK 11.1. Yat Turizmi İstihdam Hesapları

Kategori	Yüzde	Artan Yat Sayısı	Marina hizmetleri istihdam/yat	Marina hizmetleri istihdam/ toplam yat	Marinalarda bekleme (hafta/yat/yıl)	İstihdam/yıl
A	66	23,100	0.1	2,310	52	2,310
B	24	8,400	0.1	840	52	840
C	10	3,500	0.1	350	52	350
					Toplam	3,500
Kategori	Yüzde	Artan Yat Sayısı	Marinalarda bekleme istihdam/yat	Marinalarda bekleme istihdam/ toplam yat	Marinalarda bekleme (hafta/yat/yıl)	İstihdam/yıl
A	66	23,100	0	0	40	0
B	24	8,400	1.5	12600	42	10177
C	10	3,500	2.5	8750	44	7404
					Toplam	17581
Kategori	Yüzde	Artan Yat Sayısı	Seyir halinde istihdam/yat	Seyir halinde istihdam/ toplam yat	Seyir halinde (hafta/yat/yıl)	İstihdam/yıl
A	66	23,100	0.5	11,550	12	2,665
B	24	8,400	3	25,200	10	4,846
C	10	3,500	4	14,000	8	2,154
					Toplam	9,665
Kategori	Yüzde	Artan Yat Sayısı	Bakım yerlerinde istihdam/yat	Bakım yerlerinde istihdam/toplam yat	Bakım yerlerinde (hafta/yat/yıl)	İstihdam/yıl
A	66	23,100	3	69,300	1.5	1,999
B	24	8,400	5	42,000	2.5	2,019
C	10	3,500	8	28,000	4	2,154
					Toplam	6,172
					Genel Toplam*	36,918

* Marina yapımı ve yat imalatı için gereken istihdam hariç

EK 4 Araştırmaya Dahil Olan Marinaların Fotoğrafları

Milta Bodrum Marina



Kaynak : http://www.bodrumlu.com/images/marina/bodrum_marina.jpg(06.09.2010)

D- Marin Turgutreis Marina



Kaynak : http://www.dogusmarina.com.tr/i/content/246_2_5.JPG(06.09.2010)

Marmaris Yacht Marina



Kaynak : <http://www.yachtmarin.com/marina/>(13.09.2010)

Port Bodrum Yalıkavak



Kaynak: <http://www.portbodrum.com/index2.asp>(13.09.2010)

Martı Marina



Kaynak: http://www.marti.com.tr/resimler/resim_2_6_1_41_marina%20slayt.jpg(13.09.2010)

Ece Marina



Kaynak: <http://www.ecesaray.net/ECE-MARINA/galeri.html> (17.09.2010)

elebi Marina



Kaynak: <http://www.celebimarina.com/images/sirketgorsel/b/7.jpg>(17.09.2010)

Kemer Türkiz Marina



Kaynak: http://www.kemerturkizmarina.com/tr/index_marina.html(19.11.2010)

Ataköy Marina



Kaynak: <http://www.atakoymarina.com.tr>(19.11.2010)

D- Marin Göcek Marina



Kaynak: <http://www.portgocek.com/tr/index.html>(15.12.2010)