

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**LİMAN KİMLİĞİNİN KRUVAZİYER TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE
LİMANLARA KİMLİK KAZANDIRILMASI**



DOKTORA TEZİ

Şeyma BAYAZIT

Deniz Ulaştırma Mühendisliği Anabilim Dalı

Deniz Ulaştırma Mühendisliği Programı

KASIM 2018

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**LİMAN KİMLİĞİNİN KRUVAZİYER TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE
LİMANLARA KİMLİK KAZANDIRILMASI**

DOKTORA TEZİ

**Şeyma BAYAZIT
(512152009)**

Deniz Ulaştırma Mühendisliği Anabilim Dalı

Deniz Ulaştırma Mühendisliği Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Levent KIRVAL

KASIM 2018

İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 512152009 numaralı Doktora Öğrencisi Şeyma BAYAZIT, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı "LİMAN KİMLİĞİNİN KRUVAZİYER TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE LİMANLARA KİMLİK KAZANDIRILMASI" başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Doç. Dr. Levent KIRVAL**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Doç. Dr. Özcan ARSLAN**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Tanzer SATIR
İstanbul Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Tuncay KULELİ
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Prof. Dr. Selçuk NAS
Dokuz Eylül Üniversitesi

Teslim Tarihi : **12.10.2018**
Savunma Tarihi : **30.11.2018**





En az bir koordinat bilgisi ve bir niteliği olanlara,



ÖNSÖZ

Doktora tez çalışmam boyunca desteğini ve yardımını esirgemeyen danışman Hocam Sayın Doç. Dr. Levent Kırval'a teşekkür ederim. Saha çalışmalarım boyunca, sahaya ilişkin bilgi toplama sürecinde yardımlarını esirgemeyen İMEAK Deniz Ticaret Odası Bodrum Şubesi yöneticilerine, Bodrum Kent Konseyine, Bodrum Denizciler Derneği'ne, Bodrum Deniz Müzesi Müdürlüğü'ne ve ismini saymadığım çalışmaya katkıda bulunan diğer kişi, kurum ve kuruluşlara teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, tez izleme komitemdeki Hocalarımdan Sayın Doç. Dr. Özcan Arslan'a değerli katkıları, ve özellikle Sayın Prof. Dr. Tuncay Kuleli'ye gerek tezimin yöntem geliştirme aşamasında gerekse saha araştırmalarım süresince yardım ve desteklerini esirgemedikleri için sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, sevgili aileme bu zorlu ve uzun süreçte manevi desteklerinden dolayı, iş arkadaşlarıma tez yazımı sürecinde anlayışlı davranışlarından ve çay ikramlarından dolayı teşekkür ederim.

Ekim, 2018

Şeyma BAYAZIT
Deniz Ulaştırma İşletme Y. Mühendisi



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xi
SEMBOLLER	xiii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xv
ŞEKİL LİSTESİ.....	xvii
ÖZET.....	xxi
SUMMARY	xxv
1. GİRİŞ.....	1
2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI	7
3. MATERYAL VE METOT	31
3.1 Yöntemler.....	31
3.2 Materyal	55
3.3 Veri Modeli	57
4. BULGULAR	59
4.1 Limanlara Kimlik Kazandırılması İçin Yöntem Önerisi.....	59
4.2 Çalışmanın Uygulama Alanı: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri	77
4.3 Uygulama Sonuçları	87
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	137
KAYNAKLAR	147
EKLER.....	161
ÖZGEÇMİŞ.....	199



KISALTMALAR

AHP	: Analitik Hiyerarşi Süreci
APTEC	: Asia-Pacific Tourism Exchange Cente
ARGE	: Araştırma Geliştirme
AVM	: Alışveriş merkezi
CBS	: Coğrafi Bilgi Sistemleri
CGP	: Cruise Gateway Project
CLIA	: Cruise Lines International Association
CLIA-EU	: Cruise Lines International Association Europe
CI	: Consistency Index
CR	: Consistency Ratio
DLH	: Demiryollar, Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü
DTGM	: Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü
DTO	: Deniz Ticaret Odası
ESRI	: Environmental Systems and Research Institute
FCCA	: the Florida-Caribbean Cruise Association
GB	: Giga Byte
GEKA	: Güney Ege Kalkınma Ajansı
GSYH	: Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
GT	: Gros Ton
HD	: High Definition
IREA	: Institute for Research on Applied Regional and Public Economics
km	: Kilometre
km²	: Kilometre kare
LKO	: Liman Kimlik Organizasyonu
LKYS	: Liman Kimliği Yönetim Sistemi
m.	: Metre
Medcruise	: Mediterranean Cruise Port Association
MCE	: Multi Criteria Evaluation
MCDA	: Multi Criteria Decision Analysis

MÇY	: Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
n/a	: Not Applicable
OECD	: The Organisation for Economic Co-operation and Development
Pax	: Number of passengers
RI	: Random Consistency Index
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
UDHB	: Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (9 Temmuz 2018 Tarihli ve 30473 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan KHK/703'e göre ismi T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı olarak değiştirilmiştir)
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	: United Nations World Tourism Organization
UTM	: Universal Transverse Mercator
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
v.d.	: Ve Diğerleri
VLCV	: Very Large Cruise Vessel
WGS	: World Geodetic System
WLC	: Weighted Linear Combination

SEMBOLLER

A_{ij}	: Kriterlerin ikili karşılaştırma matrisi ($N \times N$)
C	: Çalışma alanına ait maskelenmiş alanların haritası (1-Çalışma alanı, 0-çalışma alanı dışındaki alanların piksel değerleri)
CI	: Tutarlılık endeksi
CR	: Tutarlılık oranı
C_{ij}	: Birleştirilmiş karar matrisi
$H_{\alpha,\beta,\gamma}$: Shannon entropileri, α, γ, β (alfa, beta, gama)
K	: Katılımcı sayısı
\min_i	: i kriterinin minimumu
\max_i	: i kriterinin maksimumu
N	: Kriter sayısı
p_i	: Kriter öncelikleri
r_i	: i satırı sonuç değeri
RI	: Rastlantısal tutarlılık endeksi veya standart düzeltme değeri
S	: Kimlik yüzdesi
S^*	: Shannon alfa (konsensus indikatörü)
$s(x)$: Standardize edilmiş değer
x_i	: i kriterinin orjinal değeri
X	: Standardize edilmiş kriter haritası (pikseller-hücreler)
W	: Herbir kritere ait ağırlık faktörü
W_k	: k katılımcısı tarafından belirlenen ağırlık değeri
Σ	: Toplam



ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 2.1 : Kruvaziyer gemi boyutuna göre gemi sınıfları.....	10
Çizelge 2.2 : Yatak-gün (ALBD ¹) bazında kruvaziyer bölgelerinin pazar payları.....	13
Çizelge 2.3 : 1970 sonrası, yaş ve karakterlerine göre kruvaziyer yolcu profili.....	15
Çizelge 2.4 : Küresel liman destinasyonu ülkelerinin 2018 yılı pazar payları.....	17
Çizelge 2.5 : Türkiye'ye planlanan seferlerin limanlara dağılımı, 2018	18
Çizelge 2.6 : 2017 yılı ve öncesindeki gemi ziyaretlerinin Türk limanlarına dağılımı.....	18
Çizelge 3.1 : Saaty'nin (1980) ikili karşılaştırma ölçeği	50
Çizelge 4.1 : 2007-2017 arasındaki Bodrum nüfus istatistikleri	79
Çizelge 4.2 : 2017 yılı çalışma alanının mahalle bazında nüfus istatistikleri.....	79
Çizelge 4.3 : Bodrum Yarımadası yerleşik nüfusu demografik yapısı.....	81
Çizelge 4.4 : Bodrum Kruvaziyer Limanı teknik özellikleri.	86
Çizelge 4.5 : Bodrum Kruvaziyer Limanı gemi-yolcu istatistikleri (2003-2018).....	87
Çizelge 4.6 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri LKO için tespit edilen paydaşlar.....	96
Çizelge 4.7 : AHP anketi katılımcılarının dağılımı.....	97
Çizelge 4.8 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik kriterlerinin ağırlıkları temelinde öncelik sıralaması.....	98
Çizelge 4.9 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için kriterlerin ikili karşılaştırma matrisi (10x10).....	98
Çizelge 4.10: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimliğine ait konumsal kriterlerinin veri yapısı ve veri kaynakları.	99
Çizelge 4.11: CBS temelli MCE uygulamasında kullanılan kriter ağırlıkları.....	120
Çizelge Ç.1: Liman gönüllüsü uygulaması ¹	170
Çizelge E.1: Yolcu geribildirimleri, 2016 yılı.....	173
Çizelge G.1: Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktılar.....	176
Çizelge G.2: Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktıların özeti.....	180
Çizelge İ.1 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'na gelen kruvaziyer gemi bilgileri ¹	194
Çizelge J.1: Tezde kullanılan kruvaziyer terimleri sözlüğü	195



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1: Yolcu sayısı bazında kruvaziyer endüstrisinin büyüme eğilimi.....	9
Şekil 2.2: 2035 yılı küresel kruvaziyer yolcusu talep tahmini.....	9
Şekil 2.3: GT bazında, kruvaziyer gemi boyutlarının yıllara göre değişimi.....	11
Şekil 2.4: Kaynak pazarın kruvaziyer bölgelerine dağılımı	14
Şekil 3.1: CBS'nin temel çalışma esasları	37
Şekil 3.2: CBS'de veri türleri	38
Şekil 3.3: Vektör veri tipleri ve örnekleri.	39
Şekil 3.4: Raster veri yapısındaki konumsal verilerin sayısal olarak gösterimi.....	40
Şekil 3.5: CBS'nde veri kaynakları.....	41
Şekil 3.6: CBS uygulama adımları diagramı.....	42
Şekil 3.7: CBS'nde format dönüşümü.....	43
Şekil 3.8: CBS'nde koordinat dönüşümü.....	44
Şekil 3.9: CBS'nde vektör veri formatının raster veri formatına dönüşümü.....	44
Şekil 3.10: CBS'nde uzaklık analizi.....	45
Şekil 3.11: Doğrusal üyelik fonksiyonu.....	46
Şekil 3.12: CBS'nde standardizasyon.....	47
Şekil 3.13: CBS'nde MCE analizi.....	49
Şekil 3.14: CBS'nde AHP ile ağırlıklandırma.....	54
Şekil 3.15: Veri modeli	57
Şekil 4.1: Limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin aşamaları	59
Şekil 4.2: Liman kimliği kavramsal çatısı.....	61
Şekil 4.3: Çalışmanın uygulama alanının sınırları.....	78
Şekil 4.4: Bodrum Yarımadası yerleşik nüfusu eğitim düzeyi.....	81
Şekil 4.5: Bodrum Yarımadası yerleşik nüfusu yaş dağılımı.....	82
Şekil 4.6: DLH'nın belirlediği teknik özelliklere göre Bodrum Yolcu İskelesi.....	85
Şekil 4.7: LKO'nun teşkilat şeması	96
Şekil 4.8: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki tarihi-kültürel yerler haritası....	100
Şekil 4.9: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde endemik yerler haritası	101
Şekil 4.10: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki turistik danışma yerleri haritası.....	101
Şekil 4.11: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki alışveriş merkezleri haritası.....	102
Şekil 4.12: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'deki şehir merkezi haritası	103
Şekil 4.13: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki çarşı-pazar haritası	103
Şekil 4.14: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki yol-ulaşım haritası	104
Şekil 4.15: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki doğal yerler haritası.....	104
Şekil 4.16: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki sahil-plaj haritası	105
Şekil 4.17: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki liman kimlik kriterleri haritası....	105
Şekil 4.18: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tarihi ve kültürel yerlere ait raster harita.....	106
Şekil 4.19: Tarihi ve kültürel yerlere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	107
Şekil 4.20: Tarihi ve kültürel yerlere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.....	107

Şekil 4.21: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için doğal yerlere ait raster harita.....	108
Şekil 4.22: Doğal yerlere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	108
Şekil 4.23: Doğal yerlere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası....	109
Şekil 4.24: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için endemik yerlere ait raster harita...	109
Şekil 4.25: Endemik yerlere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	110
Şekil 4.26: Endemik yerlere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.....	110
Şekil 4.27: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için sahil-plajlara ait raster harita.....	111
Şekil 4.28: Sahil-plajlara ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	111
Şekil 4.29: Sahil plajlara ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası..	112
Şekil 4.30: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için şehir merkezine ait raster harita...	112
Şekil 4.31: Şehir merkezine ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	113
Şekil 4.32: Şehir merkezine ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.....	113
Şekil 4.33: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için turistik bilgi danışma yerlerine ait raster harita.....	114
Şekil 4.34: Turistik Bilgi Danışma Yerlerine ait mesafe-uzaklık dağılım haritası....	114
Şekil 4.35: Turistik Bilgi Danışma Yerlerine ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.....	115
Şekil 4.36: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için çarşı pazara ait raster harita.....	115
Şekil 4.37: Çarşı-pazara ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	116
Şekil 4.38: Çarşı-Pazara ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası...	116
Şekil 4.39: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için AVM'lere ait raster harita	117
Şekil 4.40: AVM'lere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	117
Şekil 4.41: AVM'lere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.....	118
Şekil 4.42: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için yol-ulaşıma ait raster harita.....	118
Şekil 4.43: Yol-ulaşım kriterine ait mesafe-uzaklık dağılım haritası	119
Şekil 4.44: Yol-ulaşım kriterine ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.....	119
Şekil 4.45: MCE Uygulaması	120
Şekil 4.46: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (%100).....	121
Şekil 4.47: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %93)	121
Şekil 4.48: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %40)	122
Şekil 4.49: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %50)	123
Şekil 4.50: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %60).....	123
Şekil 4.51: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %70)	124
Şekil 4.52: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %80)	124
Şekil 4.53: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %90).....	125
Şekil A.1: Paydaş anketi-1.....	162
Şekil B.1 : Paydaş anketi-2	165
Şekil C.1: Yerel halk anketi.....	169
Şekil D.1: Liman gönüllüsü uygulaması ¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt).....	172

Şekil F.1: Bodrum Yolcu İskelesi (Bodrum Kruvaziyer Limanı) alternatif iskele inşa noktaları ¹	175
Şekil H.1: Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın hemen arkasındaki hediyelik eşya dükkanının genel durumu ¹	181
Şekil H.2: Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın hemen arkasındaki kafeteryanın genel durumu ¹	182
Şekil H.3: Bodrum Kruvaziyer Limanı, gemi yanaşma iskelesi ¹	183
Şekil H.4: Bodrum Kruvaziyer Limanı'na giden tek araç yolu, İskele Caddesi ¹	184
Şekil H.5: Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın bitişiğinde bulunan sahil ¹	185
Şekil H.6: Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın kara tarafından bir görünüş ¹	186
Şekil H.7: Bodrum Kruvaziyer Limanı yolcu çıkışı ¹	187
Şekil H.8: Bodrum Kruvaziyer Liman yolcu çıkışı ²	188
Şekil H.9: Bodrum Kruvaziyer Liman yolcu çıkışı Kumbahçe mevki ¹	189
Şekil H.10: Kumbahçe Mevkii'nden Şehir Merkezi'ne yönelen yolcular ¹	190
Şekil H.11: Yolcuların Şehir Merkezi'ne ulaşım aracı, Segway ¹	191
Şekil H.12: Yolcuların Şehir Merkezi'ne ulaşım aracı, Bisiklet ¹	192
Şekil I.1: Dünya'nın yedi harikası.....	193



LİMAN KİMLİĞİNİN KRUVAZİYER TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE LİMANLARA KİMLİK KAZANDIRILMASI

ÖZET

Deniz ve kıyı turizmi endüstrisinin bir alt dalı olan kruvaziyer (gemi seyahati) turizmi deniz ulaşımının özel bir biçimidir. Deniz yolculuğu ve liman ziyaretlerinin bileşiminden meydana gelen kruvaziyer ürünü benzersizlik ve standardizasyon, yerellik ve küresellik arasındaki zorlu bir ilişkinin nihai ürünüdür. Esasen birer yolcu gemisi olan kruvaziyer gemileri, yolcuların deniz seferi boyunca güvertede misafir olarak ağırlanmasına yönelik gerekli tüm ihtiyacını karşılamak, dahası yolculara boş zamanlarını değerlendirmeleri için çeşitli etkinlikleri sunmak üzere donatılmış, önceden planlanmış rotada seyreden ve kara turları için limanlarda duraklayan gemilerdir. Özellikle seyir emniyeti, can ve mal güvenliği gibi temel denizcilik konularında uluslararası denizcilik kurallarına uymak zorunda olan son teknoloji ürünü, esasen birer yolcu gemisi modern kruvaziyer gemileri, yolcu kapasitesi ve gemideki olanakları ile kendi de içinde birer destinasyon (varış yeri) olarak dünya sularında seyretmektedir.

1920’lerde en parlak çağını yaşayan transatlantik seyahatlerinin yolcu profili, Avrupa ile Amerika arası göç hayali kuran ekonomi sınıfı yolcular ile prestij veya turistik amaçlı seyahat gerçekleştiren lüks segment yolcular olmak üzere temelde ikiye ayrılmaktaydı. O günden günümüze kruvaziyer gemileri başta mühendislik ve tasarım olmak üzere birçok konuda evrimleşmiş; kişilerin gelir, yaş, güzergah tercihi gibi bir çok konuda farklılaşmasıyla oluşan yolcu segmentleri yeni yaklaşımları beraberinde getirmiştir. Bu itibarla, modern kruvaziyer endüstrisini, yolcu tercihlerini etkileyen iki temel unsur meydana getirmektedir: gemi ve liman destinasyonları. Bu iki unsur bir yandan birbirinin tamamlayıcısı iken, diğer yandan birbiri ile rekabet etmektedir.

Kruvaziyer turizmi faaliyetleri yerel ve bölgesel ekonomide çarpan etkisi yaratmaktadır. Öyle ki, Barselona Limanı tek başına Katalonya GSYH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla)’sına günde 2,2 milyon € katkı sağlamaktadır. Limanın ve hinterlandının gelen gemi ve yolculardan sağladığı doğrudan ve dolaylı katkılar dikkate alındığında, kruvaziyer turizminin bölge ekonomisi için önemi ortaya çıkmaktadır. Elde edilen gelirlerin büyük bir bölümünü gemi şirketleri alıyor olsa da; kruvaziyer endüstrisinin liman yerlerine ve istihdama sağladığı katkı bakımından bölgesel kalkınma için kritik bir önemi bulunmaktadır. Limanların, kruvaziyer endüstrisinin önemli bir parçası olmasına rağmen, küresel operatörlerin, yolcuların boş vakitlerinin büyük bir kısmını limandayken dahi gemide tüketmelerine yönelik başarılı stratejileri, gemi operatörlerinin limanlara olan bağımlılığını azaltan bir etki yaratmıştır.

Her ne kadar, yapılan çalışmalar, limanları içine alan güzergahların yolcuları kruvaziyer gemileri ile seyahat etmeye iten nedenlerin başında geldiğini işaret etse de, bugün gemiler birer destinasyon olma yolunda ilerlemektedir. Kruvaziyer turizminin doğasına aykırı olan bu durum en çok turistik değerleri ve stratejik lokasyonu

sayesinde kruvaziyer endüstrisinden pay alan liman yerlerini tehdit etmektedir. Dolayısıyla, kruvaziyer turizminden daha fazla pay almak isteyen liman yerlerinin yerel ve bölgesel ölçekte yeni yöntemlere ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Dolayısıyla, limanlara kimlik kazandırılması süreci gerek kruvaziyer ürününün doğasına gerekse gemi seyahati için yolcuları motive eden birinci faktör olan liman yerlerinin kruvaziyer turizminden hak ettiği ölçüde pay almasına katkıda bulunabilecek yenilikçi ve stratejik bir araç olarak görülmektedir.

Gerçekleştirilen tez çalışmasının amacı, özellikle Türkiye gibi, kruvaziyer turizminden yalnızca kruvaziyer limanları ölçeğinde pay alabilen destinasyon ülkelerinin kruvaziyer turizminden daha fazla pay almasına katkı sağlamak için, liman kimliğinin kruvaziyer turizmi üzerindeki, tercih edilebilme ve sosyo-ekonomik açıdan etkilerinin belirlenmesi ile limanlara kimlik kazandırılması için uygulanabilir bir yöntem geliştirilmesidir. Bu kapsamda, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri, limanlara kimlik kazandırılmasına ilişkin tüm limanlarda uygulanabilir uygun bir yöntem geliştirilmesi ve yöntemin sahada uygulanması için çalışma alanı olarak belirlenmiştir.

OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ve GEKA (Güney Ege Kalkınma Ajansı)'nın güncel raporları ve önceki akademik çalışmalar ile önemi birçok defa vurgulanan liman kimliği kavramı, bu tez çalışmasında ilk defa objektif ve ölçülebilir kriterler ile tanımlanmış ve CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) yöntemleri aracılığıyla görselleştirilmiştir. Bu çalışmada tanımlanan liman kimliği yeryüzüne ait konumsal niceliksel kriterler ve konumsal olmayan niteliksel kriterlerden meydana gelmektedir. Niteliksel kriterler ile niceliksel kriterler CBS aracılığıyla bilgisayar ortamında birbiri ile entegre edilebilen bilgilerdir. Böylece, mekana dayalı karar verme sürecinde uygulayıcılara yardımcı olması amacıyla CBS destekli MCE (Çok Kriterli Değerlendirme) metodu kullanılarak liman kimlik dağılım haritası oluşturulmuştur. Çalışmanın nihai amacına ulaşmak için kullanılan yöntemler: Anket ve Görüşme Yöntemi, Gözlem Yöntemi, İkincil Veri Araştırma Yöntemi, Paydaş Analizi, CBS yöntemleri, AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) ve İstatistiksel yöntemlerdir. Tezde kullanılan yazılımlar ise, konumsal (grafik) ve konumsal olmayan (öz nitelik) verilerin analizi için CBS yazılımları olan Idrisi TerrSet, Global Mapper; liman kimliğini meydana getiren kriterlerin AHP yöntemi kapsamında ikili karşılaştırma tekniğiyle önceliklendirilmesi ve ağırlıklandırılması hesapları için Microsoft Excel; ayrıca anketlerin istatistiksel analizleri için SPSS paket programından yararlanılmıştır.

Gerçekleştirilen tez çalışmasında elde edilen bulgular; limanlara kimlik kazandırılması kapsamında geliştirilen yöntem ve bu yöntemin ilk defa karar alıcılar ile uygulayıcılara örnek teşkil etmesi amacıyla pilot bir alanda uygulanmasına yönelik sonuçlar olmak üzere iki bölümde ele alınabilir. Limanlara kimlik kazandırılmasına yönelik geliştirilen yöntem dokuz aşamalı bir yöntem olup; liman yerinde başta liman kimliği olmak üzere kruvaziyer turizmi konularından sorumlu bir organizasyonun kurulması, liman kimliğinin kriterlerine göre seçilen çalışma alanı için tanımlanması, liman kimliği kapsamında CBS destekli bir karar destek sistemi oluşturulması ve liman kimliğinin korunması, geliştirilmesi, sürekli olarak iyileştirilmesi esaslarına dayanmaktadır. LKO (Liman Kimlik Organizasyonu), limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemi uygulayacak olan kurumsal yapı olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda, liman yerinin kruvaziyer turizminden daha fazla pay alınması yönünde önerilen yöntemin uygulayıcısı olan organizasyonun yapısı, MÇY (Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı) yönteminin bir aşaması olan paydaş analizine göre belirlenmiştir. LKO'da yer alacak paydaşlar tespit edilirken, liman bölgesinde kruvaziyer turizminin risk ve fırsatlarını paylaşan tarafların özellikle bu organizasyonda yer alması gerektiği

anlaşılmasıdır. LKO'nun oluşturulması kapsamında paydaş analizi ile belirlenen taraflar, önerilen yöntemin ilk aşamasında liman kimliğini niceliksel ve niteliksel kriterlere göre tanımlamaktadır. Bu bağlamda, seçilen çalışma yerinde yapılan uygulama sonucunda organizasyonda yer alan kurum ve kuruluşları temsilen 20 katılımcı ile gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda, paydaşların liman kimliğini oluşturan ilk ve en önemli niceliksel kriterleri Tarihi-Kültürel Yerler (%25.15), Doğal Yerler (%20.48) ve Endemik Yerler (%18.62) olarak tanımladığı tespit edilmiştir. AHP ile hesaplanan birleştirilmiş grup kararının konsensüs oranı %82.9'dur. Yani, paydaş analizi sonucunda belirlenen yerel paydaşlar liman kimliği üzerinde %89.2 fikir birliği sağlamıştır. Birçok durumda, karar alıcıların belirli bir amaca yönelik çok kritere bağlı olarak karar vermesi zor iken, yapılan uygulama sonucunda liman kimliğinin, katılımcıların hızlı ve etkin karar almasını sağlayan birleştirici bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

Limanlara kimlik kazandırılması kapsamında önerilen yöntemin bir parçası olarak, CBS tabanlı MCE metoduyla oluşturulan liman kimlik dağılım haritası; kruvaziyer turizminden daha fazla pay alınması yönünde, liman yerlerindeki karar alıcılara mekana dayalı karar verme süreçlerinde yardımcı nitelikte bir karar destek sistemi sunmuştur. CBS destekli MCE yaklaşımının karar alıcılara sunmuş olduğu en önemli avantaj, kısıtlar ve kriterlere göre hızlı ve anlık senaryolar üretilerek, hangi önemli kriter tarafından, hangi sebepten dolayı istenilen sonucun alınmadığının görülmesi ve alternatif senaryoların kısmen maliyet gerektirmeksizin üretilebilmesidir. Liman kimliğinin CBS yöntemleri aracılığıyla haritalanması, harita üzerinde görsel olarak farklı senaryolar oluşturularak uygun eylem planlarını gerçekleştirmeyi de kolaylaştırmıştır. Böylece, liman kimliği kapsamında karşılaşılabilecek uygunsuzluklar, liman kimlik dağılım haritası üzerinden objektif verilere dayanarak hızlı ve etkin bir biçimde üretilen farklı senaryolar sayesinde tespit edilmiştir.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için oluşturulan liman kimlik dağılım haritasına göre, kruvaziyer limanını içine alan maksimum genişlikteki sınırların, liman kimliğini % 93 oranında yansıttığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte; saha araştırması neticesinde, araştırma yerinde liman ile şehrin yeterince bütünleşmediği anlaşılmıştır. Bu kapsamda, Bodrum Kruvaziyer Limanı niceliksel olarak oluşturulan liman kimlik dağılım haritasında liman kimliğini %93 oranında yansıtırken, hinterlandı ile birlikte değerlendirildiğinde niteliksel olarak atıl bir liman örneği teşkil etmektedir.

Tez kapsamında önerilen yöntem, ileriki çalışmalar ile desteklenmeye ve farklı bakış açıları ile geliştirilmeye açıktır. Her limanın kendine özgü bir kimliğinin olabileceği göz önünde bulundurulduğunda, geliştirilen yöntemin, tüm limanlar için uygulanabilir olduğu saha araştırması, paydaş görüşmeleri ve literatür ile desteklenmiş olup, farklı liman yerlerinde uygulanması sonucunda seçilen çalışma alanı coğrafi sınırlarına ve özelliklerine göre farklı sonuçlar elde edileceği öngörülmüştür.

Tez çalışması mekansal planlamacılara, liman destinasyonu (liman varış yeri) yöneticilerine, uygulayıcılara, karar alıcılara ve araştırmacılara bir liman varış yerinde liman kimliğinin somut olarak tespitine, uygunsuzlukların anlaşılmasına, düzeltme ve geliştirme planlarının yapılmasına yönelik nasıl bir yol izleneceğine ilişkin bilimsel bir yöntem sunmaktadır. Geliştirilen bu yöntem ve yöntemin uygulama sonuçlarına göre çalışmanın, kruvaziyer turizminin sürdürülebilir gelişimi, kruvaziyer destinasyon yönetimi, liman hinterlandının etkin kullanımı, kruvaziyer destinasyonlarında mekana dayalı karar verme ve planlama alanlarına yeni ve farklı bir bakış açısı getirileceği düşünülmektedir.



THE EFFECTS OF PORT IDENTITY ON CRUISE TOURISM AND GAINING AN IDENTITY FOR PORTS

SUMMARY

Cruise tourism industry, as a sub-sector of the marine and coastal tourism industry, is a special form of maritime transportation. Cruise product, a combination of onboard facilities and shore excursions, is the final product that results from a difficult relationship between uniqueness versus standardization, and localization versus globalization. A cruise ship is indeed a passenger ship based on an itinerary including port visits. Today's cruise ships are well-equipped in order to host passengers as guests, to meet all their requirements as well as to provide a variety of leisure activities on-board. The state-of-the-art cruise ships, which have to comply with international safety and security standards, are constructed with a high-technology. Moreover, a cruise ship is seen as a destination in itself thanks to having different ship capacities and diverse on-board facilities.

The transatlantic voyages, which experienced the brightest era in the 1920s, were basically divided into two in terms of passenger profile: economy class who had aspirations of migration between European and America, and the luxury segment who were travelling for leisure. Since then, cruise ships have evolved in many fields, especially engineering, design and art. The change in passengers' age, income, and itinerary preferences gave rise to new segments and new approaches in the cruise industry. In this context, it can be said that the modern cruise industry combined with two main components that exert impact on passenger preferences: cruise ships and cruise port destinations. While these two components complement each other, there is also a competition between them.

Cruise tourism activities have a notable multiplier impact on the local and regional economy. For instance, Port of Barcelona as the leading cruise port in the Mediterranean Region contributed 2.2 M € per day to the GDP of Catalonia related revenues based on cruise companies, passengers, crew expenditures etc. Considering its direct and indirect contributions to the port and hinterland from the incoming passengers, crew members and ship supply, the importance of cruise tourism for the regional economy is significant; however, there are some debates on unbalanced cruise benefit distribution between local communities and cruise operators (and their global partners).

Previous studies even highlighted the fact that itineraries consisting of several cruise port destinations are the driving forces to take a cruise while cruise ships are currently evolving to become a destination. As a result of successful strategies of global companies in order to enable passengers to spend most of their leisure time on board even when they are in a port, it is seen that ship operators' dependence on port locations, an integral part of the cruise industry, has decreased. Even though it is not in accordance with the nature of cruise tourism, this situation may exert its impact on destinations such as Turkey that has some share of the cruise industry owing to its

touristic values and strategic location. Therefore, it is seen that port destinations willing to get more share from cruise industry on a local and regional scale need new methods. In this respect, the port identity is seen as an innovative and strategic tool that has the potential to contribute to the nature of cruise tourism. Moreover, this tool is expected to contribute to the port destination that is a crucial factor that motivates passengers to get more share from cruise tourism.

The purpose of this thesis is to propose a new method for determining the effects of the port identity on preferability and socio-economy, which would contribute to the extension of the market share of destination countries like Turkey in particular. In this context, Bodrum Cruise Port Location was chosen as a case study for developing the method in question and for pilot application.

Port identity concept has been pointed out and emphasized in the relevant literature, as in the current reports of the OECD (the Organisation for Economic Co-operation and Development) and the GEKA (the South Aegean Development Agency). It was defined for the first time by objective and measurable criteria and it was mapped by using GIS (Geographic Information Systems) methods. In this study, the port identity was defined as a component consisting of quantitative (spatial) and qualitative (aspatial, attribute) criteria. The criteria relating the port identity were considered as information that can be integrated using the GIS. In addition, GIS analysis was carried out with quantitative criteria of port identity by taking the basic stages of the proposed method into consideration within the scope of this study. In this context, the port identity distribution/intensity map was created using GIS-based MCE (Multi Criteria Evaluation) method in order to aid in the spatial decision making process in cruise destinations. To achieve the objective of the study, the following methods were employed: survey and interview, observation, desk study methods, stakeholder analysis, GIS methods, analytic hierarchy process (AHP) and statistical analysis. The software used in this thesis is GIS softwares (Idrisi and Global Mapper) for the analysis of spatial and non-spatial data. For the calculations of the AHP equations, Microsoft Excel program was used. In addition, SPSS package program was used for statistical analysis of surveys.

Within the scope of the thesis, findings were reported in two parts: the development of a new method and the application of the method in the study area in order to show decision makers how the method works. The proposed method is a nine-step-wise method based on the establishment of a local organization (called port identity organization-PIO) responsible for cruise tourism in the region and in particular the port identity, defining the port identity for a selected port location in accordance with the port identity criteria, then GIS-based decision support system generated within the framework of port identity in order to develop cruise tourism in the region while protecting and continuously improving the port identity with a view to developing cruise tourism in the region. The PIO is defined as the institutional structure that will implement the method with the purpose of obtaining more market share in the cruise industry. A stakeholder analysis under the Logical Framework Approach (LFA) was carried out to shape the organizational structure for Bodrum case. In choosing the parties, those sharing the risks and opportunities of cruise tourism at the port level were determined to take part in the organization. Those stakeholders were interviewed to define the port identity according to the quantitative criteria in the first step of the proposed method. A survey study was conducted with a total of 20 participants, one from each selected stakeholder as a representative of the institution. According to the individual evaluation of each criterion by pairwise comparison, local stakeholders

determined the first three criteria as: historical-cultural (25.15%), natural (20.48%) and endemic (18.62%) places. As a result of AHP calculations, aggregated group decision of individual judgments met on a common ground with an 82.9 % of consensus for the port identity. In many cases, it is difficult for decision-makers to make their decisions based on different criteria for a particular purpose, thus it can be inferred that the port identity has a unifying effect, allowing stakeholders to make quick and effective decisions.

Port identity map created by GIS-based MCE analysis, developed as part of the proposed method for port identification, is a decision support system that helps local decision-making processes in order to get more share from cruise tourism. The most important advantage offered to the decision makers by the CBS-based MCE analysis is that quick and instant scenarios could be produced according to constraints and criteria in order to see which important criterion and reason prevented the expected outcome so that partly cost-efficient alternative scenarios could be produced. Mapping port identity with GIS applications also facilitates the implementation of appropriate action plans by creating visually different scenarios on the map. Thus, the non-conformities that may be encountered in the port identity could be determined by means of different scenarios produced quickly and effectively based on objective data on the map.

According to the port identity distribution map for Bodrum Cruise Port Location, it was determined that the maximum width limits including the cruise port reflect the port identity by 93%. However, it was understood that the port and the city did not integrate sufficiently at the selected study area. In this respect, Bodrum Cruise Port reflects 93% of the port identity on the port identity distribution map, which is generated quantitatively, while the hinterland is considered to be a qualitatively inactive port example.

Considering the fact that each port has a unique identity, it is envisaged that the developed method is supported by field research, stakeholder interviews and literature, which are applicable to all ports, and it is predicted that different results will be obtained according to the geographical boundaries and characteristics of selected study areas. The method proposed within the scope of this thesis is open to support from further studies and could be developed with different perspectives.

This thesis provides a scientific novel method for spatial planners, destination managers, practitioners, decision-makers and researchers to determine the port identity in accordance with objective criteria in order to understand nonconformities and design proper development plans. According to the results of the developed method and its application, it is thought that the study has a potential to bring a new and different point of view for sustainable cruise development strategies in the local or regional level such as cruise destination management, efficient usage of the port hinterland, spatial-based decision making and planning processes in cruise destinations.



1. GİRİŞ

Tez çalışmasının amacı, Türkiye'nin kruvaziyer turizminden daha fazla pay almasına katkı sağlamak için, liman kimliğinin kruvaziyer turizmi üzerinde, tercih edilebilme ve sosyo-ekonomik açıdan etkilerinin belirlenmesi ile limanlara kimlik kazandırılması için uygulanabilir bir yöntem geliştirilmesidir.

Gerçekleştirilen doktora tez çalışmasının nihai hedefi; liman kimliği kavramının tanımlanması, liman kimliğinin kruvaziyer turizmi için tercih edilebilme ve sosyo-ekonomik fayda üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerinin saptanması, kruvaziyer limanlarına kimlik kazandırılması için liman ve liman lokasyonunun koşullarına bağlı olarak, tüm benzer limanlar için uygulanabilecek limanlara kimlik kazandırılmasına yönelik bir yöntem geliştirilmesidir.

Tezin gerçekleştirilmesi sonucunda yerel ve bölgesel boyutlarda ekonomiye, toplumsal refaha, bilimsel birikime doğrudan ve dolaylı olarak aşağıda yer alan katkıların sağlanabileceği öngörülmektedir.

Doğrudan katkı olarak; limanı tercih eden kruvaziyer gemisi ve kruvaziyer yolcusu sayılarında ve ortalama kalış sürelerinde artış olacağı düşünülmektedir. Çünkü liman kimliğini oluşturan bileşenler aynı zamanda o liman yerinin tercih edilmesi için gerekli kriterleri kapsamaktadır. Kruvaziyer limanın bulunduğu yer ile birlikte limana kazandırılacak olan liman kimliğinin liman varış yerinin tercih edilme oranının yükselmesinde, ayrıca gelen kruvaziyer gemi ve yolcu sayısı ile kalış sürelerinin artmasında bir etken olacağı öngörülmektedir. Gelen gemi ve yolcu sayısı ile kalış sürelerindeki artışa bağlı dolaylı katkılar olarak; yerel ve bölgesel ölçekte ekonomiye, ülke ekonomisine, istihdamın artışına, toplumsal duyarlılığın gelişmesine ve turistik faaliyetlerin kalitesinin artmasına katkı sağlanabilecektir.

Liman kimliğinin kruvaziyer turizmi üzerindeki, tercih edilebilme ve sosyo-ekonomik açıdan etkilerinin belirlenmesi ve bununla ilgili geliştirilecek yöntem, Türkiye'nin kruvaziyer turizmi endüstrisinden daha fazla pay almasına katkı sağlaması konusunda önem taşımaktadır. Limanlara kimlik kazandırılması kapsamında kruvaziyer limanları,

kendilerine has kimlikleri sayesinde limanın bulunduğu yer ile birlikte tanınır hale gelebilecek, liman bölgelerine ilişkin gelişme modelleri liman kimliğine uygun olarak geliştirilebilecek, liman kimliğine zarar verebilecek arazi ve kullanımları en başta engellenerek liman ve liman çevresinde yapılması planlanan yatırımların liman kimliğine uygun nitelikte olmasına katkı sağlanabilecektir. İlâveten, liman kaynaklarının etkin kullanımı liman kimliği dikkate alınarak gerçekleştirilebilecek ve en önemlisi denizden gelen talebin sürdürülebilirliğine katkı sağlanabilecektir.

Yapılan bu tez çalışmasında Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri, limanlara kimlik kazandırılmasına yönelik uygun bir yöntem geliştirilmesi ve yöntemin sahada uygulanması için çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Çalışmanın uygulama alanı olarak Bodrum'un seçilmesindeki temel neden; yörenin yalnızca uluslararası turizm varış yeri olarak tanınmışlığı değil, bununla birlikte, Kral *Mausollos* (M.Ö. 4. yy) döneminden beri stratejik ve doğal korunaklı yapısı sayesinde bir liman kenti olarak deniz ticaretinde kullanılması, ayrıca günümüzde temel ekonomik kaynağını deniz ve turizm varlıklarını birlikte kullanarak elde eden bir yerleşim yeri olmasıdır.

Çalışmayı zorunlu kılan öncül neden Türkiye'nin kruvaziyer turizminden yeterli ölçüde pay alamamasına karşın küresel ve bölgesel ölçekte oldukça önemli bir potansiyelinin mevcudiyetidir. Ülke çapında, Türkiye'nin kruvaziyer gemilerine yönelik bir destinasyon olarak, stratejik açıdan önemli konumda bulunan bir çok liman yerine sahip olması onu, gemi seyahati planlanabilirliği açısından avantajlı kılmaktadır. Diğer yandan, ulusal çapta Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan limanlara gelen gemi ve yolcu istatistiklerine göre, son on yılda Türkiye'nin limanlarını ziyaret eden toplam gemi ve yolcu sayısının ortalaması; Barselona'ya son on yılda gelen toplam gemi ve yolcu sayısının yıllık ortalamasından daha düşüktür. 2011-2017 yılları arasında Türkiye'nin tüm limanlarına gelen yolcu sayısının yıllık ortalaması 1,591,754 yolcu/yıl iken, en fazla ziyaretin gerçekleşen 2013 yılında toplam 2,240,776 yolcudur. Diğer yandan 2011-2017 yılları arasında Barselona Limanı'nı ziyaret eden yolcu sayısının yıllık ortalaması 2.631.092 yolcu/ yıl olup, aynı zaman diliminde bu değer Türkiye'yi en fazla ziyaret eden yolcu sayısından fazladır. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA)'a göre 2015 yılında 29 milyon yolcu ve 14.4 milyon gemi çalışanının ziyaret ettiği Avrupa'nın 250 liman varış yerinde gerçekleşen kruvaziyer faaliyetleri, Avrupa ekonomisine yalnızca personel ve yolcu harcamalarından 16.6 milyar *Euro* (€) katkı sağlamıştır. Gemi inşaatı, bakım onarımı

ve gemi ikmal gibi kruvaziyer faaliyetlerinden dolayı, liman yerlerindeki yolcu ve mürettebat faaliyetlerine bağlı harcamalardan ise elde edilen doğrudan ekonomik katkılar sayesinde Avrupa, 2015 yılında toplam 40.2 milyar € hasılat elde etmiştir (CLIA-EU, 2015). Yolcu ve mürettebatın Avrupa'da liman bölgelerinde yaptığı toplam harcama kişi başı yaklaşık 460 €'dur. Türkiye'de normal bir turistin günlük ortalama harcaması 50-55 *Amerikan Doları* (\$) seviyesindeyken, dünyada transit bir limanda kruvaziyer yolcusu için bu rakam 120 \$, ana limanlarda 150 \$'ı geçerken, gemi tayfasının harcamaları da yaklaşık 70 \$'a seviyesindedir (DTO, 2015). Bununla birlikte, yolcu başına yapılan harcamaların gemi kalış süresi, limanda yapılan operasyon çeşidi (transit, indi-bindi vd.), liman varış yerinin tanınırlığı gibi çeşitli faktörlere göre değiştiği bilinmektedir.

Kruvaziyer turizmi faaliyetleri yerel ve bölgesel ekonomide çarpan etkisi yaratmaktadır. Öyle ki, Barselona Kruvaziyer Limanı tek başına Katalonya GSYH'na günde 2,2 milyon € (yılda toplam 796 milyon €) katkı sağlamaktadır (IREA, 2016). Limanın ve bulunduğu bölgenin gelen gemi ve yolculardan sağladığı doğrudan ve dolaylı katkı dikkate alındığında, kruvaziyer turizminin bölge ekonomisi için önemi ortaya çıkmaktadır. Barselona örneği, tıpkı Forth Laudardale Limanı (Port Everglades) gibi küresel bir liman örneğidir. Limanlar yalnızca indi-bindi yapılan aktarma yerleri olarak görülmemelidir, bununla birlikte limanlar bir ülkenin uluslararası giriş kapısıdır. Bu kapsamda, yolculara (misafirlere) ziyaret edilen varış yerleri ve çevresi hakkında ilk izlenimi vermesi açısından kruvaziyer limanları, kruvaziyer endüstrisinden yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte pay alınmasını sağlayan önemli araçlardır. Liman yerine gelen yolcuların doğrudan ekonomiye sağladığı katkıların yanısıra dolaylı katkıların da, liman yerinde kruvaziyer gemi operatörleri ve küresel partnerlerinin teknik ve yönetsel beklenti ve ihtiyaçlarına verilen cevap oranı yükseldikçe artması beklenir. Dolayısıyla, bir kruvaziyer destinasyonunun kruvaziyer turizminden alacağı pay; ulusal stratejik konular (denizci bir ulus olma hedefi, turizm politikaları vd.), liman yeri ile ilgili teknik konular (altyapı, ulaşım, çevre düzeni, kara turları, güvenlik vd.), politik ve yönetim konuları (yerel yönetim desteği, paydaşların işbirliği yapması vd.) gibi sayısı arttırılabilecek bir çok dışsal koşula bağlı olarak değişmektedir.

Türkiye kruvaziyer turizminden yalnızca liman ve destinasyon bazıda pay alabilmektedir. Oysa ki, ülke bazında Hırvatistan, İtalya, İspanya gibi ülkeler

günümüzde gemi inşa, bakım onarım, ikmal gibi farklı alanlardan da katkı elde etmektedir. Kruvaziyer liman destinasyonları; bölgesel ve ulusal ölçekte kruvaziyer pazarından pay alınmasında etkili faktörlerden yalnızca biri olup, bir kruvaziyer destinasyon ülkesi olarak Türkiye gibi stratejik öneme sahip bölgeler için kruvaziyer turizmi potansiyelinin yerel faydaya dönüştürülmesi konusunda önemli birer araç olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'nin de içinde yer aldığı Akdeniz Çanağı, kruvaziyer gemilerini kendine çekmek için rekabetçiliğini arttırmaya yönelik çaba gösteren bir çok kruvaziyer limanı olan büyük bir pazardır. Destinasyon olarak potansiyelinin yanısıra Türkiye, komşusu olan ülkelerin de katkısı değerlendirildiğinde kruvaziyer gemilerine yönelik potansiyel bir kaynak pazar olarak da gemi operatörlerinin ilgisini çekme potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, her liman sıkı rekabet şartlarında pazardan daha fazla pay almak için gerek gemi operatörlerini bölgeye çekmek gerekse kaynak pazarı cezbetmek için yeni yöntemlere, yeni bakış açılara ihtiyaç duymaktadır.

Turistik değerleri ve jeopolitik konumu dikkate alındığında mevcut potansiyeline rağmen, destinasyon ve kaynak pazar olarak Türkiye'nin kruvaziyer turizminden yeterli ölçüde pay alamadığı çeşitli kaynaklarca vurgulanmaktadır (DTO, 2015; UDHB/DTGM Sektör Raporu, 2013). Türkiye'nin kruvaziyer endüstrisinden daha fazla pay alamaması limanların yeterli altyapıya sahip olmamasından, liman-şehir entegrasyon eksikliği, pazarlama ve tanıtım yetersizliğine kadar bir çok faktöre bağlı sorunlardan kaynaklanmaktadır. Bu faktörlerden bir tanesi de liman kimliğidir. Bu çalışmada bir liman varış yerinde kruvaziyer turizminin yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte ekonomiye, sosyo-kültürel birikime ve çevreye olan katkısının en üst seviyeye çıkarılması ve kruvaziyer turizmi faaliyetlerine bağlı olası zararların en az seviyeye indirilmesi sürecinde paydaşları birleştirici bir etkiye sahip olan liman kimliği bir araç olarak düşünülmüştür. Bu kapsamda, liman kimliğinin kavramsal çatısı oluşturulurken, önceki çalışmalar ve saha çalışmalarına ek olarak kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliğine yönelik uluslararası uygulamalar da dikkate alınmıştır.

Gerçekleştirilen doktora tezi beş bölümde anlatılmaktadır. Birinci bölümde, çalışmamın konusuna ve kapsamına ilişkin genel bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, ulusal ve uluslararası literatür taranarak, konunun genelden özele ele alınması sağlanmıştır. Bu kapsamdakruvaziyer turizmi endüstrisine ait genel bilgilerden, dünyada ve Türkiye'de kruvaziyer turizminin durumu hakkında bilgilere ve

çalışmanın konusu olan liman ve kimlik kavramları hakkında yazın taramasına kadar kapsamlı bilgilere yer verilerek tez için önemli noktalar aktarılmıştır. Üçüncü bölümde tezde kullanılan materyel ve metodun genel durumu anlatılmıştır. Kullanılan yöntemler olan Paydaş Analizi, CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri), AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) ile kriter ağırlıklarının belirlenmesi, istatistiksel metodların kullanılması, anket ve görüşme yöntemleri ile tez kapsamında kullanılan tüm materyel verilmiştir. Gerçekleştirilen tez çalışması kapsamında, Türkiye'nin kruvaziyer turizminden daha fazla pay almasına katkı sağlamak için liman kimliğini meydana getiren bileşenler ve kriterleri tespit edilmiş, limanlara kimlik kazandırılması için tüm kruvaziyer limanlarında uygulanabilecek bir yöntem önerilmiştir. Doktora tez çalışmasının tüm bulguları, dördüncü bölümde iki kısım halinde sunulmuştur. Birinci kısımda limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yönteme ilişkin açıklamalar yer alırken, ikinci kısımda önerilen yöntemin, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri olarak adlandırılan çalışma alanında uygulama aşamaları ve sonuçları verilmiştir. Beşinci bölümde ise tezin bütününden elde edilen çıktılarına göre çıkarılan sonuçlar, sonuçlara yönelik değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur.

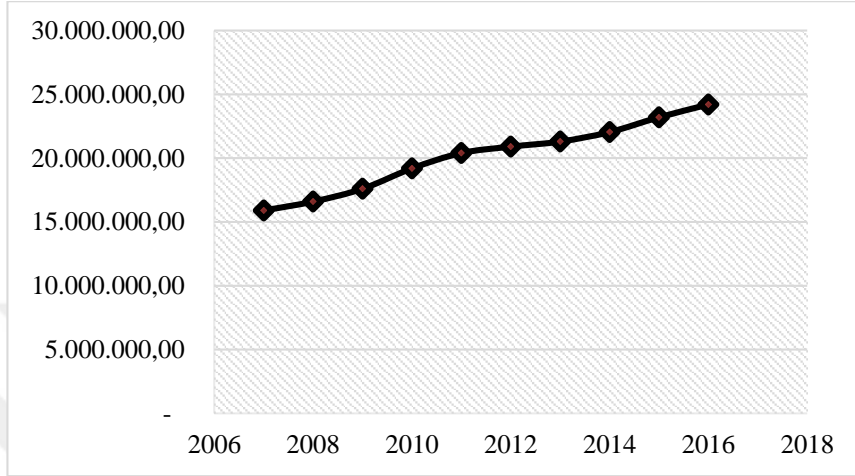


2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Literatürde çoğunlukla denizyolu ile turistik seyahatin başlangıcının 1800'lü yılların ikinci yarısına uzandığı anlatılmaktadır (Quertermaine ve Peter, 2006). Bununla birlikte, Osmanlı döneminde, hac seyahatleri Anadolu Sağ Kol güzergâhı üzerinde dünyanın dört bir yanından İstanbul'a gelen hac yolcularına hizmet vermek amacıyla kurulan hac menzilleri, gemi seyahatini de kapsayan 247 saatlik yolculuk süresinde gerçekleştirilen turistik amaçlı duraklamalar ile birlikte, bir nevi lojistik faaliyetini temsil etmektedir (Armağan, 2000). 1522 yılında, Osmanlı Döneminde Akdeniz ve Marmara Bölgesi'nde yer alan İskenderiye, Rodos ve İstanbul, hac kervanlarının denizyolu yolculuğunun önemli uğrak limanlarıydı (Armağan, 2000). Günümüzde ise modern kruvaziyer yolculuğunda dini amaçlarla seyahat eden yolculara özel güzergâhlar belirlenmektedir. İzmir ve Kuşadası limanlarından Meryem Ana'ya, Civitavecchia limanından Roma'daki Vatikan'a ziyaretleri kapsayan kara turları ile birleştirilen gemi seyahati mevcut örnekler arasındadır. Dünyanın dört bir yanından Anadolu'ya oradan da Mekke'ye yapılan yolculuk esnasında cami, çarşı, türbe ve han gibi yerlerin gezilmesi adet iken, modern kruvaziyer faaliyetlerinde de esas ziyaret edilecek dini yerlerin yanı sıra müze, doğal park ve bahçe, çarşı, alışveriş merkezleri gibi yerlere çeşitli turlar düzenlenerek yerel ekonomiye katkı sağlanmaktadır. 1815 yılında İngiltere ile İber Yarımadası arasında güvenli eşya taşımacılığı için kurulan, ancak deniz ticaretiyle birlikte daha sonra turistik amaçlı yolcu taşımacılığı gerçekleştiren denizcilik şirketi, ismini 1927 yılında P&O Steam Navigation Company (bugünkü İngiiz P&O Cruises isimli gemi operatörü) olarak değiştirmiştir. Bu oluşum, İngiltere ile İber Yarımadası ve Akdeniz Limanları arasında kraliyet postalarıyla birlikte gezinti amacıyla yolcu taşımacılığına öncülük etmiştir (Url-1). Posta gemileri ile hem eşyaları hem de yolcuları taşımak üzere ilk ticari deniz seferi anlaşması 1840 yılında yapılmış olup, sefer gerçekleştiren yolcuların turistik seyahat amacıyla, modern kruvaziyer endüstrisinin Akdeniz Bölgesi'ndeki önemli ana limanı olan Malta üzerinden, İskenderiye'ye ulaştırıldığı belirtilmektedir (Url-1). Kişilerin boş vaktini gemi seyahatinde geçirme potansiyelinin farkedilmesi üzerine 1891 yılında,

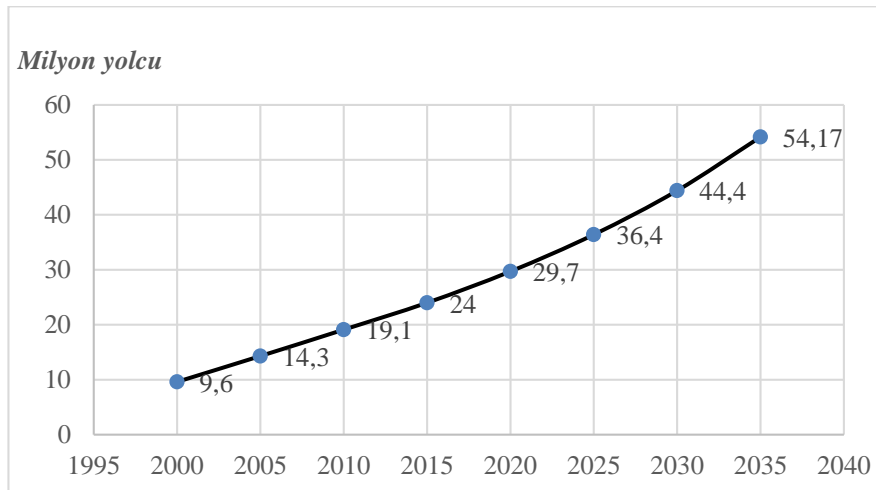
krvaziyer seyahatinin mucitlerinden biri olan A. Ballin'in de katıldığı 241 yolcu kapasiteli seyahat gemisi, Cuxhaven (Almanya)'dan Akdeniz'e içlerinde Cenova, İskenderiye, Hayfa, Beyrut, İstanbul, Atina, Malta, Napoli ve Lizbon dahil olmak üzere bir düzine limana uğrak yaparak yaklaşık 57 gün süren bir deniz seferine çıkmıştır (Url-2). Seyahat gemilerine olan talebin başladığı o zamanlarda, İngiltere ve Avrupa ülkelerinden yola çıkan gemilerin önemli uğrak noktalarından birisi de Türkiye olup, diğer uğrak noktalarının İskenderiye, Mısır, Cebelitarık, Malta, Atina olduğu farklı kaynaklarda da belirtilmektedir (Karuk, 2015). İlk gezinti gemilerinin İngiltere'den mi yoksa Avrupa'dan mı seferine başladığı konusu tartışmalıdır. Bazı kaynaklara göre ilk kruvaziyer gemisi 1831 yapımı ve Sicilya bayraklı *Francesc-I* olup, gemi 1833 yılı Haziran ayında bir kampanya başlatarak, içlerinde Katanya (Sicilya), Malta, Korfu, İzmir, Atina ve İstanbul limanlarının bulunduğu üç aylık bir gemi seyahati yapmıştır (Karuk, 2015). Bununla birlikte, dünyanın ilk tescilli kruvaziyer seyahatini gerçekleştiren *SS Prinzessin Vicoria Luis* isimli geminin inşaatı, Akdeniz'e ilk kruvaziyer seyahati fikrini getiren girişimci ve gemi tasarımcısı *Albert Ballin* tarafından hizmete sunulmuştur (Karuk, 2015). Dolayısıyla kruvaziyer gemi operatörlüğü ve gemi seyahatinin mucidi Alman A. *Ballin* olarak tarihe geçmiştir (Url-2). Ardından, *Titanic* gibi bir çok transatlantik gemisini işleten bir çok işletme, turistik amaçlı okyanus aşırı turistik yolcu taşımacılığına yani kruvaziyere başlamıştır. 19. yy'nin başlarında ortaya çıkan kruvaziyer turizmi o yıllardan günümüze bir çok evre geçirmiştir. 1970'lere kadar gerçekleşen denizyolu seyahati 1970'lerde yerini havayolu yolcu taşımacılığına bırakmış olup, böylece, 1970'li yıllar denizyolu ile turistik seyahatin unutulduğu yıllar olarak anlatılmaktadır (Quertermaine ve Peter, 2006). Denizyolu yolcu taşımacılığını bitiş noktasına doğru çeken temel neden Boeing tipi yolcu uçaklarının icadı olmuştur. Hızlı ve güvenli uçuş imkanı bulan denizyolu yolcuları uzun mesafeli seyahatlerinde havayolunu tercih etmiş ve böylece deniz seyahati endüstrisi için kriz zamanları başlamıştır. Ne var ki, deniz seyahati için başgösteren zorlu günler yeni bir dönemin başlaması için denizyolu tacirlerini yenilikçi yaklaşımlara itmiştir. 1972 yılında ekonomik kriz dolayısıyla batan bir işletme tarafından satışa çıkarılan *Mardi Grass* isimli transatlantik gemisi *Carnival* işletmesi tarafından modern gemi seyahati şartlarına uygun hale getirilerek, dönüştürülmüştür. Bu sayede, kruvaziyer turizmin babası olarak da bilinen *T. Arison* tarafından kurulan *Carnival Corporation* isimli kruvaziyer işletmesi deniz seyahati endüstrisinin yeniden gelişmesine öncülük etmiştir (Quertermaine ve Peter, 2006).

Kruvaziyer endüstrisi, 1980 yılından itibaren küresel seyahat ve turizm endüstrisi içinde en hızlı büyüyen sektör olmuştur (Dowling, 2006). CLIA (..)’nin küresel istatistiklerine göre, 2008-2016 yılları arasında yolcu sayısı bakımından endüstrinin yıllık ortalama büyüme oranı % 4,8 olarak hesaplanmış olup, yolcu sayılarının yıllara göre büyüme grafiği Şekil 2.1’de gösterilmektedir (Url-3).



Şekil 2.1 : Yolcu sayısı bazında kruvaziyer endüstrisinin büyüme eğilimi.

SEA (2014)’e göre, küresel ölçekte kruvaziyer pazarı yıllık %7’nin üzerinde büyüyerek, 2010 yılındaki talebi neredeyse üçe katlayıp 2035 yılında 54 milyon yolcu sayısını aşabilecektir (Şekil 2.2) (OECD, 2016’da atıfta bulunduğu gibi).



Şekil 2.2 : 2035 yılı küresel kruvaziyer yolcusu talep tahmini.

1980-2011 arasında %7.5, son yirmi yılda ise yaklaşık yıllık ortalama %8’lik bir hızla büyüyen kruvaziyer endüstrisi 2008-2014 yılları arasında Amerika’da diğer taşıma modlarını %22 oranında gerisinde bırakmıştır (CLIA, 2012; CLIA, 2016a). Dowling

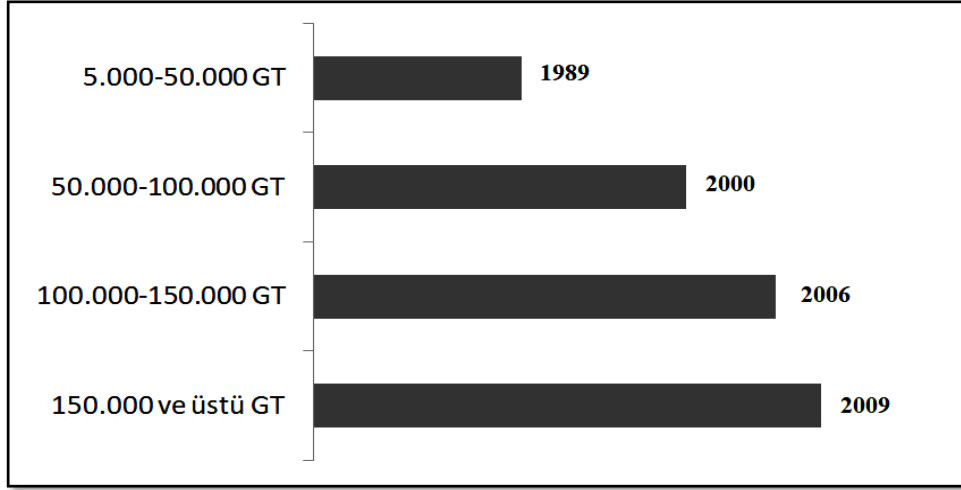
ve Weeden (2017)'ne göre kruvaziyer turizmi yolcu talebinin en hızlı artış kaydettiği dönem 2000-2008 yılları arasına denk gelmektedir (Dowling & Weeden, 2017). Küresel etkilere sahip 2008 krizi ve Avrupa'daki yolcu talebini etkileyen 2015 Avrupa ekonomik krizinin etkilerine bağlı olarak; son yıllardaki büyüme oranları 2000-2008 yılları arasındaki büyüme oranının gerisinde kalmasına rağmen, kruvaziyer endüstrisi, diğer seyahat ve turizm endüstrileri ile karşılaştırıldığında en fazla büyüme oranına sahip olan seyahat dalıdır. Kore Okyanus ve Balıkçılık Bakanlığı'na göre ise dünya kruvaziyer yolcu sayısı 2020 yılına doğru 37 milyon yolcuya tırmanarak, 2013-2020 yılları arasında yıllık %10'luk bir büyüme kaydedilecektir. Bölgesel büyümelerde de Asya pazarı oldukça dikkat çekici olup, Asya kaynaklı yolcu sayısının 2020 yılında 7 milyona ulaşması beklenmektedir (Lee, 2015).

Kruvaziyer endüstrisindeki gelişmelere bağlı olarak artan yolcu talebini karşılamak üzere gemi boyutlarında, değişen yolcu beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılamak için ise gemilerde sunulan mal ve hizmetlerin nitelik ve niceliğinde değişiklikler olmaktadır. Kruvaziyer gemilerinin fiziksel olarak gelişimi incelendiğinde, 1970'lerden günümüze gemi sayılarındaki artışın yanı sıra büyüklüklerinin de arttığı kaydedilmiştir. Gemi boyutları ve gemi başına taşınan ortalama yolcu sayısındaki artışa bağlı olarak limanlar, yolcu ve gemilere hizmet verecek teknik koşulları ve teknik olmayan ihtiyaçları sağlamak, böylece endüstriden pay alabilmek için gelişmeye zorlanmaktadır (Odo Maritime Research, 2014). Gemi boyutları hem gros ton hem de yolcu sayısı (*pax*) bakımından Çizelge 2.1'de gösterildiği gibi sınıflandırılmıştır (UNWTO & APTEC, 2016).

Çizelge 2.1 : Kruvaziyer gemi boyutuna göre gemi sınıfları.

Gemi boyutu sınıfı	Gros ton (GT)	Yolcu kapasitesi (pax)
Küçük	40.000 gt'dan küçük	1000 yolcu altı
Orta boyutlu	40.000 – 80.000 gt	800 – 2.500 yolcu
Büyük	80,000 – 150,000	2.000 – 4.000
Mega (VLCV)	100,000 gt üzeri	4.000 yolcu üstü

İnşa yılına göre gemi boyutları yalnızca tonaj dikkate alınarak, yıllara göre Şekil 2.3'de gösterildiği gibi dağılım göstermiştir (Odo Maritime Research, 2014).



Şekil 2.3 : GT bazında kruvaziyer gemi boyutlarının yıllara göre değişimi.

Hala büyümeye devam eden kruvaziyer endüstrisinin (Penco, 2017) temel bileşenlerini gemi operatörleri, limanlar ve destinasyonlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda temel paydaşı talebi temsil eden yolcular olan kruvaziyer endüstrisinin önemli paydaşları: hizmet sağlayıcıları, gemi inşa işletmeleri, bakım onarım tesisleri işletmecileri, kruvaziyer organizasyonları, aracı kuruluşlar vd. taraflar birlikte kruvaziyer ürünü değer zincirini meydana getiren halkalarıdır (UNWTO, 2016). 2014 yılı verilerine göre toplamda %81'in üzerinde pazar payına sahip olan iki kruvaziyer gemi operatörü tüm pazara hükmetmekte iken (ODO, 2014); bugün elde ettikleri gelirlere göre pazardan sırasıyla %39,4 (*Carnival*), % 29,2 (*Royal Caribbean*) ve % 12,6 (*Norwegian Cruise Line*) pay alan üç büyük kruvaziyer şirketi, alt-marka pozisyonundaki farklı gemi operatörleri ve gemi işletmecileri ile birlikte, kruvaziyer piyasasının oligopol yapısını meydana getirmektedir (Url-4). Lider konumdaki bu üç büyük kruvaziyer şirketinin dışında gemi işleten, farklı boyutlarda 31 gemi işleticisi bulunmakta olup, bunların içinde en fazla payı (%6,8) MSC isimli kruvaziyer işletmesi almaktadır (Url-4). Bahse konu kruvaziyer işletmeleri tarafından yönetilen toplam 449 gemi dünya sularında seyretmektedir (CLIA, 2017a).

Kruvaziyer endüstrisinden elde edilen gelirlerin büyük bir bölümünü kruvaziyer gemi şirketleri alıyor olsa da; endüstrinin liman destinasyonlarına ve istihdama sağladığı katkı bakımından bölgesel kalkınma için kritik bir önemi bulunmaktadır. Örneğin, 2013 yılında küresel kruvaziyer turizmi faaliyetlerinden istihdama doğrudan 1 milyon katkı sağlanmıştır (CLIA 2016b). Liman yerlerine önemli bir ekonomik katkı sağlamasına rağmen; kruvaziyer turizmi aktivitelerinden kaynaklanan sosyo-kültürel ve çevresel etkiler üzerinde de bir çok çalışma bulunmaktadır (Caric ve Mackelworth,

2014; Tichavska ve Tovar, 2015; IREA, 2016; Jordan ve Vogt, 2017; McCaughey, Mao ve Dowling , 2018; MacNeill ve Wozniak, 2018). BM Dünya Turizm Örgütü'ne göre sürdürülebilir olmayan kruvaziyer faaliyetlerinden kruvaziyer değer zincirinin tüm paydaşları etkilenecektir (UNWTO, 2016). Bu kapsamda, kruvaziyer turizminin faydaları ile potansiyel ve mevcut etkilerinin birlikte değerlendirilmesi tüm taraflar açısından önem arz etmektedir.

Kruvaziyer faaliyetlerinin, liman yerlerine doğrudan ve dolaylı katkıları bulunmaktadır. Çeşitli operasyonel amaçlarla (yolcuların transit veya indi-bindi operasyonu gibi) liman yerlerine gelen kruvaziyer gemileri sayesinde 2014 yılında Avrupa destinasyonlarının bölgesel ekonomiye, 3,64 milyar €'su yalnızca yolcu ve gemi personeli harcamalarından kaynaklı olup toplamda gemilerin ikmal, bakım-onarım ve terminal hizmet alımlarından gibi harcamalarından kaynaklanan 16.6 milyar € katkı sağladığı belirtilmektedir (CLIA-EU, 2015). Kruvaziyer liman yerlerinde, yolcu sayısının kruvaziyer liman gelirlerini belirleyen önemli bir etken olduğu bilinmektedir (GYH, 2013). Örneğin, Lisbon'da gerçekleşen kruvaziyer faaliyetlerine ilişkin yolcu talebinin arttığı 2013 yılında, 78 milyon € yerel katkı sağlandığı hesaplanmıştır (Santos, 2015). Ortalama yolcu başına harcama miktarı çeşitli kaynaklarda farklı miktarlarda tespit edilmiş olsa da, dünyanın Akdeniz'den önce gelen en önemli kruvaziyer bölgesi olan Karayipler Bölgesi'nde 35 farklı liman yeri için yapılan bir araştırmaya göre; 2014-2015 yıllarında liman yerinde yolcuların günlük yaptığı harcamalar (kara turları, alışveriş vd.) 42 – 191 \$ arasında değişiklik göstermiştir (CLIA 2016b). Bir kruvaziyer gemi işleticisinin ise bir kruvaziyer turundan elde ettiği net karın 90–500 \$ arasında değiştiği belirtilmektedir (ODO, 2014). Dolayısıyla, ortalama bir kruvaziyer yolcusunun hem deniz seyahati esnasında güvertedeki harcamalarının yanı sıra liman yerlerinde de harcadığı tutarların kaydadeğer seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Kruvaziyer turizminin liman yerlerine ekonomik katkısı gemilerin destinasyonda kalış süresine ek olarak yolcusunun da karada geçirdiği süre ile ilişkili olup, yolcuların liman yerinde geçirdiği sürenin ortalaması 4.8 saat olarak hesaplandığı bir araştırmaya göre; yolcuların bu süre zarfında uğrak liman yerlerinde yolcu başına harcama tutarı minimum 34, maksimum 309 ve ortalama 100 \$ olarak tespit edilmiştir (OECD, 2015; FCCA, 2018). Öte yandan, günümüzde kruvaziyer gemilerinin uğrak limanda kalış süresi 8-10 saat arasında değişmekte, bazı durumlarda gün aşırı kalış yapılabilmektedir. Kruvaziyer limanının, indi-bindi (*turnover*) operasyonları yapılan bir uğrak olması durumunda,

liman yerine varış ve liman yerinden ayrılış süreçlerinde yolcuların karada yaptığı harcama miktarının, günübirlik uğrak yapılan limanlara oranla daha fazla olduğu tespit edilmiş olup, bu tip liman yerlerinde yolcu başına harcama miktarı minimum 20, maksimum 1868 ve ortalama 20 \$ olarak belirlenmiştir (OECD, 2015). Bununla birlikte, Barselona ve Venedik örneklerinde olduğu gibi kruvaziyer liman yerlerinde ilgili destinasyonun maksimum taşıma kapasitesi üzerinde gerçekleştirilen turistik faaliyetlerin olası çevre sorunlarına işaret ettiği de göz önünde bulundurulmalıdır (IREA, 2016).

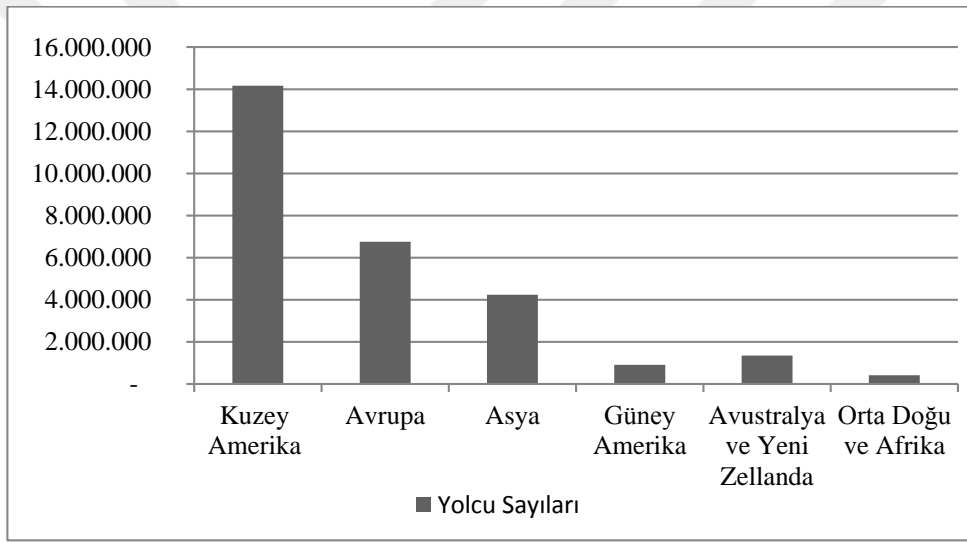
Gemi seyahatinin başlangıcından günümüze en fazla talep edilen bölgeler sırasıyla Karayipler ve Akdeniz Bölgesi'dir (CLIA, 2017b). Son on yılın gemi seyir rotalarındaki değişiklikler ve endüstri eğilimleri incelendiğinde, Karayipler'in pazar payının gittikçe azaldığı; Akdeniz Avrupa'sının (özellikle 2000'li yıllardan) sonra yatak-gün bazında pazarın merkezi konumuna yükseldiği, şimdilerde ise Asya Bölgesi'nin yıldızının parladığı görülmektedir. Son on yılda paşa payını artırma konusunda Akdeniz, Asya ve Avustralya bölgelerinin ön planda olduğu görülmektedir. Gelecekte, kaynak pazara yakınlığı, birbirine yakın konumda ve gerekli altyapıya sahip liman olanakları ve liman hinterlandındaki cazibe unsurlarındaki çeşitlilik gibi avantajları sayesinde Avrupa ve özellikle Akdeniz varış noktalarının stratejik önemini korumaya devam edeceği tahmin edilmektedir (GYH, 2013). Kruvaziyer coğrafyasının 2006-2011 yılları arasındaki gelişimi yıllara göre, bölgelerin pazar paylarındaki değişim bazında Çizelge 2.2'de gösterildiği gibidir (Url-3).

Çizelge 2.2 : Yatak-gün (ALBD¹) bazında kruvaziyer bölgelerinin pazar payları.

Coğrafi Bölgeler	2017	2016	2013	2011
	Yatak gün bazında yüzdeler (%)			
Karayipler	35,4	33,7	37,3	33,7
Akdeniz	15,8	18,7	19,9	20,44
Avrupa/İskandinavya	11,3	11,7	9,8	7,9
Asya	10,3	9,2	3,6	-
Avustralya/Yeni Zellenda ve Pasifik	6	6,1	4,1	2,7
Alaska	4,3	4,1	5,4	6,18
Güney Amerika	2,1	2,7	3,4	2,4
Diğer	14,8	13,8	16,5	14,36

¹ Çizelge J.1'de açıklanmıştır.

Çizelge 2.2'ye göre Karayip ve Akdeniz bölgeleri pazar paylarını yıllar içinde korurken 2012 yılını takip eden dönemlerde bir çok kruvaziyer gemi şirketi başta Çin olmak üzere Asya Bölgesi'ne doğru gemilerini yeniden konuşlandırmıştır. Örneğin; daha önce Akdeniz ve Karayipler bölgesinde güzergah belirlemiş olan *Celebrity Millennium* isimli gemi, ilk defa 2012 yılı Ocak ayında Asya Bölgesi'nde yeni bir güzergah ile sezonunu açmıştır (CLIA, 2012). Kruvaziyer bölgesi olarak piyasaya destinasyon tarafından etkili bir giriş yaparak, pazara ilk girdiği günden itibaren payını yaklaşık yüzde 200 arttırmayı başaran Asya Bölgesi, kaynak pazar olarak da gemi seyahatine katılan Asyalı'lı vatandaşların sayısındaki artış ile de dikkat çekmektedir. Küresel çapta seyreden kruvaziyer yolcularının kaynaklarına göre dağılımı Şekil 2.4'te gösterildiği gibidir (Url-3).



Şekil 2.4 : Kaynak pazarın kruvaziyer bölgelerine dağılımı.

Gemi seyahati, İkinci Dünya Savaşı sonrasında nüfus artış politikalarının etkisiyle hızla sayısı artan Kuzey Amerikan vatandaşları arasından önemli bir seyahat trendi haline gelmiştir. 1970'li yıllara gelindiğinde kruvaziyer kaynak pazarının %80'inden fazlasını Kuzey Amerikalı yolcular oluşturmaktaydı (Çizelge 2.3) (Dowling, 2017). Bugün bu oran gerilese de yine de Kuzey Amerikalı yolcuların toplam pazardaki yeri kaydadeğer oranda yüksektir. Bu nedenle de, kaynak pazar profili ile ilgili yapılan araştırmalar, Kuzey Amerikalı mevcut ve potansiyel yolcular üzerinde gerçekleştirilmiştir (CLIA 2017b; Ostrowski, 2006). Son yıllarda, kaynak pazar açısından Asya, Avustralya, Arap Körfezi gibi bölgelerden yolcuların sayısının oldukça artırması neticesinde, kruvaziyer endüstrisi içinde Kuzey Amerika kaynak pazarının payı %54,2'ye gerilemiştir (Dowling, 2017). Çizelge 2.3'te 1970 yılı

sonrasında kaynak pazarın yaş ve karakter profiline ilişkin bilgiler gösterilmektedir (Dowling, 2017).

Çizelge 2.3 : 1970 sonrası, yaş ve karakterlerine göre kruvaziyer yolcu profili.

On Yıl	1970	1980	1990	2000	2010
Ortalama Yaş	65+	60'lı yaşlar	50'lerin sonu	50'li yaşlar	40'lı yaşlar
Piyasa Bölümü (Market Segment)	Yaşlı emekliler, çiftler	Yaşlı emekliler, çiftler, tek kadınlar	Genç (aktif) emekliler, çalışan baby boomers ¹ , aileler	Genç (aktif) emekliler, baby boors, tek gezginler, çok kuşaklı gruplar, aileler, X-Y ve Z kuşağı ²	Genç (aktif) emekliler, baby boomers, tek gezginler, çok kuşaklı gruplar, aileler, X-Y ve Z kuşakları, Alfa kuşağı ³

¹ Baby Boomers: İkinci Dünya Savaşı Sonrasında Hızlı Nüfus Artışı Politikalarıyla Birlikte 1945-1965 Yılları Arasında Amerika'da Doğmuş Olan Kuşak. Baby Boomers Kuşağı Kruvaziyer Endüstrisinin 2000'li Yıllara Kadar Mevcut Kaynak Pazarının %80'inden Fazlasını Oluşturmaktaydı.
² X Kuşağı (1965-1976 Arası Doğan); Y Kuşağı (1977-1994 Arası Doğan); Z Kuşağı (1995-2009 Arası Doğan)
³ Alfa Kuşağı (2010 Yılı Ve Sonrası Doğanlar)

1986 yılından günümüze kruvaziyer turizmi alanında çeşitli çalışmalar yürüten CLIA raporlarına göre ortalama bir kruvaziyer yolcusu 49 yaş üstünde ve 104,000 \$ yıllık hane halkı gelirinə sahip olup, bunların %57'si kolej mezunu, %83'ü evli ve %57'si neredeyse tam zamanlı çalışan bir demografi göstermektedir (Ostrowski, 2006). Her ne kadar bundan 20 yıl önce kaynak pazarın %80'den fazlasını İkinci Dünya Savaşı sonrası doğan Kuzey Amerikalı kişiler (*baby boomers*) oluşturmuş olsa da; bugün özellikle Y ve Z kuşağı, farklı milletlerden oluşan heterojen bir yolcu profilini meydana getirmiştir (CLIA, 2017b). Özellikle, çoğunluğunu Çinli (%67,8)'lerin oluşturduğu Asya kaynak pazarının son yıllarda, seyahat tercihinin gemi seyahati alternatifini yönünde kullanması, operatörlerin gemilerini bu bölgeye doğru yönlendirmesine yol açmıştır. Böylece, Asya Bölgesi, 2013 yılı itibariyle kruvaziyer endüstrisindeki payını son dört yılda %24 oranında arttırmıştır (CLIA, 2017c). 2013 yılında 1,51 Asyalı kruvaziyer gemi seyahati yaparken 2017 yılında bu sayı 4,24 milyon yolcuya yükselmiştir (CLIA, 2017c). Avrupa'da ise başta İngiltere (%28) ve Almanya (%30) uyruklu yolcular olmak üzere kruvaziyer gemileri ile yolculuk yapan kişi sayısı 2016 yılında toplamda yaklaşık 6,7 milyon yolcuya yükselmiştir (CLIA-EU, 2016). Türkiye'den kruvaziyer gemileri ile seyahat eden yolcu sayısı ise Avrupa ülkelerine göre oldukça düşüktür (Bayazıt, 2015). 2015 yıllarında kruvaziyer gemi

seyahatini deneyimleyen kişilerin katılımıyla yürütülen bir çalışmaya göre; kruvaziyer gemi seyahatini diğer seyahat alternatifleri içinde ilk sıraya yerleştiren faktörler; birden fazla yeri ziyaret etmek (%70), rahatlık ve konfor (%60), şımartılma duygusu (%60), seyahat edilen yerleri sonra tekrar ziyaret etmek üzere keşfedilmesi olanağı (%59), organizasyon kolaylığı (%58), özgünlük ve farklılık (%55) olarak tespit edilmiştir (CLIA, 2014). 2014 yılı istatistiklerine göre de yolcuların büyük bir kısmı (%85) kruvaziyer ürününü satın almalarındaki en önemli faktörün birden fazla liman yerini görmek oluşunu ve bu sayede bir sonraki seyahat tercihlerinde gidebilecekleri yerleri örnekleme fırsatı elde ettiklerini belirtmiştir (CLIA, 2014).

Seyahat güzergahları, çıkış (*egress*) ve varış noktaları (*destination*) ile aktarma merkezleri (*hub*) seyahat ve turizm endüstrisinin kilit kavramlarıdır (Lew & McKercher, 2002). Kruvaziyer endüstrisinde ise, uğrak limanlar (*transit*), indi ve bindi limanları (*turnaround*) ile ana limanlar (*homeport*) bu kavramlara karşılık gelmektedir. Kruvaziyer liman ve destinasyonları, kruvaziyer turizmi değer zincirinin önemli bir halkası olup; varış yerlerindeki kruvaziyer limanları, yolcular ile cazibe yerlerini ve gemi operatörleri ile destinasyon yöneticilerini buluşturan kesişim noktalarıdır (UNWTO, 2016). Öyle ki, literatüre göre yolcu tercihlerini etkileyen en önemli faktör ziyaret edilen liman varış yerleri olup, liman yerlerinin yolcu motivasyonuna etki derecesi 10 üzerinden 7,9 seviyesinde tespit edilmiştir (FCCA, 2008; FCCA, 2013). Yolcuların seyahat tercihlerini etkileyen ilk üç faktörün başında yer alan liman destinasyonları (%77,7), fiyat kriterinin (%86,8) ardından ikinci sırada yer almaktadır (CLIA, 2014). Gemi seyahati kapsamında günümüzde modern kruvaziyer gemi tasarımları, yeni ve çeşitli güverte olanakları aracılığıyla sunulan kruvaziyer ürünü, yolcuların gemide daha fazla zaman ve dolayısıyla para harcamalarına yönelik geliştirilmekteyse de yapılan çalışmalar, liman yerlerinin kruvaziyer turizmi faaliyetinin gerçekleştirilmesi sürecinde yolcu tercihleri açısından vazgeçilmez bir kriter olduğuna işaret etmektedir. Zaten, günümüz şartlarında gemi seyahati ürünü kruvaziyerin tarihinden günümüze gelişen doğası gereği, kruvaziyer liman yerlerinin katkısı olmadan düşünülemez.

Kruvaziyer limanları, literatürde farklı şekillerde sınıflandırmalara tabi olmuştur: Limanda gemiye ve yolcuya verilen hizmet açısından aktarma (transit), indi veya bindi (port of embarkation/disembarkation), hibrit (hybrit), giriş (gateway), ana liman (homeport), uğrak liman (ports of call) olarak isimlendirilirken; tanınırlık açısından

küresel liman, marka liman, butik liman gibi farklı tanımlamalara tabi olmuştur (McCalla, 1998; Marti, 2004; Gui ve Russo, 2011; Rodrigue ve Notteboom, 2013; Bayazit ve diğ., 2015). Bununla birlikte, gerçekleştirilen doktora tezi kapsamında kruvaziyer limanları kruvaziyer gemilerinin ziyaret ettiği yerlerin etrafında konumlanmış limanlar olarak ayırım gözetmeksizin liman ve hinterlandı olarak birlikte kruvaziyer limanı olarak ele alınmıştır.

Dünya çapında okyanus ve nehir gemilerinin seyahat ettiği yüzlerce kruvaziyer limanı bulunmaktadır (Url-5). Mevcut liman sayısı bakımından 127 destinasyon ülkesi arasında ülke bazında liman sayısı üzerinden yapılan bir sıralamaya göre, dünya çapında ilk on ülkenin destinasyon payları Çizelge 2.4'te gösterildiği gibidir (Url-5).

Çizelge 2.4 : Küresel liman destinasyonu ülkelerinin 2018 yılı pazar payları.

	Ülkeler	Destinasyon Payı (%)	Liman sayısı
1	ABD	5,37	60
2	Norveç	5,28	59
3	İtalya	4,57	51
4	Fransa	4,57	51
5	Yunanistan	4,57	51
6	Birleşik Krallık	4,48	50
7	Japonya	4,39	49
8	Avustralya	3,94	44
9	İspanya	3,22	36
10	Kanada	2,95	33

Çizelge 2.4'e göre aktif kruvaziyer liman sayısı açısından değerlendirildiğinde pazar payının yine büyük kısmını tıpkı kaynak pazarda olduğu gibi Amerika, Avrupa ülkeleri ve Asya bölgesinin aldığı görülmektedir. Türkiye ise sahip olduğu jeopolitik, coğrafi, turistik avantajlara rağmen liman sayısı bakımından ilk on varış yeri ülkesi arasında yer almamaktadır. Dahası, ortak kruvaziyer bölgesi olan Ege Denizi'ne kıyısı olan Yunanistan'ın kruvaziyer gemilerine hizmet veren liman sayısındaki (Türkiye'ye göre) üstünlük, gözle görülür bir rekabet üstünlüğünün Türkiye limanlarına karşı sağlanmış olduğunun bir göstergesi olarak dikkat çekmektedir. UDHB verilerine göre Türkiye'de farklı boyutlarda toplam 25 kruvaziyer limanı bulunmaktadır (UDHB DTGM Sektör Raporu, 2013). Bununla birlikte, UDHB DTGM tarafından her yıl yayımlanan istatistiklere göre (Url-6), bölgesel öçeekte kruvaziyer limanlarına olan mevcut talebin Türkiye'deki limanlar arasında dengeli bir şekilde dağılmadığı

gözenmiştir. Çizelge 2.5’de Türkiye’deki liman yerlerine göre gerçekleşmesi planlanmış sefer sayıları gösterilmiştir.

Çizelge 2.5 : Türkiye’ye planlanan seferlerin limanlara dağılımı, 2018.

Limanlar	Gemi Sayısı	Yolcu Sayısı	Personel Sayısı
Kuşadası	83	90,469	35,928
Bodrum	15	25,848	11,453
İzmir	3	5,952	2,163
Antalya	2	4,404	1,900
Marmaris	1	382	287
Dalyan	2	340	144
Toplam	106	127,395	51,875

Çizelge 2.5’te Haziran 2018 dönemine kadar olan gemi ziyaretlerine göre elde edilen istatistik gösterilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan 2023 Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı’na göre, deniz turizminin geliştirilmesi için kruvaziyer limanlarına özel önem verilmesi kapsamında, 11 farklı noktada yeni kruvaziyer limanı yapılması için fizibilite ve uygulama projelerinin geliştirilmesi planlanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bununla birlikte, 2018 yılında Türkiye limanlarına planlanan seferler incelendiğinde, Türkiye’de sadece 6 liman yerine gemi ziyareti olduğu tespit edilmiştir (Url-5). UDHB DTGM istatistiklerine göre 2017 ve önceki yıllarda aktif liman yerlerine gerçekleşen seferler incelendiğinde (Url-6), günümüzde faaliyet gösteren liman sayısının, önceki yıllarda ziyaret edilen liman sayısının neredeyse yarısı kadar olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 2.6).

Çizelge 2.6 : 2017 yılı ve öncesindeki gemi ziyaretlerinin Türk limanlarına dağılımı.

2017 Liman Sayısı	Önceki yıllarda Faaliyet Gösteren Tüm Limanlar	
Antalya	Alanya	İstanbul
Bodrum	Antalya	İzmir
Dalyan	Bartın	Kas
İzmir	Bodrum	Kemer
Kuşadası	Çanakkale	Kuşadası
Marmaris	Çeşme	Marmaris
	Datca	Mersin
	Dikili	Mudanya
	Fethiye	Samsun
	Göcek	Sinop
	Güllük	Taşucu
	İskenderun	Trabzon

Antalya, Bodrum, Dalyan, Kuşadası, İzmir ve Marmaris limanları 2017 yılında kruvaziyer gemilerinin yanaştığı limanlardır. Bu limanlara karşılık önceki yıllarda farklı zamanlarda gemi programlarına alınmış olan toplam 24 kruvaziyer limanı tespit edilmiştir (UDHB DTGM Sektör Raporu, 2013).

UDHB DTGM kruvaziyer gemi istatistiklerine göre, mevcut limanları 2017 yılında ziyaret eden toplam gemi personelleri hariç yolcu sayısı 306.788'dir. 2011-2017 yılları arasındaki yolcu sayıları incelendiğinde, yıllık ortalama yolcu sayısının 1.5 milyon civarında olduğu anlaşılmıştır. Ancak, 2017 yılında Türkiye'deki tüm limanları ziyaret eden toplam yolcu sayısı, 2018 yılında Yunanistan'ın bir ada limanı olan Santorini'yi ziyaret eden kruvaziyer yolcu sayısından daha azdır (Url-5) Bu durum, Türkiye'nin 2015 yılından sonra kaybettiği talebin, Yunanistan ve Adriatik Denizi kıyılarındaki limanlara doğru kaydığının bir göstergesidir. 2018 yılında Yunanistan ve Adriatik'te yer alan limanlara gelen kruvaziyer gemi sayısı 2.381 olarak tespit edilmiştir (Url-5; Url-7). Bu sayı Türkiye'nin, ortak kruvaziyer bölgesini paylaştığı Yunanistan ve Adriatik kıyılarına olan taleple karşılaştırıldığında yaklaşık 22 kat daha az tercih edildiğini göstermektedir. Özetle, Türkiye'nin bulunduğu bölgenin gemi seyahati açısından mevcut önemi ve kendi başına bir destinasyon ülkesi olarak sahip olduğu potansiyel değerlendirildiğinde yerel ve bölgesel ölçekte kruvaziyer endüstrisinden aldığı payın yeterli düzeyde olmadığı anlaşılmaktadır. Akdeniz Bölgesi'nde en çok ziyaret edilen ilk 24 kruvaziyer limanı, yıllık ortalama 900 bin civarında kruvaziyer yolcusu tarafından ziyaret edilmiş olup, Türkiye'deki limanların da bölgesi içindeki diğer limanlar ile rekabet edebilecek düzeye gelmesi için bu rakamlara ulaşabilmesi için genel ve özel stratejilerin belirlenmesinin zorunluluğu konusu ulusal resmi kaynaklarla da vurgulanmaktadır (UDHB DTGM Sektör Raporu, 2013).

Kruvaziyer kaynak pazarını oluşturan yolcuların yüzde ellisi seyahatlerine Kuzey Amerika'da bulunan limanlardan başlamaktadır (CLIA-EU, 2015). Bununla birlikte, en çok ziyaret edilen varış yerleri bakımından Avrupa kıtası, Akdeniz kıyıları sayesinde, Kuzey Amerika'ya yakınlığı ile ön planda olan Karayipler Bölgesi'ne rağmen önemini korumuştur (CLIA, 2015). Böylece, dünyanın yolcu ve gemi sayısı bakımından en yoğun limanları; başta Karayipler Bölgesi (Nassau, St. Marteen gibi), Kuzey Amerika (Cozumel, Port everglades gibi) ve Avrupa (Civitavecchia ve Barselona gibi) limanlarıdır (Rodrigue, 2017). Limanların yolcu ve gemi taleplerini etkileyen unsurlar, liman işlevine göre değişiklik gösterse de minimum gereklilikler:

seyir ve destinasyon güvenliği, liman ücretleri, liman yerindeki olanaklar ile yolcuların ilgisini çekecek niteliklerin mevcudiyeti olarak özetlenebilir (CGP, 2012). Büyük gemilere hizmet veren limanlar terminal ve ulaşım altyapısı bakımından yeterli olmak zorundadır. Öte yandan, araştırmalar modern terminal altyapılarının kruvaziyer aktivitelerini bölgelerine çekmek için tek başına yeterli olmadığını göstermiştir (Pallis ve diğ., 2014a). İndi-bindi limanları ya da uğrak limanları arasında ziyaretçi sayısı diğerlerine göre fazla olan limanlar marka liman sınıfında olmasa bile stratejik konumları sayesinde tercih edilir duruma gelmiştir (CLIA-EU, 2015). Görülmesi gerekli (*must-see*), çok istenen ya da bilindik olarak ifade edilen limanlar, marka liman olarak adlandırılmaktadır (Lukovic, 2013; Gui ve Russo, 2011). Marka limanlar, dünyaca tanınmış veya dünyaya mal olmuş limanlar olup, güzergah planlamasında etkin rol oynamaktadır. Bununla birlikte, tanınırlığı düşük; fakat, ziyaret eden yolcuların farklı hissetmesini sağlayan liman yerlerinin de seyir güzergahına dahil edilmesi kritik önemdedir (Pallis ve diğ. 2014b), Çünkü, farklılıklara sahip nitelikteki limanlar, güzergahların benzersiz satış teklifi (*Unique selling proposition*) stratejisine göre yolculara sunulması açısından kruvaziyer gemi ve tur operatörlerinin ilgisini çekmektedir (CGP, 2012). Tanınırlığı yüksek marka liman ya da küresel limanlar dışında küçük ancak, sahip olduğu cazibe nitelikleri ile yolculara kaliteli ürün ve hizmet sunabilen liman yerleri, butik liman olarak yeni bir pazarlama kavramını gündeme getirmiştir (Url-8). Akdeniz Bölgesi'nde yoğunluk ve işlev açısından değerlendirildiğinde, görülmesi gerekli (*must see*) limanların büyük kısmının uğrak limanlardan oluştuğu tespit edilmiştir (Rodrigue, 2017). Kruvaziyer turizmi faaliyetlerinden kaynaklanan kalabalık, gürültü ve hava kirliliği gibi çevresel etkiler kapsamında yapılan araştırmalar, bölgeye ve şehre önemli ekonomik girdi sağlamasına rağmen; marka bir liman olan Barselona Limanı'nı için çeşitli eleştiriler gelişmektedir (IREA, 2015). Dolayısıyla, yeni bir pazarlama aracı olarak butik liman kavramının marka limanlara karşı geliştirilmiş olduğu görülmektedir (Url-8). Yeni pazarlama taktikleri, gelişen endüstri eğilimlerine göre şekil değiştire dursa da; cazibe yerlerine olan mesafeler ve ulaşım imkanlarının mevcudiyeti liman seçimlerinde kruvaziyer işletmeleri için birer ölçüt olarak önemini korumaktadır. Lukovic (2013)'e göre kruvaziyer limanlarından birden fazla cazibe noktalarına doğru ulaşım kolaylığının sağlanması, ziyaret edilen liman yerini görülmeye değer kılmaktadır (Lukovic, 2013). Bu kapsamda, liman-şehir etkileşiminin sağlanarak kruvaziyer limanları ile yerleşim yerlerindeki cazibe yerlerinin entegre edilmesi, liman kentlerinin rekabet gücünün

arttırılması ve kruvaziyer turizminden yerelin aldığı payın sürdürülebilirliği açısından önemli görülmektedir (OECD, 2015).

Kruvaziyer güzergahları belirlenirken kruvaziyer işletmelerinin liman seçim kararını etkileyen bir çok kriter arasında, limanlar arası gidiş-dönüş mesafe ve seyir hızı faktörleri belirleyicidir (Rodrigue ve Notteboom, 2013). Lee ve Ramdeen (2013)'e göre, birbirinden farklı liman yerlerinin birleşmesinden oluşan seyir güzergahının, kruvaziyer gemisi doluluk oranını etkileyen önemli bir etken olduğunu belirtilmektedir (Lee ve Ramdeen, 2013). Liman yeri seçimi konusunda literatürde farklı yaklaşımlar tespit edilmiş olup (Marti, 1990; Bull, 1996; Lekakou ve diğ., 2009; Demirel ve Yücenur, 2011; Rodrigue ve Notteboom, 2013; Wang ve diğ., 2014; Bayazıt ve diğ., 2015; Chen ve Nijkamp, 2018), yapılan çalışmaların bulunduğu ortak fikir, kruvaziyer liman seçimi ve güzergah belirlenmesi kararının birden fazla kriter üzerinden sağlandığıdır. Bu kapsamda, önceki çalışmalar karmaşık bir problem olan liman seçimini iki boyutta ele almıştır: Birincisi, kruvaziyer işletmelerinin seyir güzergahına liman atama süreci; ikincisi ise bir yere liman inşa edileceği zaman uygun yer seçimi süreci. Demirel ve Yücenur (2011)'e göre yeni bir kruvaziyer limanının inşa edileceği yerin seçimi çok kriterli bir karar alma süreci olup stratejik, teknik, ekonomik ve sosyal faktörlerin etkisindedir (Demirel ve Yücenur, 2011). Avrupa Birliği tarafından Interreg 4B programı kapsamında desteklenen Kuzey Denizi Bölgesi'ni kruvaziyer bölgesi olarak geliştirmek için gerçekleştirilen proje kapsamında yapılan analizlere göre ise kruvaziyer işletmeleri ile liman destinasyonları liman yeri seçimi problemine farklı bakış açılarıyla yaklaşmaktadır (CGP, 2012). Bununla birlikte, işletmelerin karar sürecini etkileyen önemli faktörler seyir açısından erişilebilirlik, karlılık ve güvenlik kriterlerinin arkasından turistik cazibe ve coğrafi lokasyon olarak tespit edilirken, potansiyel kaynak pazar düşük seviyede önemli olarak belirlenmiştir (CGP, 2012). Gui ve Russo (2011)'e göre ise kruvaziyer işletmelerinin liman yeri seçim kararında en önemli kriter olan varış yerleri, Avrupa kaynak pazarının seyahat seçiminde belirleyici bir etken olup, bununla birlikte güzergaha dahil edilecek limanların seçimi kültürel ve tarihi içerikten etkilemektedir (Gui ve Russo, 2011). Bull (1996)'a göre ise gemi operatörlerinin küresel ölçekte liman yeri seçimine etki eden iki temel değişken, fiyatlandırma ve ürün farklılaşmasıdır. McCalla (1998), liman yeri yerleşiminde bulunan cazibeleri ve etkinlikleri, limanda sunulan imkanları ve hizmetleri içine alan çevresel ve limanın lokasyonu, bölgesel cazibesi ve ulaşım bağlantılarını içeren

durumsal koşullarını tanımlamıştır (McCalla, 1998). İleriki çalışmalarda ise liman yeri seçiminde etkili olan liman ve hinterlandına ilişkin bir çok kriter tanımlanmıştır (Lekakou ve diğ., 2009). Liman seçimine etki eden faktörler limanın doğal özellikleri, gemi ve yolcuya sunduğu olanakları, liman verimliliği, şehirdeki imkanlar, ulaşım imkanları, yolcular açısından cazibe yerlerinin mevcudiyeti ve kruvaziyer yolcu pazarına yakınlık, limanın yönetilmesi olmak üzere bir çok açıdan ele alınmıştır (McCalla, 1998; Lekakou ve diğ., 2009). Birden fazla liman yerinin başarılı bir biçimde birleştirilmesiyle bir kruvaziyer güzergahı (*itinerary*) oluşurken, güzergah kararını etkileyen faktörlerin başında, yolcuların liman yerlerindeki tecrübelerine göre oluşan memnuniyet seviyesi gelmektedir (CLIA, 2014). Kruvaziyer operatörlerini, özellikle, güzergahta ziyaret edilecek liman seçimi konusunda motive eden faktörlerin tespitine yönelik bir çalışmada, limanın yolcu ve gemi operatörleri tarafından tercih edilmesindeki en güçlü etkenin varış yerindeki (destinasyonlardaki) turistik cazibe unsurları olduğu tespit edilmiştir (Wang vd., 2014). Wang vd. (2014)'e göre, bir limanın hinterlandındaki ulaşılabilirlik faktörü ise, en az turistik cazibe noktalarının mevcudiyeti kadar önemlidir (Wang vd. 2014). Gui ve Russo (2011), destinasyonların kruvaziyer endüstrisinde rekabetçilik düzeyine bölgesel limancılık bakış açısıyla yaklaşarak, liman yerinde paydaşlar (liman işletmesi, yerel işletmeler, kruvaziyer işletmeleri, küresel ortaklar vd.) arası işbirliğinin önemini vurgulamaktadır (Gui ve Russo, 2011). Yerel ölçekte kruvaziyer turizminin sürdürülebilirliğine yönelik gelişim stratejilerinin belirlenmesinde, kruvaziyer ürünü değer zincirinde yer alan yerel ve küresel paydaşlar arası işbirliği oldukça kritik bir süreç olarak değerlendirilmektedir (UNWTO, 2016).

Liman destinasyonlarının, kruvaziyer endüstrisinin önemli bir parçası olmasının yanısıra; küresel kruvaziyer işletmelerinin (gemi operatörleri ve onları küresel ortakları), yolcuların denizde ve karada boş vakitlerinin büyük bir kısmını güvertedeki olanakları kullanarak tüketmelerine yönelik başarılı stratejileri, gemi operatörlerinin varış yerlerine olan bağımlılığını azaltan bir etki yaratmaktadır (Gui ve Russo, 2011). Ayrıca, kruvaziyer gemi operatörleri alternatif bir çok destinasyonun mevcudiyeti sayesinde güzergah ve liman seçiminde karar esnekliğine sahiptir (Güngör, 2018). Bununla birlikte, marka limanlar ya da popüler olmayan fakat eşsiz deneyimler sunan egzotik ya da keşif limanları olarak bilinen özgün limanlar güzergah satışında etkili olması sayesinde kruvaziyer gemi operatörleri tarafından tercih edilmektedir (Gui ve

Russo, 2011; Pallis ve Rodrigue, 2014a). Kruvaziyer şirketleri ve yolcu tercihlerini etkileyen bir çok kriterin mevcudiyeti, limanlar arasında rekabet koşullarını dolayısıyla da elde edilen faydayı yerel ve bölgesel ölçekte değişken kılmaktadır. Kruvaziyer destinasyonlarında gerek yerel halkın gerekse karar alıcıların kruvaziyer turizminden alınan paya göre ilgi ve farkındalık düzeyinin değiştiği bilinmektedir (Klein, 2011; Dowling ve Weeden, 2016). Çeşitli tanıtım amaçları ve fiziki koşullarına göre liman fonksiyonları doğrultusunda literatürde mevcut farklı liman tiplerine (ana liman, uğrak liman, butik liman, marka liman vd.) göre kruvaziyer endüstrisinden alınan payın değişeceğine yönelik çalışmalar bulunmakla birlikte (Braun ve diğ., 2002; Dwyer ve diğ., 2004; Fernandez Guerrero ve diğ., 2008; Vagellas, 2016), kruvaziyer limanları tek bir kavram olarak kruvaziyer turizmi endüstrisinin ayrılmaz bir parçasıdır (Klein, 2011; UNWTO-APTEC, 2016). Dolayısıyla, genel olarak liman destinasyonlarının piyasada rekabetçi düzeyde kalması için, mevcut fiziki altyapı ve üstyapı imkanlarının yanı sıra küresel eğilimlere ve yerel çıkarılara bağlı kalınarak yenilikçi stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Liman yerinin ayırd edici özelliklerini ön plana çıkaracak mekansal stratejilerin, kruvaziyer gemi operatörlerinin kruvaziyer gemi güzergahını belirleme kararlarına etki ettiği bilinmekle birlikte (Marti, 1990), alan yazın taraması sonucunda kıyı alanları gibi karmaşık mekansal sistemlerinin planlanması; farklı karar alıcıları etkileyen ve birden fazla kriterden etkilenen çok kriterli bir süreç olduğu için bütüncül yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır. OECD (Ekonomi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), limanlardan sağlanan ekonomik değeri yerel ölçekte arttırmaya yönelik kıyı kalkınma planlarında arazi kullanım stratejisine dikkat çekmektedir (OECD, 2015). OECD'ye göre kıyı alanlarının kalkınmasında kamuya açık alanlar, yerleşim yerleri, ofisler, dükkanlar ve ticari merkezler gibi mekanlar önemli rol oynarken; gelişme kapsamında liman kimlikleri çoğu zaman gözden kaçmaktadır. Öte yandan, liman rekabetçiliği çerçevesinde, liman kimliği kıyı alanlarının kalkınması kapsamında arazi kullanımı ve kaynak planlamalarında önemli bir rol oynamaktadır (OECD, 2015). Güney Ege Kalkınma Ajansı da tıpkı OECD gibi, liman kimliği konusunu vurgulamıştır (GEKA, 2014). Bu kapsamda, TR 32 Bölgesi Kalkınma Planı içinde kruvaziyer limanlarına kimlik kazandırma konusunda öncelikli mekanlar belirlemesi dikkat çekmektedir (GEKA, 2014). GEKA'nın limanlara kimlik kazandırılması kapsamında belirlediği öncelikli dört liman yerinden bir tanesi Bodrum'dur.

Kruvaziyer endüstrisi ekonomik büyüme, istihdama katkı ve yenilikler kapsamında açıkdeniz rüzgar, dalga, akıntı enerjisi ile petrol ve gaz sondajı, deniz bio-teknolojisi gibi sektörlerle birlikte; 2030 yılına kadar platform endüstrisinden sonra en fazla pay alacağı tahmin edilen deniz ve kıyı turizminin (%26) önemli bir alt dalıdır (OECD, 2016). Dolayısıyla, gelişmekte olan kruvaziyer endüstrisinden pay almak için yerel ve bölgesel ölçekte yenilikçi yaklaşımlar ve özel stratejiler geliştirmek önem arz etmektedir. Kruvaziyer ürünü liman ve destinasyonlar ile deniz yolculuğunun birleşiminden oluşmasına rağmen; benzersizlik ve standardizasyon, yerellik ve küresellik arasındaki zorlu bir ilişkinin nihai ürünü olarak tanımlanmıştır (Gui ve Russo, 2011). Limanlara kimlik kazandırılması süreci gerek kruvaziyer ürününün doğasına gerekse gemi seyahati için yolcuları motive eden birinci faktör olan liman yerlerinin kruvaziyer turizminden hak ettiği ölçüde pay almasına katkıda bulunabilecek yenilikçi ve stratejik bir araç olarak görülmektedir.

Dünyanın önemli kruvaziyer liman örnekleri incelendiğinde; Port Everglades, Amsterdam gibi marka limanların master plan çalışmalarında liman kimliğinin, dikkate alınan bir unsur olduğu görülmüştür (Port Everglades Final Art Master Plan, 2009; Mccarthy ve Romein, 2012). Ayrıca, Bodrum Kruvaziyer Limanı ve Zeytinburnu (Seaport) projeleri fizibilite süreçlerinde yer almış olan uygunluk ve tasarım konularında uzman bir işletmenin, üzerinde özenle durduğu konularından birinin liman kimliği olduğu tespit edilmiştir (Url-9). Hooydonk'un hassas değerler teorisinde de limanların kaybolan kimliği vurgulanmaktadır (Hooydonk, 2009). Kuzey Denizi Bölgesi'ni kruvaziyer turizmi açısından geliştirmek ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak üzere yapılan araştırmalar da, güzergah planlama sürecinde kruvaziyer gemi operatörleri tarafından bir çok ölçütü sağlaması sayesinde önemsenen kruvaziyer liman bölgesinin kimlik yoksunluğunu ortaya çıkarmıştır (CGP, 2012). Gui ve Russo (2011)'ya göre coğrafi avantaja sahip, ayrıca bir çok cazibe yerine yakın olan kruvaziyer limanları uluslararası turizm piyasasında ayırd edici bir kimlik ile tanıtılabilir (Gui ve Russo, 2011, sf140). Liman kimliğinin, kıyı alanlarının sürdürülebilir gelişimi ve liman yerlerinin kruvaziyer turizminden yerel ve bölgesel ölçekte daha fazla pay alınması açısından önemine bir çok kaynakta vurgu yapılmış olmasına rağmen, liman kimliğinin ortak ve somut bir tanımı henüz yapılmamıştır. Avrupa Birliği tarafından belli aralıklarla yayınlanan Green Paper (2006)'da; "deniz ve okyanusların önemli olduğu milletlerde ortak bilinçte kimlik oluşturulmasını teşvik

etmenin sürdürülebilir kalkınmadaki önemi” nin altı çizilmiştir. İlaveten, kimliğin; ortak bir kimlik duygusu altında paydaşları bir araya getirerek denizcilik planlama süreçlerine katılımın sağlanmasında da önemli bir etki olabileceği belirtilmiştir (Green Paper, 2006). Özetle, yapılan literatür taramasına göre liman kimliği daha önce bir çok kaynakça vurgulanmış ancak henüz ortak, somut ve ölçülebilir bir tanımı olmayan önemli bir kavramdır. Bu kapsamda, liman kimliğinin tanımlanması, liman yerlerinde gelişim ve pazarlama aracı olarak kullanılabilmesine yönelik tüm limanlarda uygulanabilir bir yöntem geliştirilmesinin, liman rekabetçiliğini etkileyen sektörel bir ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir.

Küreselleşme ile birlikte kaybolan mekansal kimlikler üzerine, özellikle çevre tasarımı, mimarlık, mekânsal planlama alanlarında yerel kimlik, yer kimliği, kentsel kimlik gibi farklı başlıklarda kimlik tanımlamaları yapılagelmiştir. Shao (2014)’e göre kimlik, literatürde farklı seviyelerde tanımlanmış bir kavramdır (Shao, 2014). Kimlik kavramı; ulusal kimlik, bölgesel kimlik, kentsel kimlik ve yerel kimlik olarak farklı fiziksel boyutlarda ifade edilmiştir (Dredge ve Jenkins, 2003). Dredge ve Jenkins (2003)’e göre, turizm; esas olarak mekana dayalıdır ve farklı boyutlarda destinasyon kimliğinin üretimini içerir. Yani, turizm ve kimlik mekan ile ilişki içinde ve birbirine bağlıdır. Herhangi bir zaman diliminde ulusal, bölgesel ve yerel düzeydeki kuruluşlar, ziyaretçileri cezbetmek ve destinasyonun pazar payını arttırmaya yönelik faaliyetlerinde, mekanın geliştirilmesi ve tanıtılması konularını kimlikten bağımsız düşünmemelidir (Dredge ve Jenkins, 2003). Kimliği ileri sürerken mekansal faktörlerin yanısıra kültürel farklılıklar da dikkate alınmıştır (Christmann, 2003). Mekansal planlama ve şehircilik literatüründe yer edinen kimlik konusu, fiziksel olmayan bir unsur olarak kentsel kalkınma literatüründe, bir mekânda yaşayan kişilerin karşılıklı etkileşiminden ortaya çıkan psikolojik bir kavram olarak değerlendirilmiştir (Lalli, 1988). Lalli (1988)’ye göre kimliğin sosyal, duygusal ve sembolik boyutları vardır. Öyle ki, kimliğin çeşitli boyutları bir yerleşim biriminde yaşayan kişilerin o yer ile ilişkili aidiyet ve bağımlılık duygularının çıkış noktasıdır (Lalli, 1988). Mekansal gelişme sürecinde kimlik, öznel gerçeklik için anahtar olup, toplumla karşılıklı bir ilişki içindedir (Christmann, 2003). Christmann (2003)’e göre kültürel bir fenomen olarak yaşam alanları, fiziksel ve fiziksel olmayan nesnelere bileşiminden meydana gelmiş olup, bu fiziksel ve fiziksel olmayan nesnelere karşılıklı olarak birbirine bağımlıdır (Christmann, 2003). Bir yerin kimliği, bulunduğu bölgenin

tarihsel mirası ve geleneksel niteliklerinin arasındaki ilişki olarak da tanımlanmıştır (Defner, 2007). Trancik, 1986'e göre bir yerin kimliğinin oluşması sürecinde çevre ile yerel kültür arasında da karşılıklı bir ilişkinin bulunmaktadır (Shao, 2014'da atıfta bulunulduğu gibi). Pritchard ve Morgan (2001)'a göre kimlik yalnızca tarihsel olmayıp bölgedeki bir çok bileşenden meydana gelen bir kombinasyondur. Sosyal, tarihsel, kültürel ve politik süreçlerin bileşimi olan kimlik bölgedeki bir çok bileşenden meydana gelmektedir (Pritchard ve Morgan, 2001). Dolayısıyla, kimlik geleneksellik, tarihsel ve kültürel miras gibi fiziksel olmayan ve mekana dayalı unsurlar aracılığıyla farklı şekillerde tanımlanmış bir olgudur. Bu kapsamda yapılan alan yazın taraması ile tespit edilen kimlik tanımları bu bölümde açıklanmıştır. Bunlar:

Ulusal/milli Kimlik: Ulusal kimlik kapsamında ülkeler, genellikle çevresel ve fiziksel boyutlarından ziyade sembolik anlamlarıyla incelenmiş (Vale, 2008), ulusal kimliğin görünür sembolleri; nesne ve olay, anıt ve törenler gibi farklı biçimlerde şekillenmiş olup ulusal kimliği tanımlamıştır (Shao, 2014'da atıfta bulunulduğu gibi).

Bölgesel Kimlik: Tıpkı ulusal kimlik gibi, bölgesel kimlik de, tarihsel ve sosyal uyum süreci boyunca oluşan bir fenomen tanımlanmıştır (Raagmaa, 2002). Toplumların yaşadıkları bölgeyle bütünleşmiş sosyo-ekonomik süreçleri ve hafızalarında yansıyan fiziksel ve sosyal alanlarıyla birlikte meydana getirdikleri zihinsel ve sembolik anlamlar bölgesel kimliği meydana getirmiştir (Castells, 1983).

Kentsel Kimlik (Şehir Kimliği): Kentsel kimlik, kente ait fiziksel ve fiziksel olmayan yönlerin arasındaki bağı sağlayan çok yönlü ve karmaşık bir kavram olarak tanımlanmış olup, şehrin fiziksel bağlamda insan zihninde beliren bir imaj oluşturmada etkili olan stilleri; binalar, kullanılan renk ve malzemeler, cazibe derecesi, silueti gibi sembolik konularla birlikte; insanların şehri anlamada etkilendiği imgelerin bileşimidir (Shao, 2014). Kentsel kimlik, ulusal ve bölgesel kimliğe tarih boyunca yerel özelliklerin gelişimi olarak görülmesi açısından benzese de, daha küçük bir ölçekte yöre sakinlerinin çevreleriyle olan etkileşiminden meydana gelmektedir. Tarih ve kültürün yanı sıra coğrafi özellikler de şehirleri tanımlamaktadır (Shao, 2014).

Yerel Kimlik: Yerel veya yöre kavramı on dokuzuncu yüzyılın ortalarına doğru yerleşim, mahal olarak geliştirilmiştir (Lynch, 1960). Daha sonra 1972'de Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı'nda ortaya çıkarılan "Küresel düşün, yerel hareket et" sloganı doğrultusunda önem kazanan yerellik kavramı küresel ölçekten ayrılmış

fakat küresel bakış açısıyla bütünleşmiş olarak ifade edilmektedir. Lokal kimlik veya yerel kimlik araştırmalarının temel odak noktası bir çok araştırmada da gözlendiği üzere insan görüşlerine dayanmaktadır (Shao, 2014). Yerel kimlik fiziksel, tarihsel, sosyal ve estetik olmak üzere çeşitli açılardan açıklanan bir kavramdır (Oktay, 2005).

Kişisel Kimlik: Williams (1973)'e göre ortaya çıkışı felsefede on yedinci yüzyıla dayanmakta olan şahsi kimlik bir kişinin diğerini onun fiziksel görünüşü, sesi gibi somut; davranışları gibi soyut özelliklerine göre tanımladığıyla ilgili bir terimdir (Shao, 2014'de atıfta bulunulduğu gibi)

Kültürel Kimlik: Kültürel kimlik, Krause (2001)'e göre yerel manzara (peyzaj) mekansal ve yapısal karakteristiklerin yanı sıra kültürel estetik yansımasıyla oluşmaktadır (Krause, 2001). Kültürel kimlik insanların sahip olduğu şahsi kimlik ile yakından ilgili olmasının yanında, insanların yaşadıkları yeri tanımlaması yaşadıkları yerin mirası ile gurur duymasıyla yakından ilişkilidir (Shao, 2014).

Toplumsal Kimlik: McMillan ve Chavis (1986)'e göre toplumsal kimlik toplumsallık bilinci olarak ifade edilmektedir (McMillan ve Chavis, 1986). Toplum "belirli bir yerde yaşamak gibi bir durumdan diğer menfaatlere, inanışlara veya değerlere göre değişebilen çeşitli ortak unsurlara sahip insanlar kümesi" olarak tanımlanmaktadır (Obst ve White, 2005). James ve Gittns (2007)'ye göre her toplum farklı çevresel estetik oluşumlarına yol açan kendine özgü niteliklere sahiptir (James ve Gittns, 2007). Benzer bir diğer tanımda ise toplumsal kimlik peyzajın yerel kültüre ve karaktere ne ölçüde katkıda bulunduğu konusundaki fikirler veren bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Smith ve diğ., 2011)

Peyzaj Kimliği: Turner (2006)'ya göre hem insanları geliştiren hem de onlar tarafından şekillendirilmiş olan aktif bir malzeme kültürü olarak tanımlanmaktadır (Shao, 2014'da atıfta bulunulduğu gibi). Stobear ve Pedrolı (2011) peyzaj kimliğine katkıda bulunan dört tip kimlikten bahsetmektedir. Bunlar; insan ve fiziksel çevre arasındaki etkileşimi açıklayan varlıksal kimlik; insanların çevrelerine kimlik kazandırdığı varsayımından yola çıkarak içinde yaşadığı ve varlığını algıladığı peyzaja odaklanan mekansal kimlik; bir kişinin bulunduğu yerde yaşadığı deneyimi algılamaya odaklanan şahsi kimlik ve insanın şahsi yorumlarına odaklanmak yerine belirli bir yerin hikayesi hakkında insanların sağladığı fikir birliğini vurgulayan kültürel kimlik'dir (Shao, 2014'da atıfta bulunulduğu gibi).

Kimlik kavramı, psikoloji'den matematiğe, biyolojiden kuantum fiziğine kadar farklı disiplinlerde kullanılan bir kavramdır. Temelde, bir nesneyi ya da varlığı başka varlıklardan ayırma işlevi olan kimlik; Webster (1983)'e göre bir kişinin ya da nesnenin ayırd edilebilir özellikleri olarak basitçe tanımlanmıştır (Oktay, 2011'de atıfta bulunduğu gibi). Mekansal kimlikler de tıpkı kişilerin kimliği gibi bir mekanın diğerinden ayrılarak anlaşılabilmesi ya da insanlar için fark edilir hale gelmesini sağlayan niteliklerin bütünüdür (Lynch, 1960). Lynch (1960), fiziksel kimliğin ve zihinsel imajın ilişkisini araştırmıştır (Lynch, 1960, sf.9). Lynch (1981)'e göre ise bir kişinin, bir yeri başka yerlerden ayırt etmesi veya o yerin ayırd edici özelliği sayesinde hatırlaması, o yerin sahip olduğu kimlik ile mümkündür. Manley ve Guise (1998)'e göre ise kimlik yalnızca fiziksel görünüş değil öte yandan sesler ve kokular gibi fiziksel olmayan öğeleri de kapsamaktadır (Manley ve Guise, 1998). Hall (1997)'ye göre kimlik asla tamamlanamayan bir süreçtir (Hall, 1997). Kentsel gelişme sürecinde, kimlik öznel gerçeklik için anahtardır ve tüm öznel gerçekler toplumla karşılıklı bir ilişki içerisinde düşünülmektedir (Christmann, 2003). Lynch (1960)'in fiziksel ve nitelik arasındaki ilişki arayışı ve yukarıda bahsedilen diğer çalışmalar, kimliğin somut ve somut olmayan unsurların bir bileşimi olduğuna işaret etmektedir.

Yapılan literatür araştırması sonucunda, liman kimliği kavramının ilk defa liman şehirlerine kimlik arayışı problemiyle ilişkili olarak gündeme getirildiği tespit edilmiştir (Broeze, 1985). Mevcut kimlik tanımları incelendiğinde, kimliğin iki temel bileşenden meydana geldiği anlaşılmıştır. Bunlar: fiziksel olan (somut) bileşen ve fiziksel olmayan (duyumsal ya da soyut) bileşendir. Liman kimliği kavramsal çatısı oluşturulurken bu iki temel bileşen göz önünde bulundurulmuştur. Liman kimliğini meydana getiren niceliksel ve niteliksel kriterler belirlenirken çeşitli kimlik tanımlarından, kruvaziyer turizmi faaliyetlerinin liman destinasyonlarındaki güncel eğilimlerinden ve turizmde destinasyon çekiciliğine etki eden faktörler literatüründen faydalanılmıştır. Deniz ulaşımı ile seyahat ve eğlence sektörünün yani turizmin birbiriyle iyi entegre edilmiş şekli olan kruvaziyer endüstrisinde limanlar kruvaziyer ürününün ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir (Gibson, 2006). Bu kapsamda, liman kimlik kriterleri belirlenirken, kruvaziyer yolcularını, yani kaynak pazarı dolayısıyla da kruvaziyer işletmelerini destinasyona çeken temel cazibe unsurları dikkate alınmıştır (McCalla, 1998). Gerçekleştirilen tez çalışmasında liman kimliği, kendisini meydana getiren fiziksel ve somut olmayan bileşenler dikkate alınarak;

nitelik (fiziksel olmayan, tanımlayıcı) ve nicelik (fiziksel) bileşenlerle ve bu bileşenlere uygun kriterler geliştirilerek tanımlanmıştır.

Tsiotas ve diğ. (2018), kruvaziyer literatüründe coğrafi yaklaşımların oldukça kısıtlı olduğu vurgulanmıştır (Tsiotas ve diğ., 2018). Töreayen ve diğ., (2010)'ne göre ise coğrafyanın kapsadığı her alana uygulanabilir bir yöntem olarak CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) yöntemleri ön plana çıkmaktadır (Töreayen ve diğ., 2010). Başlangıçta askeri amaçlarla kullanılan CBS yöntemleri daha sonra farklı bilim insanları tarafından çeşitli amaçlarla kullanılmıştır (Kuleli, 1998). Limanlara kimlik kazandırılması sürecinde ise, karar alıcıları birleştirici bir etkiye sahip olan, ayrıca mekansal (nicelik) ve tanımlayıcı (nitelik) özellikte kriterler ile tanımlanan bir kavram olarak liman kimliği; CBS yöntemleri ile görselleştirilmiştir. Bu kapsamda, liman kimliğinin CBS ortamında mekansal analizleri için literatürde kabul görmüş yöntemler olan MCE (Çok Kriterli Değerlendirme), AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) ve WLC (Ağırlıklı Doğrusal Kombinasyon) yöntemleri kullanılmıştır (Voogd, 1982; Malczewski, 2000; Eastman, 2003; Eastman, 2006). Yenilikçi yaklaşımların önünü açan CBS destekli MCE uygulamaları, önceki çalışmalarda mekana dayalı karar verme ve planlama süreçlerinde etkinliği arttıran bir karar destek sistemi olarak kullanılmıştır (Carver, 1991; Jankowski, 1995; Eastman, 2003). CBS ile MCE'nin birlikte kullanımı 1991 yılına dayanıyor olsa da (Carver, 1991), yapılan literatür araştırmasında henüz kruvaziyer literatüründe bir uygulamasına rastlanmadığı anlaşılmıştır.



3. MATERYAL VE METOT

Tez çalışmasında kullanılan metotlar, materyal ve veri modeli aşağıda yer aldığı gibi açıklanmıştır.

3.1 Yöntemler

Bu bölümde gerçekleştirilen doktora tezi kapsamında kullanılan tüm yöntemler açıklanmaktadır. Tezde kullanılan temel yöntemler: Anket ve Görüşme Yöntemi, Gözlem Yöntemi, İkincil Veri Araştırma Yöntemi (Masa Çalışması Yöntemi), Paydaş Analizi, CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) Yöntemleri, CBS uygulamaları kapsamında MCE (Çok Kriterli Değerlendirme) ve WLC (Ağırlıklı Doğrusal Kombinasyon) Yöntemleri, AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) Yöntemi ve İstatistik Yöntemleri olmak üzere alt başlık halinde anlatılmaktadır.

3.1.1 Anket ve Görüşme Yöntemi

Bilgilerin sözlü ve yazılı ifadeler ya da sorular aracılığıyla elde edilmesi amacıyla kullanılan anket ve görüşme yöntemlerinden yüzyüze görüşme ve anket yöntemi seçilmiştir. Tez çalışmasında, toplumsal çalışmalarda veri toplama sürecinde sıklıkla kullanılan yüzyüze anket ve görüşme yönteminin seçilmesinin nedenleri: (i) İlk elden etkin veri toplama, (ii) soruların doğru kişi tarafından cevaplandırıldığından emin olma, (iii) anket uygulamasının güvenilirliğini güçlendirme ve kurum ya da kişilere çalışmanın önemini konusunda gerekli durumlarda bilgi aktarma, (iv) anket sorularının doğru ve daha kolay algılanması ile potansiyel anlaşılma durumlarında doğrudan müdahale edebilme olanaklarıdır (Neuman, 2016).

Tez çalışmasında, paydaşlar ile yüzyüze görüşülerek liman kimliği tanımının geliştirilmesi, liman kimliğini oluşturan kriterlerin önceliklerine göre ağırlıklandırılması, böylece seçilen araştırma yerindeki liman kimliğinin belirlenmesi için yarı yapılandırılmış anket uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, yerel paydaşlar ile yüzyüze görüşülerek limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntemin tüm benzer limanlar ve araştırma sahası için uygulanabilirliği analiz

edilmiştir. Bunların dışında, yerel halkın liman kimliği ve kruvaziyer turizminin yerelde gelişimi konularında farkındalığının anlaşılmasına yönelik yerel halk anketleri gerçekleştirilmiştir.

3.1.2 Gözlem Yöntemi

Gözlem, gerekli bilgilerin kişilere herhangi bir soru sorulmaksızın, olayların gözlem yoluyla araştırılmasına dayanan veri toplama metodudur (Url-10). Tez çalışması kapsamında liman kimliğinin tanımlanması, liman kimliğini meydana getiren kriterlerin tespiti, limanlara kimlik kazandırılması için bir yöntem geliştirilmesi ve geliştirilen yöntemin çalışma sahasındaki uygulanması konularına yönelik doğrudan yerinde gözlem yapılmıştır.

3.1.3 İkincil Veri Araştırma Yöntemi

İkincil veri araştırma yöntemi, birincil kaynaklardan elde edilemeyen veya birincil kaynaklardan elde edilmesi daha maliyetli olan verilerin kullanılmasına imkan veren yaygın bir araştırma yöntemidir. Masa çalışması (*desk study*) olarak da adlandırılan bu yöntemin temeli, daha önce çeşitli araştırmaların ortaya çıkardığı mevcut kaynaklardan verilerin toplanmasına dayanmaktadır. İkincil araştırma, araştırma odağını geniş ölçüde hizalamaya yardımcı olmakla birlikte, araştırmanın ilk aşamalarında araştırma problemiğinin netleşmesine yardımcı olmaktadır. Daha önce yapılmış birincil araştırma raporları, araştırma kuruluşları veya hükümet raporları ya da istatistikleri, medya kaynakları gibi veriler ikincil veri sınıfına girmektedir (Steward ve Kamins, 1993).

Tez çalışmasında, araştırma probleminin belirlenmesi, liman kimliğinin tanımı ve liman kimliğini oluşturan nitel ve nicel kriterlerin oluşturulması, ayrıca seçilen uygulama alanı hakkında bilgi toplanması için ikincil araştırma yöntemine başvurulmuştur.

3.1.4 Paydaş Analizi Yöntemi

Mantıksal çerçeve yaklaşımının (MÇY) bir kademesi olan paydaş analizi, araştırma konusuyla ilişkisi olabilecek ilgili tarafların tespit edilmesi ve kategorize edilmesi amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Örtengren, 2004). Bir problemin çözümünü etkileyen ya da çözümden etkilenecek olan her birey, grup, kurum veya kuruluşlardan meydana gelen gruplar paydaşlar (uygulayıcılar, kolaylaştırıcılar, faydalanıcılar veya

rakipler) olarak tanımlanır (Barbera, 2004). Paydaş analizinin temel dayanağı, farklı grupların farklı görüşleri, endişeleri, kapasiteleri ve ilgileri olduğu ve bunların sorun tanımlama, hedef belirleme ve strateji seçimi süreçlerinde açıkça anlaşılması ve kabul edilmesi gerekliliğidir (Barbera, 2004). Paydaş analizinde, ilgili tüm taraflar belirlendikten sonra öngörülen tarafların problem veya çözüm ile ilişki durumları, paydaşların sürece dahil olma durumunda uygulanacak katılım stratejileri belirlenir ve paydaşların problem veya çözüme etkilerine göre sınıflandırılması yapılır. Belirlenen paydaşların problemin çözümüne yönelik görev ve sorumlulukları, katkı, etkileme veya etkilenme derecelerine bağlı olarak çeşitli şekillerde belirlenebilir. Araştırma konusuyla ilgili paydaşlar tanımlandıktan sonra yukarıda bahsedilen paydaş özellikleri göz önüne alınarak paydaş sınıflaması yapılır. Katılımcılar, bazı durumlarda birincil ve ikincil paydaşlar; bazı durumlarda ise yararlanıcılar ve uygulayıcılar olmak üzere çeşitli sınıflara ayrılabilir (Tekindağ, 2005; Gümüsel, 2004).

Tez araştırması kapsamında paydaş analizi, aşağıda yer alan üç amaç için uygulanmıştır:

1. Liman kimliği ve kruvaziyer turizmi konularında doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen ve bu iki konuyu etkileyen yerel paydaşların tespit edilmesi,
2. Liman kimliğini oluşturan nicel (fiziksel, konumsal, grafiksel) ve nitel (konumsal olmayan, sözel) kriterlere ait ağırlık faktörlerini belirlemek üzere değerlendirme yapacak karar alıcıların tespit edilmesi,
3. Liman kimliğinin oluşturulması, geliştirilmesi, korunması ve yönetimi konusunda oluşturulacak organizasyonun yapısı ve bu organizasyonda rol alabilecek paydaşların tespit edilmesi.

3.1.5 Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS)

Verilerin toplanması, saklanması, işlenmesi ve anlamlandırılması için oluşturulmuş sistemlere bilgi sistemi denir (Düzgün, 2010). Yomralıoğlu (2000)'e göre bilgi sistemlerinin ana işlevi karar verme sürecini kolaylaştırmak ve bu süreci kısaltmaktır (Düzgün, 2010'de atıfta bulunduğu gibi). Verinin bilgi ve anlamlandırılmış ve genellenmiş bilgiye dönüşümü genellikle problem çözme ve karar süreçlerini destekleme ihtiyaçlarından doğmaktadır. Bu süreçte çoğunlukla nerede ne var sorularının yanıtlanması bir ihtiyaçtır. Temel olarak, ne nerede?, sorusuna yanıt bulmak amacıyla oluşturulmuş bir bilgi sistemi olan CBS ile yeryüzüne ait gerçek bilgi

sisteminde yönetilen verilerin kavramsal bir modeli oluşturulur ve bu modelin oluşturulması için verilerin elde edilmesi ile yönetilmesi kademelerine ilaveten; elde edilen bu verilerle ilişkili yeryüzüne ait olguların, süreçlerin modelleri ve soyutlamaları farklı aşamalar ile gerçekleştirilir. Bunlar: veriler ile elde edilen modellerin anlamlandırılması ve analiz edilmesi, sonuçların çıkarılması, kararlar verilmesi, sorunların çözülmesi olarak tanımlanmaktadır (Düzgün, 2010).

CBS'nin tarihi 1950'li yıllara dayanmakta olup, Amerika Birleşik Devletleri'nde ulaşım planlamacılarının trafik akışı ve trafik verilerini kaynak alan haritaları sayısallaştırması ile başlamış, 1950'lerin sonuna doğru ise Washington Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nde mekansal istatistik ve bilgisayar-destekli haritalama ile ilgili çalışmalara doğru ilerleme kaydetmiştir. 1960'lara gelindiğinde Kanada, bir Coğrafi Bilgi Sistemi geliştirmiş ve bu sistemden doğal kaynakların, tükenmekte olan habitatın envanterinin oluşturulmasında ve arazi kullanımında yararlanmaya başlamıştır (Düzgün, 2010). Böylece, geliştirilen sistem sayesinde veri yapısına göre veritabanı oluşturma, çakıştırma ve alan hesaplamaları, vektör veri üretimi, katman yapısı, konumsal ve konumsal olmayan veri ayrımı ile verilerin taranmasına dayalı veri girişi ile alan (*polygon*) yapıların sorgulanması kavramları literatüre kazandırılmıştır. Yine 1960'lı yıllarda arazi yönetimi ve nüfus sayımı konularında kullanılmıştır. 1964'de *SYSMAP* yazılımı Harvard Üniversitesi Grafik ve Mekansal analiz Laboratuvarında geliştirilmiştir. Daha sonra geliştirilen *CALFORM*, *SYMVU*, *GRID* yazılımları ile *POLYVRT* ve *ODYSEY* yazılımları CBS'nin çekirdek yazılımlarını oluşturmuştur. 1970'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri ordusunda uydu görüntüleri ve hava fotoğraflarının hücreye (piksel) dayalı veri formatında depolanması için çalışmalar başlatılmıştır. Aynı dönemde Amerika Birleşik Devletleri askeri mühendisleri tarafından açık kaynak kodlu *GRASS CBS* yazılımı geliştirilmiştir. Coğrafi Bilgi Sistemleri için ilk özel sektör girişimi 1969 yılında kurulan *ESRI* işletmesi olup, 1982 yılında ilk defa *ArcINFO* yazılımını ticari olarak satışı yapılmıştır. Ticari yazılımların yanısıra 1980 yılı itibariyle açık kaynak kodlu CBS yazılımları farklı alanlarda da kullanılmaya başlamıştır (Düzgün, 2010).

İlk geliştirilmeye başladığından bugüne, Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), çok farklı disiplinler tarafından kullanılması nedeniyle değişik şekillerde tanımlanmıştır. Töreyan ve diğ (2010)'a göre, "Karmaşık planlama ve yönetim sorunlarının çözülebilmesi için tasarlanan; mekandaki konumu belirlenmiş verilerin kapsanması,

yönetimi, işlenmesi, analiz edilmesi, modellenmesi ve görüntülenebilmesini kapsayan donanım, yazılım ve yöntemler sistemidir“ (s. 1). Aranoff (1991)'e göre: “CBS, mekansal kökenli bilgilerin (grafik ve öznelik) bilgisayar ortamında toplanması, veri girişi, saklanması, sorgulanması, mekansal analizlerinin yapılması, görüntülenmesi ve farklı formatlarda çıktı alınması için oluşturulan bir bilgi sistemidir“ (Düzgün, 2010'de atıfta bulunulduğu gibi) şeklinde tanımlanır.

Birçok araştırmacı ve bilim adamına göre, çeşitli özellikleri ön plana çıkarılarak değişik biçimlerde tanımlanmış olan CBS: Anonymous (1997)'a göre Fischer ve Nijkamp (1992), CBS'ni, araştırma, planlama ve yönetim problemlerinin çözümünde kullanılan, konuma bağlı uzaysal ve niteliksel veriyi alan, depolayan, ilişkilendiren, işleyen, analiz eden ve görüntüleyen bilgisayar tabanlı bilgi sistemi olarak tanımlanmışlardır (Kuleli, 1998'de atıfta bulunulduğu gibi). Burrouga (1990)' a göre ise CBS, gerçek dünyaya ait uzaysal verinin toplandığı, depolandığı, geri elde edilebildiği, dönüştürülebildiği ve görüntülenebildiği bilgisayar tabanlı güçlü bir araç olarak tanımlanmıştır (Kuleli, 1998'de atıfta bulunulduğu gibi). CBS'nin bugüne kadar yapılan tanımlarından anlaşıldığı üzere, yeryüzü referanslı verileri elde etme, depolama, analiz etme ve sonuç çıkarma tüm CBS tanımlarının odağını oluşturmaktadır (Tecim, 2008). Bununla birlikte, CBS'nin yararlarını sınırlandırmak pek mümkün olmasa da kısaca aşağıdaki şekilde özetlenmektedir (Töreayen ve diğ., 2010):

- Bilgi akışını hızlandırır.
- Daha verimli üretim ve envanter yönetimi sağlar.
- İş verimliliğini artırır.
- Etkili ve doğru analizler (kritik bilgi analizleri gibi) sağlar.
- Veri güncelleme kolaylığı sağlar.
- Girilen bilgilerden yeni bilgiler üretir.
- İş gücünü artırır ve zaman kaybını önler .

CBS'nin kullanım yerleri, faydaları gibi sınırlandırılması mümkün olmayan bir başka konudur. CBS, yeryüzü referanslı verilerin söz konusu olduğu her alanda uygulanabilmektedir. Coğrafyanın ve dolayısıyla coğrafi verinin kapsamının ne kadar geniş olduğu düşünüldüğünde, CBS uygulama alanlarının da en az o kadar geniş

olduğu anlaşılacaktır. CBS'nin kullanıldığı alanların bazıları maddeler halinde aşağıda gösterildiği gibidir (Türeyen ve diğ. 2010);

evre Planlaması ve Yönetimi: evre düzeni planları, koruma alanları, evresel Etki Değerlendirme raporlarının düzenlenmesi, su ve sulak alanlarının tespiti, meteoroloji, çevrenin izlenmesi, evre kirliliği, kıyı alanlarının yönetimi vb. konular

Doğal Kaynak Yönetimi: Arazi yapısı, akarsu, gller ve sulak alanlar gibi su kaynakları, havza analizleri, vahşi yaşam, yer altı ve yer üstü kaynak yönetimi vb. konular.

İdari Yönetim: Tapu- Kadastro, vergilendirme, seçmen analizi, nüfus, yerleşim yerleri doğal ve idari sınırları yönetimi, kıyı sınırları vb. konular.

Bayındırlık Hizmetleri: İmar faaliyetleri, otoyollar, devlet yolları, demir yolları n ettleri, deprem zonları, afet yönetimi, bina hasar tespitleri, binaların cinslerine göre dağılımları, bölgesel kalkınma dağılımı vb. konular.

Eğitim: Araştırma ve inceleme, eğitim kurumlarının kapasiteleri ve bölgesel dağılımları, okuma- yazma oranları, ğrenci ve eğitmen sayıları vb. konular.

Sağlık Yönetimi: Sağlık konularının coğrafya ile ilişkisi, sağlık birimlerinin coğrafi dağılımı, personel yönetimi, hastane gibi birimlerin kapasiteleri, bölgesel hastalık analizleri, sağlık tarama faaliyetleri, acil yardım hizmetleri vb. konular.

Belediye Faaliyetleri: evre, park bahçe planları gibi kentsel faaliyetler, fen işleri, su- kanalizasyon-doğal gaz tesis işleri, elektrik veya internet kablolama, uygulama imar planları, nazım imar planları, altyapı planlaması, ulaştırma planı, belediye yolları ve tesislerinin konuşlandırılması, emlak vergisi toplama vb. konular.

Ulaşım Planlaması: Hava, kara, su yolları, denizyolu, boru hatları gibi ulaştırma modlarının ulaşım ağları, iletişim istasyonları, uygun ulaştırma istasyonlarının belirlenmesi ve yer seçimi, uygun liman yeri seçimi veya liman ve hub yerlerinin uygunluk analizi vb. konular.

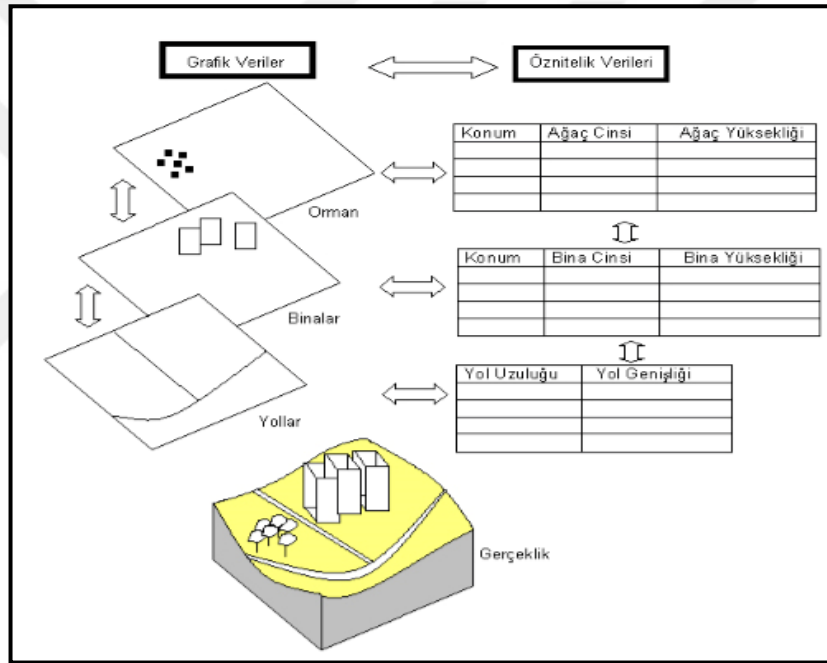
Turizm: Turizm alanları ve turistik destinasyonların yönetimi, turizm amaçlı uygulama imar planları, ilgili tesisler ve kapasiteleri, uygun yer seçimi, arkeoloji çalışmalar vb. konular.

Orman ve Tarım: Eğim hesapları, orman amenajman haritaları, orman sınırları, peyzaj planlaması, milli parklar, orman kadastro, arazi örtüsü, toprak haritaları vb. konular.

Ticaret ve Sanayi: Endüstri sahaları, organize sanayi bölgeleri, serbest bölgeler, bankacılık, pazarlama, sigorta, risk yönetimi, adres yönetimi vb. konular.

Savunma ve Güvenlik: Askeri tesisler, tatbikat ve atış alanları, yasak bölgeler, sivil savunma, emniyet, suç analizleri, suç haritaları, araç takibi, trafik sistemleri, acil durum vd.

CBS'nin temel çalışma ilkeleri belli bir coğrafi bölge için konumsal (mekansal/grafik) ve öznitelik (mekansal ya da konumsal olmayan) verilerin ilişkilendirilerek farklı katmanlar halinde saklanması ve bu katmanları kullanarak istenilen analizlerin yapılmasına dayanmakta olup, CBS'nin konumsal ve öznitelik verilerine göre çalışma esasları Şekil 3.1.'de gösterilmiştir (Düzgün, 2010).



Şekil 3.1 : CBS'nin temel çalışma esasları.

CBS'de veri yapısını anlayabilmek için öncelikli olarak coğrafi bilginin açıklanmasına ihtiyaç olduğu düşünülür çünkü içi coğrafi bilgi yeryüzündeki herhangi bir varlık için yeryüzü referanslı konumsal ve konumsal olmayan bilgiler vermektedir. Dolayısıyla, coğrafi bilgi birbirleriyle ilintili üç ayrı bilgiden oluşur (Töreayen ve diğ., 2010):

Coğrafi Koordinat-Konum Bilgisi: Mekanla ilişkili bilgi türüdür. Coğrafi varlığın yer yuvarına ilişkin belli bir referans sistemi (*datum*) ve projeksiyon düzenindeki koordinat bilgisidir.

Öznitelik Bilgisi: Coğrafi varlığa ilişkin konumsal olmayan bilgidir.

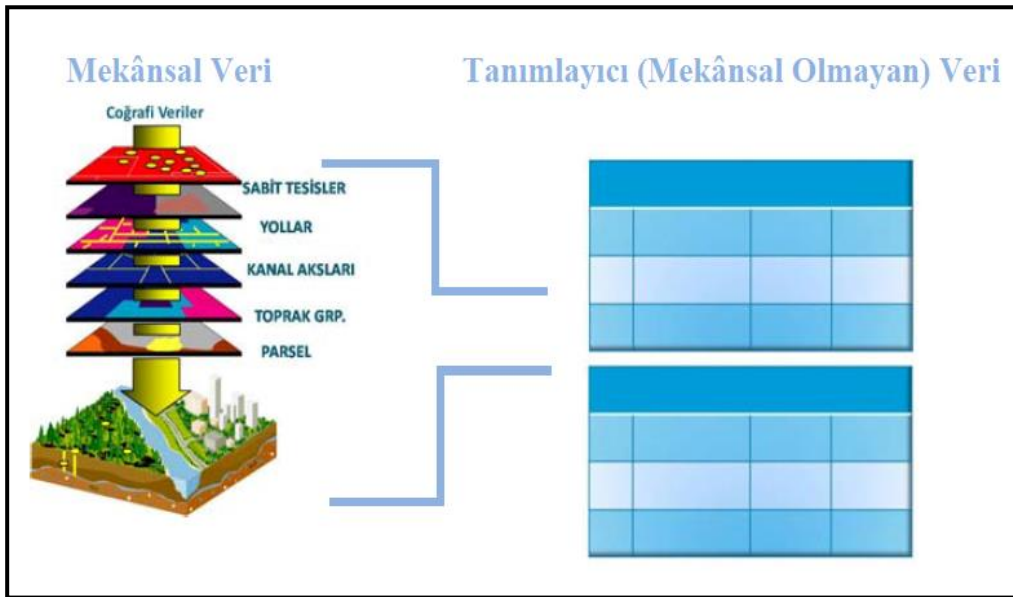
Topolojik Bilgi: Matematik biliminin bir alt dalı olan Topoloji biliminin ilkeleri ışığında; bir coğrafi varlığın, diğer coğrafi varlıklara göre komşuluk ilişkileri (sağında, solunda, başında, sonunda, vd.) hakkındaki bilgilerdir.

Coğrafi bilgi içerisinde yer alan bu konumsal ve öznitelik bilgiler CBS’de kullanılan ya da kullanılacak olan coğrafi veriler için önem arz eder. Çünkü coğrafi verileri hem belli bir konum ile ilişkilendirmek hem de coğrafi verilerin ayrıntılı bilgilerinden farklı ve yeni bilgiler elde üretmek, CBS’nin kullanım amaçlarına ait önemli unsurlardandır. Bu itibarla, belirli bir konum ile ilişkilendirilen coğrafi veriler Mekansal (konumsal) ve Öznitelik Bilgiler (tanımlayıcı) olmak üzere iki sınıfta ele alınır (Töreayen ve diğ., 2010):

Mekansal (konumsal veya grafik) Bilgi: Coğrafi referanslı olan varlıkların yerini, şeklini ve diğer mekansal veriler ile ilişkilerini belirleyen koordinat ve topolojik bilgi bu grup içerisinde tanımlanmaktadır.

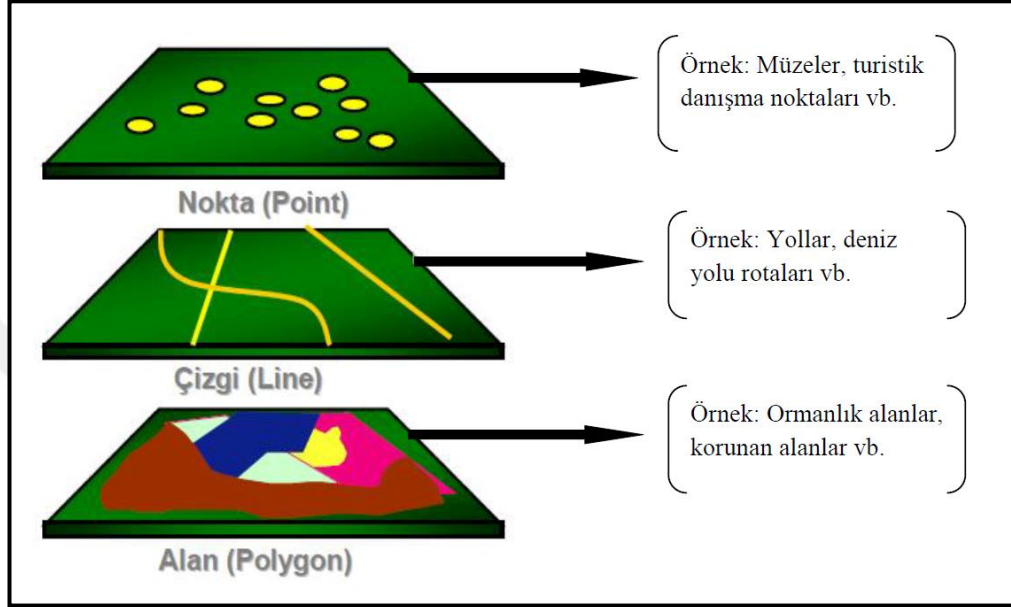
Öznitelik (konumsal olmayan veya tanımlayıcı) Bilgi: Coğrafi varlıklara ait tanımlayıcı bilgilerin veri tabanında depolanması ile oluşan bilgilerdir. Bir başka deyişle CBS’de oluşturulan mekansal bilgiler ile ilişkili sözel bilgilerdir.

CBS’de yeryüzüne ait bilgiler, vektör ve raster formatlarda birbirlerinden soyutlanmış farklı katmanlar halinde Şekil 3.2’de gösterildiği gibi depolanmaktadır (Töreayen ve diğ., 2010).



Şekil 3.2 : CBS’nde veri türleri.

Vektör veri: Belirli bir konum bilgisine sahip olan coğrafi bilgiler “nokta, çizgi, alan” olmak üzere üç farklı veri yapısında CBS’de belirli koordinat (x,y) değerleri ile bilgisayar ortamında depolanan ve her bir nesneye ait öznelik bilgilerinin de tutulabildiği veri tabanıdır (Tecim, 2008; Töreayen ve diğ., 2010). Vektör veri formatında depolanan bu üç farklı veri Şekil 3.3’te gösterildiği gibidir.



Şekil 3.3 : Vektör veri tipleri ve örnekleri.

Vektörel verilerin mantığı, noktalar esasına dayanmaktadır. Şekil 3.3’de gösterildiği üzere üç tip vektör verisi bulunmaktadır:

Noktasal (Point) Veri: Tek bir (x,y) koordinat çifti ile temsil edilen verilerdir. Bu tür vektör veri formatında depolanan veriler şekli ve sınırları çok küçük olan birimlerin tanımlanmasında kullanılırlar (Töreayen ve diğ., 2010).

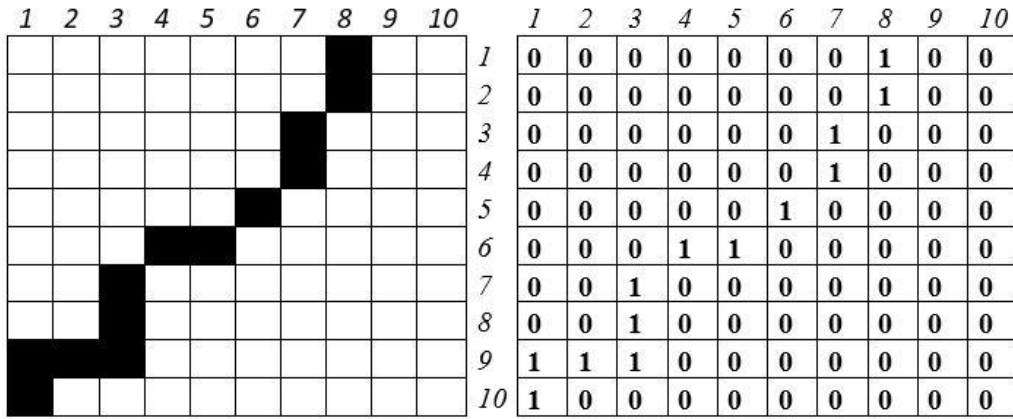
Çizgisel (Line) Veri: Birbirini izleyen bir dizi (x,y) koordinat serisi şeklinde CBS’de depolanan verilerdir. Bir dizi halinde birbirini izleyen ve alan olarak gösterilemeyen birimler için kullanılırlar (Töreayen ve diğ., 2010).

Alansal (Polygon) Veri: Başlangıç ve bitiş noktalarında aynı koordinata (x,y) sahip olan ve bir dizi koordinatlar ile sistemde depolanan verilerdir (Töreayen ve diğ., 2010).

Vektörel veri formatında depolanan bilgiler coğrafi varlıkların kesin konumlarını tanımlamada son derece yararlı veriler olup, diğer yandan süreklilik özelliği gösteren coğrafi varlıkların (örneğin bitki örtüsü) değişimlerinin ifadesinde daha az kullanışlı

olarak görülmektedir. Buna ek olarak, vektörel verilerde grafik verileri tanımlayıcı öznelik bilgilerini sorgulama, bu bilgileri güncelleme işlemleri daha hızlı ve kolay gerçekleştirilebilir (Töreayen ve diğ., 2010).

Raster Veri: Raster veri, küçük karelerden oluşur ve sayısal bir değeri olan bu karelerin herbirine piksel adı verilir (Kuleli, 1998). Pikseller, raster verinin bölünemeyen en küçük bileşeni olduğu gibi, aynı zamanda raster verinin ayrınıntı durumunu, diğer bir deyimle alansal çözünürlüğünü belirler (Kuleli, 1998). Raster veri yapısında her bir hücre bölgenin öznelik bilgilerinin o hücreye düşen değerini göstermektedir ve her bir hücre sadece bir değer alabilmektedir (Tecim, 2008). Çekilen fotoğrafların, taranan haritaların ya da paftaların sisteme aktarılması ve vektör verilerden dönüşüm (convert) işlemleri sonucu ile elde edilen raster veri CBS'nin ikinci veri sistemini oluşturmaktadır (Tecim, 2008). Şekil 3.4'te raster veri yapısı gösterilmektedir.



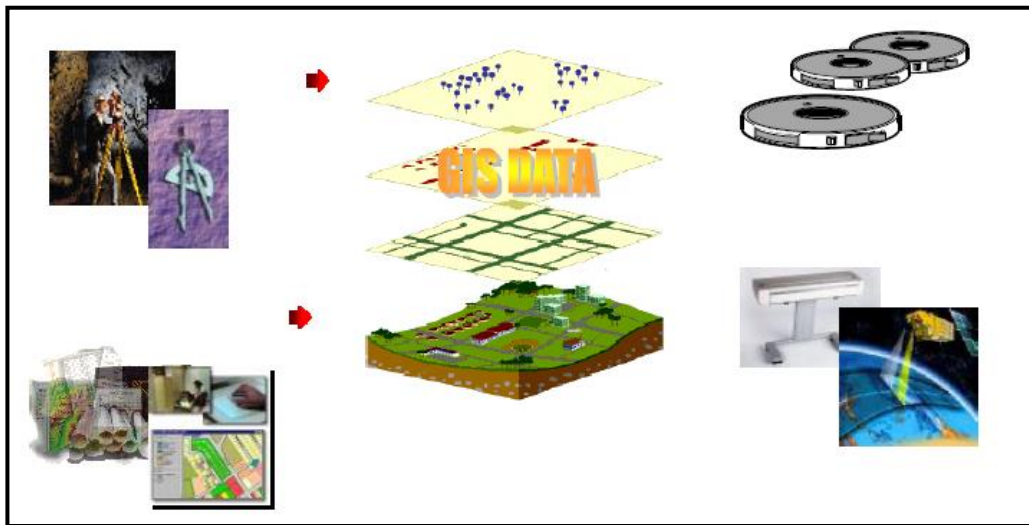
Şekil 3.4 : Raster veri yapısındaki konumsal verilerin sayısal olarak gösterimi.

Vektör ve Raster veri formatlarının kullanım alanına göre birbirine göre üstünlük ve zayıflıkları bulunmaktadır. Raster veriler vektör verilere oranla daha fazla veri depolama kapasitesine sahiptir ancak bazı konumsal analizler (örneğin; en uygun yer analizi, maliyet analizi, çok kriterli değerlendirme) raster verilerde daha kolay yapılır, öte yandan dezavantajı ise verilerin hassasiyeti raster verilerde hücre boyutuyla (*pixel size*) orantılı olduğu için hassas çalışmalarda veri kayıplarına yol açabilir (Töreayen ve diğ., 2010). Vektörel veri formatının raster verilere göre üstünlüğü ise daha fazla depolama kapasitesine sahipliğinin yanısıra, grafik objeleri tanımlayan öznelik bilgilerine ulaşma, güncelleme mümkün ve daha kolaydır. Bu kapsamda, Collet (1986)'ya göre temelde iki tip CBS söz konusudur; vektör tabanlı veya poligon tipi, raster tabanlı veya grid tipi CBS (Kuleli, 1998'de atıfta bulunulduğu gibi). Ancak günümüzde yaygın olarak kullanılan CBS'leri vektör tabanlı olmasına karşın raster

uygulamaların da birçoğunu desteklemektedir. CBS'lerinin yapısındaki bu farklılık, çalışmalardaki veri toplama, veri işleme ve veri tabanı oluşturma gibi önemli aşamaları doğrudan belirlediği için önemlidir (Kuleli, 1998). Örneğin depolamada yeterlilik ve uzaysal ölçüm konularında vektör tabanlı CBS güçlü iken, çok kriterli analizlerde raster tabanlı CBS'nin üstünlüğü dikkat çekmektedir (Kuleli, 1998).

CBS'de veriler devamlı olarak en az bir koordinat (konum) bilgisi ile ilişkilendirilmek suretiyle depolanmak zorundadır. Bu süreç coğrafi kodlama (geocoding) olarak isimlendirilir (Tecim, 2008). Yeterli tanımlayıcı bilgi olmaksızın CBS'de etkin analiz yapmak mümkün olmamaktadır (Tecim, 2008). CBS'de gerçekleştirilecek mekansal analizler için en az bir koordinat ve öznitelik bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır.

CBS'de veri yapısına göre iki farklı formatta depolanan veriler, coğrafi analizlerde ve sorgulamalarda etkin bir biçimde kullanılırlar. Coğrafi bilgi sistemlerinin kurulabilmesi için gerekli olan elemanlar: yazılım, donanım, veri tabanı, yöntemler ve insanlardır. CBS'de temel amacı coğrafi bilginin üretimi, yönetimi, analiz ve ağ (network) işlemleri ile veri tabanı oluşturulan yeryüzü referanslı verileri tüm insanların paylaşabileceği bir profesyonel bilgi sistemi teknolojisinin sunulmasıdır. CBS'de koordinat bilgilerine bağlı (sayısal format) verilerin sisteme aktarılmasında farklı metodlar uygulanabilmektedir. Mevcut farklı ölçekli haritalar, uydu görüntüleri, hava fotoğrafları ve yersel ölçmeler ile elde edilen koordinat bilgileri ile açı mesafe değerleri veri kaynakları olarak tanımlanmakta olup, CBS'de kullanılan veri kaynakları Şekil 3.5'te gösterilmektedir (Kol ve Küpçü, 2008).



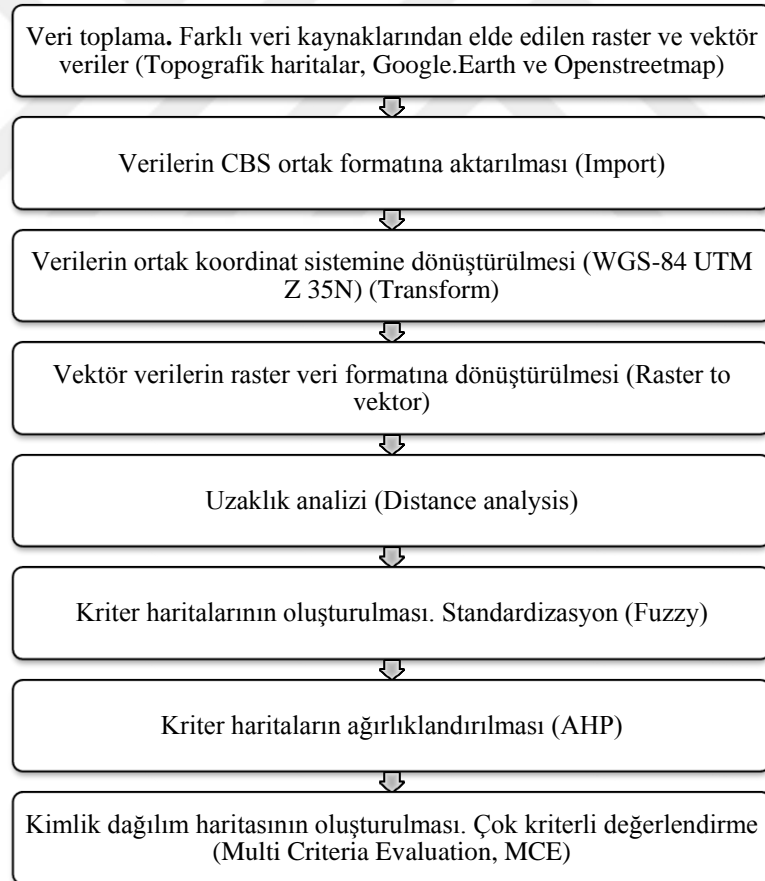
Şekil 3.5 : CBS'nde veri kaynakları.

CBS‘de saklanan yeryüzüne ait bilgiler kullanılarak konuma dayalı kararlar verebilme coğrafi verinin sorgulanması, görüntülenmesi ve analizleri ile mümkün kılınmaktadır. Mekansal analiz işlemlerinde, mevcut girdilerden yararlanılarak, yeni bilgi kümeleri üretilmektedir.

Tez çalışmasında, coğrafi bilgi sistemleri yöntemi iki amaç için kullanılmıştır:

1. Çeşitli veri kaynaklarından, veri yapısına göre (nokta, çizgi ve alan), vektör ve raster formatında elde edilen, liman kimliğine ait konumsal (grafik) ve konumsal olmayan (öznitelik) kriterler için bir veri tabanı oluşturulması;
2. Oluşturulan veri tabanındaki konumsal (grafik) bilgiler kullanılarak mekansal analizlerin gerçekleştirilmesi.

Tez çalışmasında, coğrafi bilgi sistemleri (CBS) uygulama adımları Şekil 3.6‘de gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.

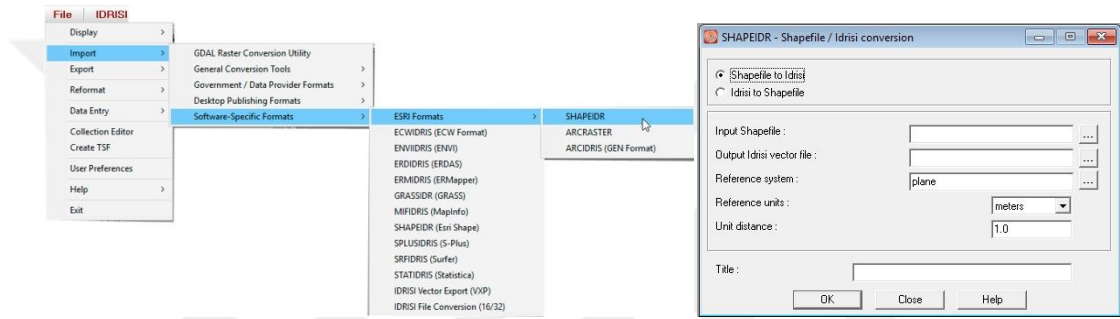


Şekil 3.6 : CBS uygulama adımları diagramı.

Şekil 3.6’da gösterilen CBS uygulama adımları sırasıyla aşağıda açıklandığı gibi gerçekleştirilmiştir.

a. İçe aktarma (*Import Data*)

CBS destekli Liman Kimlik Bilgi Sistemi veri tabanı oluşturmak için, liman kimliğine ait farklı veri kaynaklarından (topografik haritalar, google.earth ve openstreetmap) farklı dosya formatlarında (shp, gpx vd.) elde edilen konumsal (grafik) verilere ilişkin vektör ve raster haritalar mekansal analizler için kullanılan CBS yazılımının ortak formatına dönüştürülmüştür. Kullanılan CBS yazılımında, format dönüşümü işlemi Şekil 3.7’de gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.

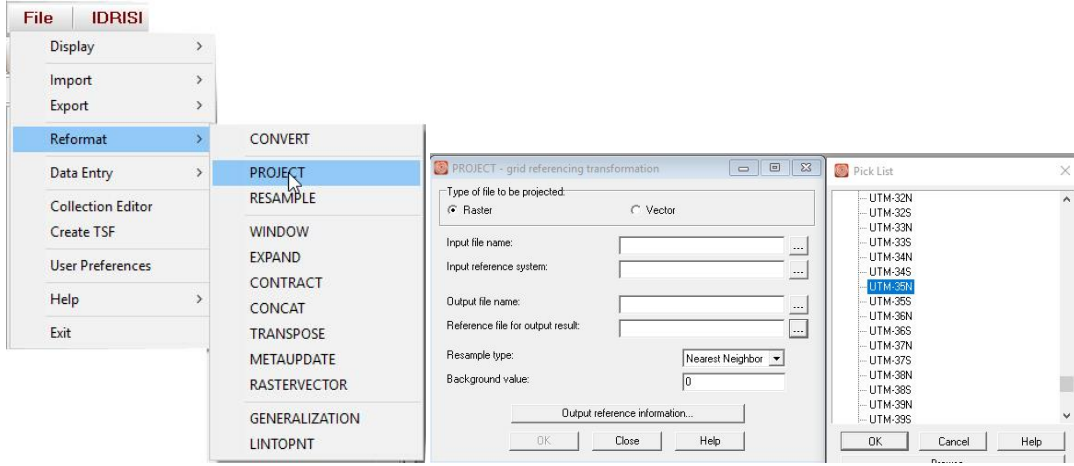


Şekil 3.7 : CBS’nde format dönüşümü.

b. Koordinat dönüşümleri (*WGS-84 UTM Z 35N*)

Kullanılacak tüm verilerin CBS’de ortak bir koordinat sistemine dönüştürülmesi gerekmektedir. Koordinat dönüşümü için ülkemizde kullanılan WGS-84 (World Geodetic System) datumu seçilmiştir. Ayrıca, mekansal analizlerde derece cinsinden değil metrik cinsten veriler ile ölçüm ve işlem yapmak gerektiğinden veriler metrik sisteme dönüştürülmüştür. WGS-84 koordinat sistemine dönüştürülen harita üzerindeki veriler derece biriminden metre, kilometre vb. birimler ile ifade edilen metrik birime dönüştürülmüş olduğundan, bu haritalar üzerinde mekansal analizlerin yapılması mümkün olmaktadır.

Kullanılan CBS yazılımında, koordinat dönüşümü işlemi Şekil 3.8’de gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.

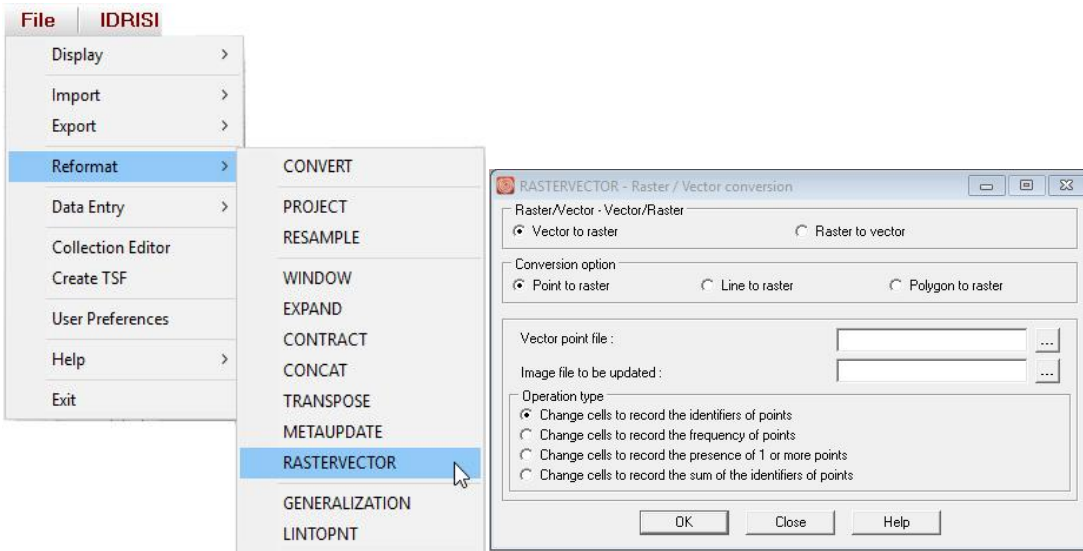


Şekil 3.8 : CBS'nde koordinat dönüşümü.

c. Vektör verilerin raster veri formatına dönüştürülmesi (*Vektör to Raster*)

Coğrafi bilgi sistemleri yazılımında nokta, çizgi veya poligon veri tipindeki vektör dosyalarını metin veya nümerik öznitelik bilgilerine göre raster görüntülere ve raster görüntüleri de vektör dosyalarına dönüştürmek mümkündür. Mekansal analizler için bir önceki adımda oluşturulan vektör veri formatındaki liman kimliğini oluşturan kriter haritalarının mekansal analizler için raster veri formatına dönüştürülmesi gerekmektedir. Kullanılan coğrafi bilgi sistemi yazılımında raster-vektör dönüşümü gerçekleştirilir. Böylece, mekansal verilerden oluşan kimlik kriterleri için raster görüntüler (*raster images*) elde edilmiştir.

Kullanılan CBS yazılımında, vektör verilerin raster formatına dönüşüm işlemi Şekil 3.9'da gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.

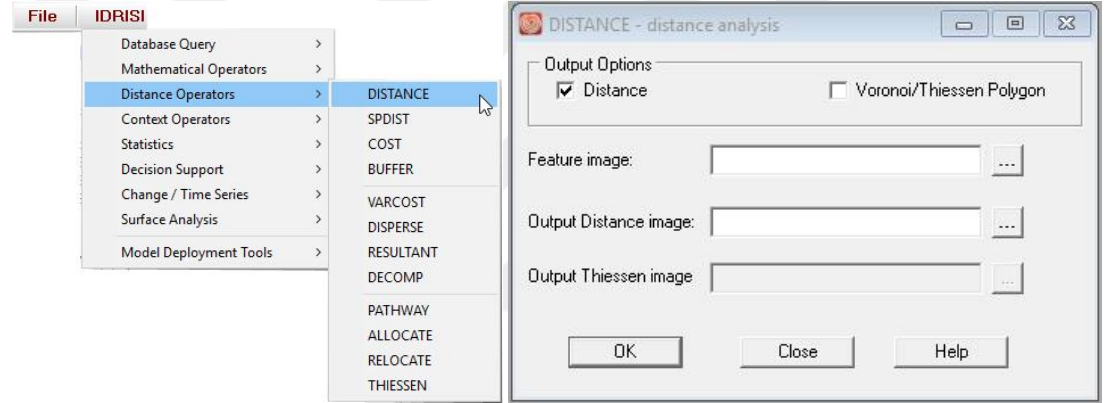


Şekil 3.9 : CBS'nde vektör veri formatının raster veri formatına dönüşümü.

ç. Uzaklık analizi (*Distance analysis*)

Eş uzaklık verisi hazırlama olarak bilinen mekansal bir analiz olan uzaklık analizi, her bir hücreden en yakın kaynağa olan en kısa mesafeyi hesaplamak için kullanılmaktadır (Kol ve Küpçü, 2008). Tıpkı düz bir kâğıt üzerinde iki nokta arasındaki mesafeyi ölçmek gibi, düz çizgi mesafe analizi de yüzeydeki her bir hücrenin merkezinden kaynak hücrenin merkezine olan hücreler arası mesafeyi hesaplayarak raster bir görüntü oluşturmaktadır (örneğin; en yakın limana, otele vb. olan uzaklığın analizi gibi). Kullanılan coğrafi bilgi sistemi yazılımında raster formatında oluşturulan her bir kriter haritası için ayrı ayrı uzaklık analizi yapılmıştır.

Kullanılan CBS yazılımında, uzaklık analizi Şekil 3.10'da gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.

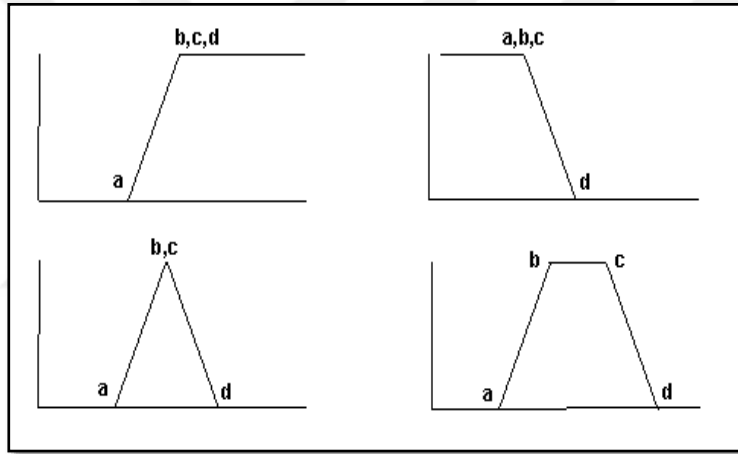


Şekil 3.10 : CBS'nde uzaklık analizi.

d. Standardizasyon (*Fuzzy*)

Standardizasyon, uzaklık analizi sonucu oluşturulan liman kimlik kriter görüntülerinin farklı ölçüm birimlerini karşılaştırılabilir uygunluk değerlerine dönüştürmek için yapılmıştır. Kriter haritalarının standardizasyonu için Eastman'ın önerdiği gibi, bir dizi doğrusal bulanık set üyeliği 0-1 reel sayı ölçeğinde kullanılmıştır. Son noktaların seçimi, standardizasyonda kritik bir konudur (Eastman, 2006). Örneğin, çalışmanın uygulama alanındaki tarihi ve kültürel yerlere olan en kısa mesafe 0 metre ve en uzak mesafe 5871 metre iken sahil-plajlara olan en kısa mesafe 0 metre ve en uzak mesafe 6362 metre olarak bir önceki aşamada hesaplanmıştır. Bu iki kritere ait uzaklık görüntüleri ile birlikte işlem yapılabilmesi için her iki uzaklık görüntülerinde 0 metre değerine 0 değeri, en uzak mesafe değerine ise 1 değeri verilerek her iki görüntünün de 0-1 arasında değerlerden oluşan standart görüntüleri oluşturulmuştur.

Fuzzy, bir dizi bulanık set üyelik fonksiyonunu değerlendirerek her bir pikselin bulanık bir kümeye ait olma olasılığını değerlendirir. Bulanık (*fuzzy*) set üyelik fonksiyonu penceresinde doğrusal (*linear*) fonksiyon tipi seçilmiştir. Doğrusal fonksiyon tipi seçildikten sonra, çıktı-sonuç dosya formatı “*monotonically decrease*” olarak seçilmiştir. Çünkü mesafe büyüdükçe uygunluk azalmaktadır. Tersine şekilde, minimum mesafe yani 0, maksimum uygunluk yani 1’e karşılık gelecek şekilde kontrol noktaları oluşturularak işlem yapılmaktadır. Bu şekilde her bir kriterin uzaklık harita görüntüsü fuzzy kullanılarak standardize edilmiştir. Şekil 3.11, bükülme noktalarının konumu ile birlikte doğrusal fonksiyonu ve değişkenlerini göstermektedir (Schmucker, 1982). Bu işlev, kısmen basitlikten dolayı, kısmen de temel olarak doğrusal sensörlerden gelen çıkışı izleme ihtiyacından dolayı, bulanık set mantığını destekleyen elektronik cihazlarda yaygın olarak kullanılmaktadır.



Şekil 3.11 : Doğrusal üyelik fonksiyonu.

CBS'nin standardizasyon için kullandığı formül, denklem 3.1'de gösterildiği gibidir (ArcUser Spring, 2010).

$$s(x) = (x - \min_i) / (\max_i - \min_i) \quad (3.1)$$

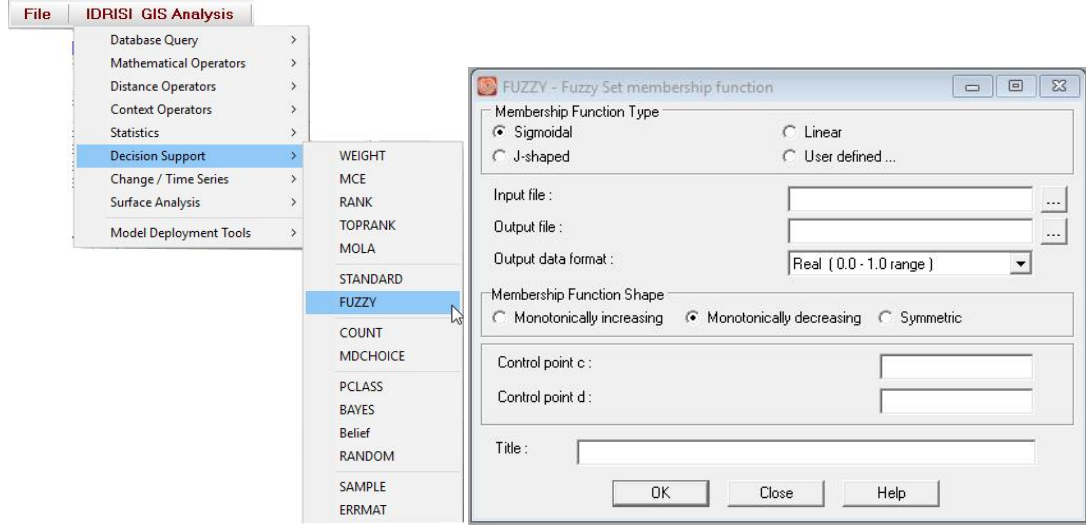
$s(x)$: Standardize edilmiş değer

x_i : i kriterinin orjinal değeri

\min_i : i kriterinin minimumu

\max_i : i kriterinin maksimumu

Kullanılan CBS yazılımında, standardizasyon işlemi Şekil 3.12'de gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3.12 : CBS’nde standardizasyon.

e. Çok kriterli değerlendirme (MCE)

Çok kriterli değerlendirme bazen çok-nitelikli değerlendirme veya çok-nitelikli karar analizi olarak adlandırılmaktadır. Mekansal karar problemleri tipik olarak, bir grup değerlendirme kriterlerini içermektedir. Çoğu zaman, kriterler çelişkili olabilmektedir ve genellikle bir takım paydaşlar (karar vericiler, yöneticiler, çıkar grupları) tarafından değerlendirilmektedir. Karar verme sürecine yardımcı olmak için birçok mekansal karar probleminin çözümünde CBS tabanlı MCDA kullanılmaktadır (Estoque, 2011).

CBS tabanlı MCE, çok kriterli değerlendirme için bir karar destek aracıdır. CBS ve MCE'nin entegrasyonu, faaliyetlerin dağılımını incelemek ve mekansal modelleme için güçlü bir araç sağlayabilir. Bir bölgenin bir veya birden fazla hedef ve kriter temelinde değerlendirilmesi ve bölgesel planlamada karar vermeyi destekler (Carver, 1991; Chuvieco, 1993). Bununla birlikte, MCE bir dizi kritere göre belirli bir hedefe yönelik karar vermek amacıyla kullanılır. Örneğin, liman kimliği bir dizi kimlik kriterinden oluşmaktadır. Bu kriterler liman kimliği dağılım haritasını oluşturmak için bir karar ölçütü olup, çok kriterli değerlendirme yapılarak bir kimlik dağılım haritasının oluşturulmasında kullanılmıştır. MCE yöntemine göre oluşturulan kimlik dağılım haritası, karar alıcılar için kimliğe uygun karar vermeleri yönünde bir karar destek aracıdır.

Birçok kriteri değerlendirmek ve analiz etmek için yaygın bir yöntem olarak kullanılan MCE uygulamasında kriterlerin geliştirilmesi, faktör ağırlıklarının belirlenmesi ve kriterlerin standardize edilmesi gerekmektedir. CBS’deki MCE fonksiyonunun, sonuç

haritası hazırlamak üzere fuzzy fonksiyonu ile standardize edilen kriterler için kullandığı formül, denklem 3.2’de gösterildiği gibidir (Drobne ve Lisec, 2009).

$$S = \sum W_i X_i \times C_j \quad (3.2)$$

S : Kimlik yüzdesi

X : Standardize edilmiş kriter haritası (pikseller-hücreler)

W : Herbir kritere ait ağırlık faktörü

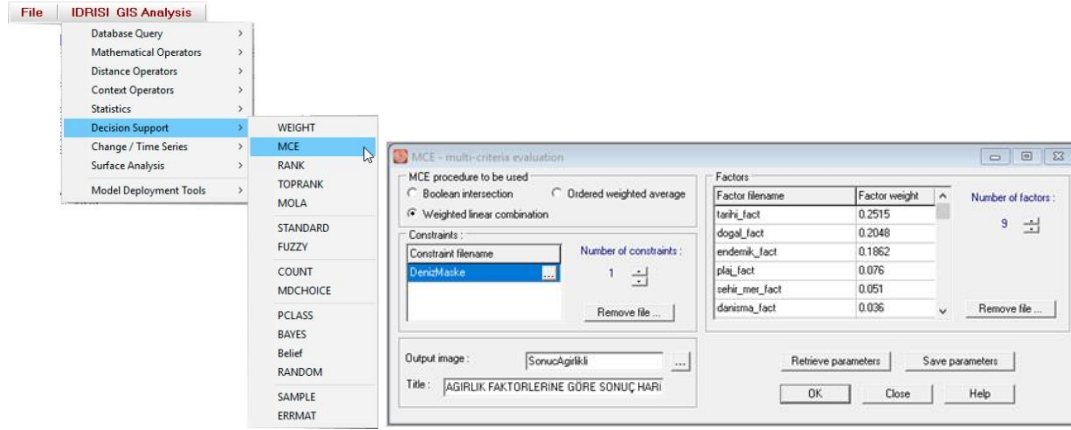
C : Çalışma alanına ait maskelenmiş alanların haritası (1-Çalışma alanı, 0-çalışma alanı dışındaki alanların piksel değerleri)

Çok kriterli değerlendirme yöntemleri oldukça çeşitlidir (Roszkowska, 2013). Kimlik yüzdesini elde etmek için Denklem 3.2; MCE’nin kullandığı ağırlıklı lineer kombinasyon (WLC) yaklaşımından elde edilmiştir (Eastman, 2003). MCE uygulamasını gerçekleştirmek için CBS’de liman kimliğine ait her bir kriterlerin ağırlıklandırılmasında AHP yönteminden faydalanılmıştır. Kullanılan CBS yazılımında çok kriterli değerlendirme modülü kullanılarak liman kimliği dağılım haritası (nihai kimlik haritası) elde edilmiştir.

Liman kimliği dağılım haritası elde edilirken, kullanılan CBS yazılımında açılan MCE (Çok Kriterli Değerlendirme) penceresine aşağıdaki bilgiler girilmiştir:

- Ağırlıklı Doğrusal Kombinasyon (Weighted Linear Combination) süreci seçilir,
- Her bir kriter görüntüsü ile o kritere karşılık gelen faktör ağırlıkları birleştirilmek üzere gerekli bilgiler manuel olarak girilir,
- Kısıt olarak deniz alanları maske dosyası (seamask) oluşturulur ve bu dosya kısıt dosyası olarak eklenir.
- MCE modülü çalıştırılır.

Kullanılan CBS yazılımında, MCE işlemi Şekil 3.13’de gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3.13 : CBS’nde MCE analizi

3.1.5 Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) Yöntemi

AHP yöntemi çok kriterli karar verme problemlerinin çözümünde kullanılan oldukça etkin bir yaklaşımdır (Alonso ve Lamata, 2006). Saaty (1977) tarafından AHP kapsamında geliştirilen ikili karşılaştırma (*pairwise comparison*) yöntemi bireylerin karar verme süreçlerinde daha etkin kararlar almasını kolaylaştırmaktadır (Drobne ve Lisec, 2009; Franek ve Krestaa, 2014). Ayrıca, son otuz yıldır, sonlu alternatifler arasında çok kriterli karar verme probleminin çözümünde kriterlerin ikili karşılaştırılmasını sağlayan bir dizi yöntem geliştirilmiş olmasına rağmen, AHP ile ikili karşılaştırma tekniği en yaygın kullanıma sahip yöntemdir (Alonso ve Lamata, 2006). Bu nedenle, tez çalışmasında çok kriterli değerlendirme ölçütlerinin yani liman kimliğine ait nicelik kriterlerinin ağırlıklarının belirlenmesi için, önceki çalışmalarda vurgulanan güçlü yönleri dikkate alınarak AHP yöntemi tercih edilmiştir (Roszkowska, 2013).

İkili karşılaştırma yönteminde kriterler, uzman ya da karar alıcının tercihlerine göre değerlendirilir. Karşılaştırma matrisinin köşegeni üzerindeki bileşenler, $i=j$ olduğu için 1 değerini alır. En önemli kriterlerin sıralanması için her bir kriterin ağırlıklarının hesaplanması gerekmektedir. Örneğin, birinci kriter ikinci kriterle göre değerlendirici tarafından son derece önemli (Saaty, skalasına göre 9 puan) görülüyorsa, bu durumda karşılaştırma matrisinin birinci satır ikinci sütun bileşeni ($i=1, j=3$), 9 değerini alacaktır. Aksi durumda, yani birinci kriterin ikinci kriterle göre son derece önemli tercihi ikinci kriterden yana kullanılırsa birinci satır ikinci sütun bileşeni 1/9 değerini alacaktır. Eğer karşılıklı olarak değerlendirilen iki kriterin ikisi de birbirine göre aynı önem derecesine sahip ise o zaman ilgili satır ve sütun değeri 1 olacaktır. AHP

yöntemlerine göre kriter ağırlıkları belirlenirken, karar kriteri, hiyerarşide kendinden önceki kriterlere göre çift yönlü olarak karşılaştırılmıştır. Kriterlerin çift yönlü karşılaştırma yöntemine göre derecelendirilmesinde Saaty'nin 1-9 karşılaştırma ölçeği kullanılmıştır (Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1 : Saaty'nin (1980) ikili karşılaştırma ölçeği.

Sözel Değerlendirme	Sayısal Değer Karşılığı
Son derece önemli	9 8
Oldukça güçlü derecede önemli	7 6
Güçlü derecede önemli	5 4
Kısmen önemli	3 2
Eşit derecede önemli	1

Saaty (1980) tarafından önerilen yöntemde, ikili karşılaştırma sonucu elde edilen karar matrisi kullanılmaktadır. Karar kriterleri arası karşılaştırma matrisi, $n \times n$ boyutlu bir kare matristir. Belirli bir seviyede "n" ölçütü olduğunda; $a_{ij} = \frac{w_i}{w_j}$, w_i , w_j 'lerin sırasıyla i ve j kriterlerinin nispi önemi olduğu ikili karşılaştırma matrisi $A=[a_{ij}]$ oluşturulmaktadır (Roszkowska, 2013).

Kriter ağırlıklarının hesaplanmasında her bir alternatif için ikili karşılaştırma matrisi, $A=[a_{ij}]$ (A_i , A_j 'ye karşı $i,j=1,2,\dots,n$; n kriter sayısı) denklem 3.3'de gösterildiği gibi oluşturulur (Alonso & Lamata, 2006).

$$A = [a_{ij}] = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \cdots & a_{1j} & \cdots & a_{1n} \\ 1/a_{12} & 1 & \cdots & a_{2j} & \cdots & a_{2n} \\ 1/a_{1j} & 1/a_{2j} & \cdots & a_{ij} & \cdots & a_{in} \\ 1/a_{1n} & 1/a_{2n} & \cdots & 1/a_{1n} & \cdots & 1 \end{bmatrix} \quad (3.3)$$

A matrisinde, $a_{ji} = \frac{1}{a_{ij}}$ ve $a_{ii} = 1$ 'dir. A matrisine göre, kriterlerin ağırlıkları geometrik ortalama veya en küçük kareler metodu gibi yöntemler ile hesaplanmaktadır. Oluşturulan A matrisi kullanılarak w_{ij} kriterlerin ikili karşılaştırma ağırlığına göre denklem 3.4'de gösterildiği gibi hesaplanmaktadır.

$$W = [w_i/w_j] = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \quad (3.4)$$

Saaty (1980) tarafından önerilen AHP yöntemine göre 1-9 ölçeğinde İkili karşılaştırma yapılarak belirlenen kriter öncelikleri satıra dayalı geometrik ortalama metoduna (*row geometric method-RGM*) dayanarak denklem 3.5’de gösterilen formüllere göre hesaplanmaktadır. Sonuçlar daha sonra denklem 3.6’ye göre normalize edilir (Goepel, 2013).

$$r_i = \exp \left[\frac{1}{N} \sum_{j=1}^N \ln(a_{ij}) \right] = \left(\prod_{i=1}^N a_{ij} \right)^{1/N} \quad (3.5)$$

$$p_i = r_i / \sum_{i=1}^N r_i \quad (3.6)$$

r_i : i satırı sonuç değeri

p_i : kriter öncelikleri

N : kriter sayısı

a_{ij} : kriterlerin ikili karşılaştırma matrisi (NxN)

AHP yöntemi kendi içinde belirli bir sistematığe sahip olmasıyla kendi içinde tutarlı bir yöntem olsa da, karar vericiler tarafından yapılan bireysel değerlendirmelerin geçerliliği yapılan birebir karşılaştırmalardaki tutarlılığa bağlıdır. Kriterleri önceliklendirme için yapılan bireysel değerlendirmelerin kendi içinde tutarlılığı, yapılan yargıların akla uygun yapıp yapılmadığını anlamak için tutarlılık derecesi, tutarlılık oranı (*CR*) ile ölçülmektedir (Saaty, 1980). Bireysel değerlendirmelerin tutarlılığını ölçmek için *CI* ve *CR* kullanılmıştır. *CI* denklemi için *A* matrisinin en yüksek öz değeri olan temel değer (λ_{max}) denklem (3.7)’de, *CI* ise denklem (3.8)’de gösterildiği gibi hesaplanmaktadır (Roszkowska, 2013; Franek and Krestaa, 2014).

$$\lambda_{max} = \sum_{j=1}^n \frac{(A \times e)_j}{m \times e_j} \quad (3.7)$$

$$CI = \frac{(\lambda_{max} - n)}{n - 1} \quad (3.8)$$

λ_{max} : temel değer

n : kriter sayısı

m : Bağımsız satır sayısı

e : *A* matrisinin özvektörü

Elde edilen öncelikler karşılaştırma matrislerinin tutarlılığı ölçüsünde mantıklıdır. Tutarlılık oranının hesabında kullanılan *RI* endeksi, n kriter sayısına göre Saaty (1980)

tarafından oluşturulan standart düzeltme değerleri kullanılarak, Denklem (3.9)'de gösterildiği gibi hesaplanmaktadır (Estoque, 2011; Roszkowska, 2013).

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad (3.9)$$

RI : rastlantısal tutarlılık endeksi veya standart düzeltme değeri

Yapılan değerlendirmelerin tutarlı sayılabilmesi için tutarlılık endeksinin 0.10'dan küçük ($CR \leq 0.10$) olması gerekmektedir (Saaty, 1980). Aksi halde, tutarsızlık fazla ve kabul edilemez seviyede olacaktır. Tutarsızlığın kabul edilemez olduğu durumlarda, karar alıcıların yeniden değerlendirme yapması gerekebilir. AHP yöntemi özellikle, hiyerarşik bir yapı bünyesindeki kriterlerin ağırlıklarının hesaplanmasına yönelik tasarlanmıştır. Öte yandan, ikili karşılaştırma sayısındaki hızlı artış nedeniyle kriter sayısının fazla olduğu durumlarda AHP yöntemi ile ağırlıklandırma yapmak uygun görülmemektedir (Roszkowska, 2013). Estoque (2011)'e göre ise kriter sayısı (n) 3 ile 10 arasında olabilir (Estoque, 2011).

İkili karşılaştırma sonucunda belirlenen kriter öncelikleri birden fazla karar alıcı/katılımcı tarafından yapılabilir. Her bir katılımcı için hesaplanan CR değeri birleştirilmiş değerlendirme (grup kararı) için de hesaplanmalıdır. Bu durumda, her bir katılımcının belirlediği önceliklerin birleştirilerek ortak grup kararının tespit edilmesi gerekmektedir. Yapılan bireysel değerlendirmelerin sonucunda katılımcı sayısı kadar ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmuş olur. Bireysel değerlendirmeler birleştirilerek tüm katılımcılara göre ortak sonuç matrisi (birleştirilmiş karar matrisi) elde edilmesi gerekmektedir. Her bir k katılımcısının karar matrisi ağırlıklı geometrik ortalama yöntemine göre denklem 3.10'da gösterilen formül kullanılarak, grup kararını gösteren C matrisi elde edilmektedir (Goepel, 2013).

$$C_{ij} = \exp \frac{\sum_{k=1}^K w_k \ln A_{ij(k)}}{\sum_{k=1}^K w_k} \quad (3.10)$$

C_{ij} : birleştirilmiş karar matrisi

W_k : k katılımcısı tarafından belirlenen ağırlık

$A_{ij(k)}$: k katılımcısının karar matrisi

K : katılımcı sayısı

Birden fazla karar alıcı/katılımcı bulunması durumunda, katılımcılar arasındaki fikir birliğinin sağlanıp sağlanmadığı, AHP konsensüs göstergesine bakılarak anlaşılmaktadır. Konsensus göstergesi %0 ile %100 arasında değişmekte olup,

gösterge %0 olduğunda “karar alıcılar arasında hiç fikir birliği yok”; %100 olduğunda ise “karar alıcıların tamamıyla fikir birliği sağlandı” anlamına gelmektedir.

AHP konsensüs göstergesi S^* , Shannon alfa ve beta değerlerini kullanarak, denklem 3.11 ve denklem 3.12’deki formüller kullanılarak hesaplanmaktadır (Goepel, 2013).

$$S^* = \left[M - \exp(H_{\alpha_{min}}) / \exp(H_{\gamma_{max}}) \right] / \left[1 - \exp(H_{\alpha_{min}}) / \exp(H_{\gamma_{max}}) \right] \quad (3.11)$$

$$M = 1 / \exp(H_{\beta}) \quad (3.12)$$

Denklem 3.10 ve Denklem 3.11’in kullandığı $H_{\alpha,\beta,\gamma}$ entropi değerleri; tüm katılımcıların (K) değerlendirmeleri sonucu elde edilen α, γ, β Shannon entropileri matematiksel formüllerle aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Goepel, 2013).

Shannon alfa entropisi ile ilgili formül denklem 3.13’de gösterildiği gibidir.

$$H_{\alpha} = \frac{1}{K} \sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^N -p_{ij} \ln p_{ij} \quad (3.13)$$

Shannon gamma entropisi ile ilgili formül denklem 3.14 ve denklem 3.15’de gösterildiği gibidir.

$$H_{\gamma} = \sum_{j=1}^K -\bar{p}_j \ln \bar{p}_j \quad (3.14)$$

$$\bar{p}_j = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N p_{ij} \quad (3.15)$$

Shannon beta entropisi ile ilgili formül Denklem 3.16’de gösterildiği gibidir.

$$H_{\beta} = H_{\gamma} - H_{\alpha} \quad (3.16)$$

Alfa, beta ve gamma entropi değerleri hesaplandıktan sonra, AHP ölçeğinin maksimum skoru olan c_{max} için $H_{\alpha_{min}}$ ve $H_{\gamma_{max}}$, denklem 3.17 ve denklem 3.18’de gösterildiği gibi hesaplanır (Goepel, 2013).

$$H_{\alpha_{min}} = -\frac{c_{max}}{N+c_{max}-1} \ln\left(\frac{c_{max}}{N+c_{max}-1}\right) - (N-1) \frac{1}{N+c_{max}-1} \ln \frac{1}{N+c_{max}-1} \quad (3.17)$$

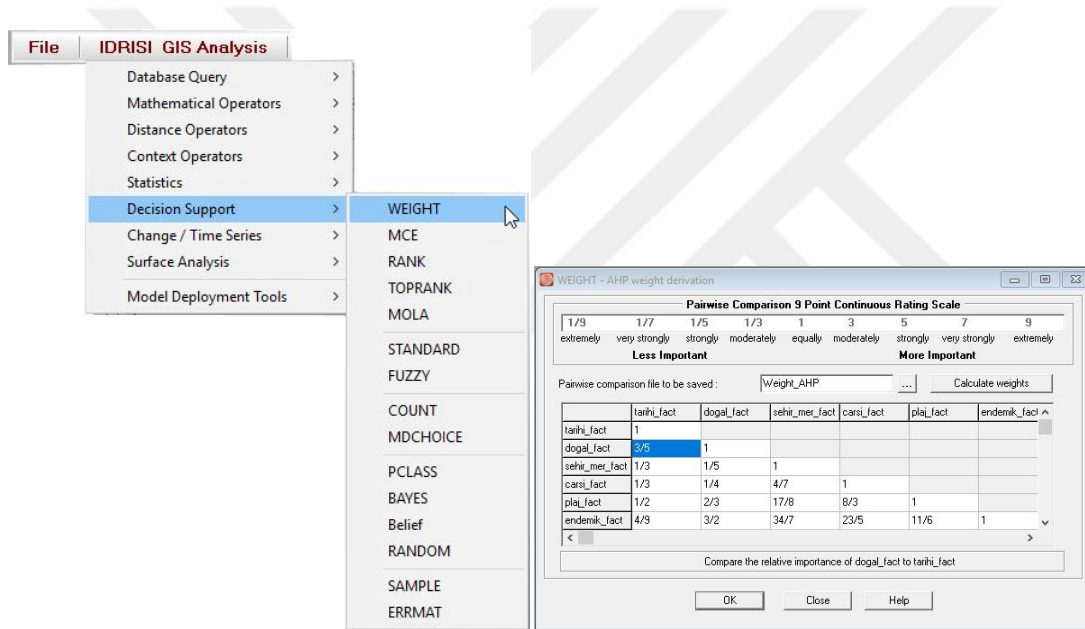
$$H_{\gamma_{max}} = (N-K) \left(-\frac{1}{c_{max}+N-1} \right) \ln \left(\frac{1}{c_{max}+N-1} \right) - \left(\frac{K+c_{max}-1}{N+c_{max}-1} \right) \ln \left(\frac{1}{K} \cdot \frac{K+c_{max}-1}{N+c_{max}-1} \right) \quad (3.18)$$

N : kriter sayısı

K : katılımcı sayısı

AHP yöntemine göre çift-yönlü karşılaştırma ile elde edilen faktör ağırlıkları, çeşitli analitik kaynaklar kullanılarak GIS yazılımının dışında gerçekleştirilmiş olup CBS ile entegre edilerek ilk defa 1991 yılında kullanılmıştır (Rao ve diğerleri, 1991, Drobne ve Lisec, 2009). Tez çalışmasında, CBS destekli MCE analizi için liman kimliğini oluşturan kriterlere ait ağırlık faktörlerinin, çok katılımcı (*multi-stakeholder*) yaklaşımı ile belirlenmesi amacıyla kullanılmıştır.

Kullanılan CBS yazılımında, kriter haritalarının AHP ile ağırlıklandırması işlemi Şekil 3.14'te gösterildiği gibi gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3.14 : CBS'nde AHP ile ağırlıklandırma.

3.1.6 İstatistiksel Analiz Yöntemleri

Tez kapsamında paydaş ve yerel halk anketlerinin analizlerinde temel tanımlayıcı (betimleyici) ve çıkarımsal istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Bu kapsamda, tanımlayıcı olarak, kategorik, sıralama, ölçek soru ve ifadelerin sıklığı analizi yapılmıştır. Beşli Likert Ölçeği'ne kullanılan yerel halk anketlerinde ölçülen tutum ifadelerinin daha sonra tutarlılık katsayısı hesaplanarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Paydaş anketlerinde ise paydaş dağılımları, yanıtların sıklığı ve kriter ağırlıklarının belirlenmesi aşamalarında da istatistiksel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır.

3.2 Materyal

Bu bölümde tez çalışmasında kullanılan materyaller açıklanmaktadır. Bunlar: Yazılımlar ve Donanımlar, Haritalar ve Anket Formları başlıkları altında detaylandırılmıştır.

3.2.1 Yazılımlar ve Donanımlar

Tezde kullanılan yazılımlar, konumsal (grafik) ve konumsal olmayan (öz nitelik) verilerin analizi için CBS yazılımları olan Idrisi, Global Mapper; AHP yönteminin hesaplarında Microsoft Excel; ayrıca istatistiksel analizler için SPSS paket programından yararlanılmıştır.

Global Mapper: Global Mapper, mekansal veri kümelerine erişim sunan, hem deneyimli CBS uzmanlarını hem de başlangıçtaki kullanıcılarına yönelik işlevsellik sağlayan kullanımı kolay bir CBS uygulamasıdır. Global Mapper programı *.shp* uzantılı dosya formatında tek bir harita olarak vektör formatında elde edilen verilerin veri tiplerine göre (nokta, çizgi ve alan verisi) kriter bazında ayrıştırılması işlemi için kullanılmıştır.

Idrisi-TerrSet (Geospatial Monitoring and Modeling System): Bir CBS yazılımı olan Idrisi-TerrSet, hem vektör hem de raster verilerinin depolanması, işlenmesi, analizi ve anlamlandırılması için kullanılabilir. Ancak, yazılımın temeli esas olarak rasterdir. Vektör sistemleri mekansal nesnelerin yönetimine odaklanırken, raster sistemler mekanın kendisine odaklanmaktadır. Hassas grid veri yapısını kullanan raster sistemler üstün analitik güce sahiptir. Dolayısıyla, bu çalışmada mekansal süreçleri modellemek için Idrisi yazılımının çeşitli araçlarından faydalanılmıştır. Yöntem kısmında CBS uygulama aşamaları anlatılırken kullanılan CBS yazılımı olarak ifade edilen program Idrisi yazılımıdır. Ancak, bahse konu CBS uygulamaları vektör ve raster verilerin işlenmesinde kullanılan herhangi bir CBS yazılımında da gerçekleştirilebilmektedir. Idrisi yazılımını kullanabilmek için gerekli olan donanım şartları aşağıda gösterilmektedir:

- Windows 7 ve üzeri veya Windows Server 2003 ve üstü,
- Microsoft ACE 2010 veya Microsoft Office 2010 veya üstü,
- Uygulama için 1.3 GB sabit disk alanı,

- 4 GB RAM, 8 GB veya daha fazlası (önerilir),
- HD ekran (1920 x 1080) veya üstü özellikteki donanımlar (önerilir) (Url-12).

Idrisi, CBS tabanlı MCE yapmak amacıyla bir karar destek sistemi olarak kullanılmıştır. Kriter haritalarının her birinin .shp formatından Idrisi formatına çevrimi, haritaların koordinat dönüşümü, raster görüntülerine çevrimi, AHP faktör ağırlıkları ile görüntülerin birleştirilmesi ve tüm kriterlerin toplanması aşamalarının (Şekil 3.6'da gösterildiği gibi) tamamı Idrisi yazılımı ile gerçekleştirilmiştir.

Excel: Microsoft tarafından geliştirilen bir tablolama programı olan Excel, veri girişi, saklanması, basit ve karmaşık matematiksel işlemlerin yapılması amacıyla kullanılmıştır. Anketler ile elde edilen bilgiler, Excel programı aracılığıyla düzenlenmiş ve işlem yapmaya hazır hale getirilmiştir. Ayrıca AHP yöntemi ile analiz edilen verilerin matematiksel işlemleri de Excel programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

SPSS (Statistical Package for Social Sciences): Her türlü veriyi düzenlemek ve analiz etmek amacıyla yönelik bir yazılımdır. Bu veriler temel olarak, bilimsel araştırma, müşteri veritabanı, Google Analytics veya bir web sitesinin sunucu günlük dosyaları gibi herhangi bir kaynaktan gelebilir. SPSS, gerçekleştirilen tez çalışmasında yerel halka yönelik anketlerin analizlerinde kullanılmıştır.

3.2.2 Haritalar

Tezde kullanılan haritalar: streetmap, 1/25.000 ölçekli topoğrafik harita ve Google Earth haritaları ve uydu görüntüleridir.

OpenStreetMap: Tez kapsamında liman kimliğine ait konumsal (nicelik) veriler, haritalar vektör formatında *openstreetmap.com* sitesinden temin edilmiştir.

1/25.000 ölçekli harita: Topoğrafik harita, koordinat dönüşümü yapmak ve diğer kaynaklardan elde edilen bilgileri doğrulamak (*ground-truth-data*) için kullanılmıştır.

Google Earth uydu görüntüleri: Veri kaynağı olarak, kimliği oluşturan nicelik yani mekânsal verileri tespit etmek için kullanılmıştır.

3.2.3 Anket Formları

Tez kapsamında aşağıda açıklandığı gibi üç farklı tip anket uygulanmıştır.

Birinci tip anket formu (EK A): Liman kimliği, kruvaziyer turizmi hakkında bilgi toplamak ve liman kimlik organizasyon yapısında yer alacak tarafların tespit edilmesi

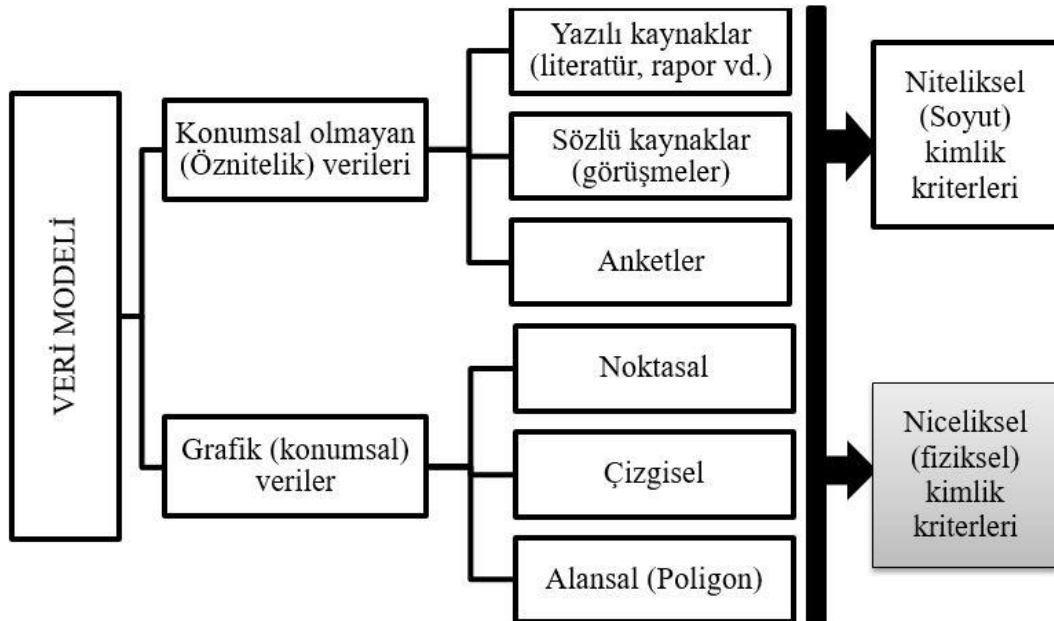
amacıyla uygulanan paydaş anketidir (Şekil A.1). Anketin hedef kitlesi, paydaş analizi ile öngörülen yerel paydaşlarıdır. Anketler, açık uçlu (yarı-yapılandırılmış) sorulardan oluşmaktadır.

İkinci tip anket formu (EK B): Liman kimliği organizasyon yapısında yer alan taraflar ile liman kimlik kriterlerine ait ağırlıkları belirlemeye yönelik yapılan anket çalışmasıdır (Şekil B.1). İlgili anket, liman kimliğine ait kriterleri, Saaty (1980)'in 1-9 ölçeğini kullanılarak önceliklendirilmesine göre tasarlanmıştır.

Üçüncü tip anket formu (EK C): Liman kimliği ve kruvaziyer turizmi konularında yerel halkın farkındalık ve algı düzeyinin anlaşılması için yarı-yapılandırılmış yerel halk anketi formları kullanılmıştır (Şekil C.1).

3.3 Veri Modeli

Veri, bilginin ham halidir (Uyguçgil, 2018)). Veriler sözel ve yazıya geçirilmiş ifadeler olabileceği gibi görseller (şekil, resim, grafik vd.), modeller, sembol veya sayılar şeklinde de var olabilir. Amacına uygun toplanan verinin bilgiye dönüştürülmesi için verilerin belirli bir formata getirilmesi gerekmektedir. Tez çalışmasının veri modeli Şekil 3.15'de gösterildiği gibidir.



Şekil 3.15 : Veri modeli.

Verilerin anlamlandırılmış bilgiye d6nüşümü sürecinde verinin hangi yöntemle nasıl ve kim tarafından toplandığı ve kim tarafından işlendiği gibi hususlar önem arz etmektedir (Uyguçgil, 2018). Gerçekleştirilen tez çalışmasının amacı doğrultusunda kullanılan veriler elde edilişleri bakımından birincil ve ikincil veri kaynaklarına dayanan konumsal (grafik, mekansal) ve konumsal olmayan (öz nitelik) verileridir (Şekil 3.15).



4. BULGULAR

Bu bölümde, tez çalışmasında kullanılan araştırma metodları ve materyeller doğrultusunda ulaşılan bulgular hakkında bilgi verilmektedir. Bulgular iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda limanlara kimlik kazandırılması için tüm limanlarda uygulanmak üzere geliştirilen yöntem anlatılmaktadır. İkinci kısımda ise geliştirilen yöntemin nasıl uygulanacağına dair pilot bölge olarak seçilen Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde yapılan uygulama bulguları ve uygulama sonuçları gösterilmiştir.

4.1 Limanlara Kimlik Kazandırılması İçin Yöntem Önerisi

Limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntem ve yöntemin unsurları ayrıntılı olarak bu bölümde açıklanmaktadır. Tez çalışması kapsamında geliştirilen yöntem dokuz temel aşamadan oluşmakta olup, izlenmesi önerilen aşamalar sırasıyla Şekil 4.1'de gösterildiği gibidir.



Şekil 4.1 : Limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin aşamaları.

Şekil 4.1’de gösterilen yöntemin tüm aşamaları bu bölümde kendi içinde ayrıntılı olarak aşağıda gösterildiği gibi açıklanmıştır:

AŞAMA-1: Liman Kimliği Tanımı ve Kriterlerin Oluşturulması

Liman kimliği, yapılan literatür taramasından anlaşıldığı üzere uluslararası kuruluşlar ve bilimsel çalışmalarca önemi vurgulanan, fakat yaygın ve ortak bir tanımı bugüne kadar yapılmamış olan yeni bir kavramdır. Bu doğrultuda, liman kimlik kavramı için bir tanım geliştirmedeki hedefler aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

- Liman kimliği konusunda ortak bir tanıma ulaşmak,
- Liman kimliği ile ilgili uygun stratejiler geliştirmek,
- Liman kimliğinin kruvaziyer turizmi üzerindeki (örneğin gelen gemi sayısı, ziyaretçi memnuniyetleri gibi) etkilerini anlamak,
- Gelecek araştırmalar için liman kimliği konusunda farkındalık oluşturmak.
- Tüm limanlarda uygulanabilir bir yöntem geliştirmek.

Nitelik ve nicelik bileşenlerinin meydana getirdiği Liman Kimliği kavramı; liman imajını etkileyen; her limanda farklı boyutlar ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan; somut, biçimsel ve kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel gibi somut olmayan etkenlerle gelişen ve sürdürülebilir liman kavramını yaşatan; geçmişten geleceğe uzanan sürekli bir sürecin ortaya çıkarttığı anlamlar bütünü olarak tanımlanır. Limanın kimliği, o limanın tüm fiziki ve fiziksel olmayan özelliklerini kapsamakla birlikte, yaşanmakta olan kültürel değişim, toplumsal ve çevresel biçimlenmeler üzerinde de değişimlere neden olmaktadır. Bir liman kimliği yalnızca bir yerin tarihi ve kültürel nitelikleri değil; topografya, bitki örtüsü, iklim ve jeopolitik konum, ulaştırma ağları, ticaret biçimleri ve yolları gibi sahip olduğu özelliklere bağlı olarak geçirdiği işgaller, savaşlar; deprem ve volkanik patlama gibi doğa olayları, bir devlete başkentlik yapıp yapmadığı ve sayısı arttırılabilecek daha bir çok etken ile ilişkili beşeri ve coğrafi bileşenleri de içine alacak şekilde, içinde yaşayan toplulukların liman ve çevresine ilk yerleşiminden bugüne geçirdiği çeşitli dönüşümleri, kısacası uzun bir zaman diliminde doğal ve yapay çevre özellikleri arasındaki etkileşimler ile insan davranışları ve yapısal biçimleri sonucu ortaya çıkmış oldukça kapsamlı bir çerçeve çizmektedir.

Günümüzde turizm, sanayi, ulaşım gibi bir yerleşim yerini birinci derecede etkileyecek ticari faaliyetler liman kimliğini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bununla birlikte, tez kapsamında liman kimliğinin tanımlanması

açısından kruvaziyer liman tipleri arasında bir ayrım gözetilemiştir. Diğer bir değişle liman kimliği, kıyı alanlarında yer alan limanların bulunduğu yer ile birlikte ele alındığında kendine has kimliği ile ön plana çıkması gerektiği düşüncesiyle tanımlanmıştır. Bu kapsamda, liman kimliği ticari, beşeri ve coğrafi bir çok işlevsel ve niteliksel unsurların uyumuyla ortaya çıkan ve sürekli gelişen ortak bir fikirdir. Dolayısıyla, bir limanın kimliği liman yerinin ayırd edici özelliklerinin yanı sıra limanın hizmet ettiği sektörle de etkileşim halindedir. Kendine özgü kimliği olan liman yerleri farklılıkları ile kruvaziyer endüstrisinde ön plana çıkma potansiyeline sahip olurlar. Böylece, eğlence amaçlı deniz seyahatinde talebi oluşturan en önemli iki etkenden biri olan ayırd edicilik sayesinde, bir liman yerinin gemi operatörleri tarafından seçilmesi sürecine katkı sağlanabilecektir (Marti, 1990; CLIA, 2014).

Şekil 4.2’de liman kimliği tanımına göre tez kapsamında geliştirilen liman kimliği kavramsal çatısı gösterilmektedir.



Şekil 4.2 : Liman kimliği kavramsal çatısı.

Tezin bütünü değerlendirildiğinde, akademik literatürden ve çeşitli yazılı kaynaklardan faydalanılarak oluşturulan liman kimlik tanımına göre belirlenen iki temel bileşen, liman yerinin fiziki ve konumsal bilgilerini temsil eden nicelik bileşeni ve konumla ilişkili sözel (tanımlayıcı) bilgileri temsil eden nitelik bileşenidir. Bu

bileşenleri meydana getiren kriterlerin belirlenmesi esnasında literatür araştırması çıktılarına ek olarak, seçilen çalışma alanındaki saha gözlemleri ve paydaş görüşmelerinden de faydalanılmıştır. Bu sayede bir kruvaziyer liman yerinde, kruvaziyer turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için gerekli olan kriterler Şekil 4.2’de gösterildiği gibi oluşturulmuştur. Sonuçta, liman kimliğini meydana getiren nicelik bileşeni, mekansal (konumsal, grafik) bilgiler ile tanımlanan niceliksel kriterleri; nitelik bileşeni ise mekansal olmayan (tanımlayıcı, öznel) verileri ile tanımlanan niteliksel kriterleri ortaya çıkarmıştır. Niceliksel kriterler, liman yerinde ve çevresinde bulunan somut, ölçülebilir, mekana dayalı cazibe unsurları iken, konum bilgisine sahip cazibe unsurları ile entegre edilebilen tanımlayıcı, ölçülemeyen, soyut kavramlar ile ifade edilen cazibe unsurları niteliksel kriterler olup bu bölümde her biri ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Niceliksel kriterler

Nicelik kriterlerin belirlenmesi esnasında, belirli bir coğrafi bölgeye ait turistik faaliyetlerin öne çıkardığı noktalar ele alınmıştır. Kruvaziyer gemilerinin bir varış yerine gerçekleştirdiği ziyaret, liman destinasyonundaki cazibe niteliğine sahip mekanların mevcudiyeti ile ilişkilidir. Niceliksel kriterler kruvaziyer liman yeri arazi kullanımı, mekansal planlama ve mekansal planlamanın etkinliği için geliştirilecek politikalarda dikkate alınması gereken faktörlerden biridir. Liman kimliğini meydana getiren niceliksel kriterler aşağıda açıklandığı gibidir:

Tarihi ve Kültürel Yerler

Tarihi öneme sahip köprüler, surlar, şatolar, kaleler gibi tarihi yapılar, kiliseler, camiler gibi dini yapılar, meydanlar, mezarlıklar ve türbeler, su kemerleri, çeşmeler, özellikle antik yerleşim yerleri ve daha da çeşitlendirilebilecek tarihsel zenginliklere sahip; ayrıca tarihin yanısıra kültürel, eğlenme ve dinlenme noktaları tiyatrolar, konser alanları, müzeler, özgün geleneksel ya da modern mimari karaktere sahip yapılar kısacası tarihi, mimari, arkeolojik, dini ve kültürel fiziki mekanlar tarihi yerler kapsamında değerlendirilir. Bununla birlikte, Özgüç (2007)’e göre geçmişte yaşanmış önemli tarihi, dini ve mitolojik olayların meydana geldiği mekanlar tamamen değişmiş, geçmişten hiçbir fiziki kalıntı kalmamış olsa bile tarihi yer olarak kabul edilmelidir (Özgüç, 2007). Tarihin ve kültürün coğrafi referanslı verilerle

eşleştirilmesi kimlik kapsamında oldukça önemlidir. Bu nedenle, tarihi ve kültürel yerler liman kimliğinin niceliksel bir kriteri olarak ele alınmıştır.

Doğal Yerler

Tanımsal olarak doğal yerler, doğal koruma statüsü bulunan veya bulunmayan halka açık turistik mekanlardır. Yeryüzünü meydana getiren ve biçimlendiren yeryüzü şekilleri, iklim, doğal ve yapay bitki örtüsü, jeolojik yapı ve yeryüzüyle ilişkili canlı ve cansız varlıkların bileşiminden oluşan coğrafi görünüme sahip olan doğal yerler turizm kapsamında başlıca cazibe öğelerindedir (Akova, 2012, ss. 6-7). Doğal cazibe unsurlarına sahip olan mekanlar turizm faaliyetleri üzerinde etkilidir. Örneğin; doğal koy ve körfezlerin mavi yolculuğa, temiz ve berrak deniz veya iç suların dalış turizmine, uygun debi ve eğime sahip akarsuların rafting faaliyetlerine, dalgaların dalga sörfüne, ormanlık araziler ve doğal bitki örtüsünün eko turizmine imkan vererek ziyaretçileri bir destinasyona çekmede etkili birer faktör olması gibi. Diğer yandan, rekreasyon aktivitesinde bulunmaksızın yalnızca görsel çekimi sayesinde ziyaretçileri doğal yapısını gelip görmeye ikna eden unsurlar da doğal yer kapsamındadır. Türkiye'deki peribacaları, Brezilya'daki amazon ormanları, Şili'deki Pucon Yanardağı ve sayısı arttırılabilecek daha bir çok yer doğal yerler kapsamındadır. Dolayısıyla, bu tipteki alanlar liman kimliğini meydana getiren niceliksel bir öğedir.

Şehir Merkezi

Şehir merkezleri, ticari, kültürel, sosyal ve ekonomik faaliyetlerin odak noktası olaması bakımından ziyaretçilere çeşitli imkanlar sunan sosyo-kültürel alanlardır. Bu nedenle, şehir merkezleri ziyaretçilerin yalnızca ihtiyaçlarını karşılamak için yolunun geçtiği bir yerden daha fazlasını ifade eder. Dolayısıyla şehir merkezi tek başına turizm faaliyetini meydana getirebilmektedir. Şehir merkezleri, yalnızca kruvaziyer yolcuları değil gemide çalışan personel için de önemli bir cazibe yeri olarak değerlendirildiğinde liman kimliğini meydana getiren bir niceliksel kimlik kriteri olarak tanımlanmıştır.

Sahil-Plajlar

Sahil ve plajlar, kruvaziyer turizminin de içinde yer aldığı deniz ve kıyı turizmi sektörünün temel yapı taşıdır. Sahil ve plajlar yüzme, güneşlenme, amatör balıkçılık, kıyı sörfü, şnorkelle yüzme gibi çeşitli faaliyetlerin yanısıra faaliyette bulunmaksızın sosyalleşme, dinlenme amacıyla boş vakit geçirilen yerler olması bakımından sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan önemli görülmektedir. Turistik cazibe unsuru

olarak değerlendirildiğinde sahil ve plajlar liman kimliğini meydana getiren niceliksel bir kriter olarak tanımlanmıştır.

Yöresel Yeme-İçme Yerleri

Yöresel mutfak ürünlerinin sunulduğu yöresel yeme içme yerleri, kültürel çekicilik unsuru olan yerel (lokal) mutfak kavramının mekansal karşılığıdır. Yerel yemek ve kimlik arasında kuvvetli bir ilişki olduğu pek çok kaynakta belirtilmektedir (Richards, 2002; Timony ve Ron, 2013; Beşirli, 2010). Varış yerlerinde, gezginlerin yerel kültürü tanımalarında önemli bir araç olmasının yanısıra, yerel ekonomiye de katkı sağladığı bilinmektedir (Henderson, 2009). Kruvaziyer gemilerinde yiyecek içecek hizmetlerinin herşey dahil sistemdeki gibi ücretsiz olarak sunulması nedeniyle, yerel yeme içme yerlerinin kruvaziyer yolcularını cezbetmesi zor olabilir. Ancak, yöreye özgü yeme içme yerlerinin doğru tanıtımı, bu yerlere yönelik hijyen algısı yönetimi, bu yerlerin yolcu gezi güzergahları üzerinde veya yakınının da görülebilir bir konumda bulunması, bu yerlerde çalışanların yolcular ile yiyecek içeceklerin içerikleri konusunda bilgi aktarabilecek yeterlilikte yabancı dil bilmesi gibi konuların tümü yöresel yemeklerine cazibenin önündeki engelleri kaldırmada yardımcı olacaktır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde yöresel yeme içme yerleri liman kimliğini meydana getiren niceliksel bir kriter olarak tanımlanmıştır.

Endemik Yerler

Endemik turizm, belirli bir yere özgü kimliğin turistler üzerinde büyük bir cazibe etkisi oluşturabileceğini kabul eden turizm anlayışı olarak tanımlanmıştır (Oelrich, 1992). Buradan yola çıkarak liman kimliği meydana getiren nicelik kriteri olarak ele alınan endemik yerler doğal, kültürel, tarihsel, biyolojik karaktere sahip, benzersiz yani dünyanın başka hiç bir yerinde eşine rastlanmayan ya da çok nadir rastlanan nitelikteki yapılar, ürünler, bitki ya da hayvan türleri gibi öğelerin konumlandığı mekanlar olarak tanımlanmaktadır. Mısır piramitleri, Peri Bacalaları endemik yerlere örnektir.

Spor Yerleri

Spor faaliyetleri dağ, göl, akarsu, deniz, doğa manzaralı yerler gibi doğal bir kaynağa dayalı ya da kısmen veya tamamen insan yapımı açık ve kapalı tesislere dayalı olarak gerçekleştirilebilir. Turistik faaliyette bulunma güdüsünü ortaya çıkaran fiziksel bir etken olarak değerlendirildiğinde spor yerleri liman kimliğini meydana getiren bir kriter olarak tanımlanmıştır.

Yerel Market / arşı-Pazar Yerleri

Alışveriş, eğlence amaçlı faaliyetler haricinde, bütünleşik bir faaliyet kümesinin bir parçası olarak görülen bir seyahat davranışıdır. arşı-pazar yerleri ve şehir merkezi gibi mekanlar yalnızca alışveriş özelliği ile değil kültürel cazibe özellikleri ile de gezginler için birer motivasyon kaynağıdır. Gezginler, yerel halkla karşılaştırıldığında deneyimlerini daha çok hedonik, yeni ve tatmin edici olarak değerlendirdiler (Littrell, Paige and Song, 2004). Eğlence ve kültürel amaçlı faaliyetler ile alışveriş temasını bütünleşik bir faaliyet kümesi olarak sunma potansiyeli sayesinde arşı-pazar yerelin bir parçası olarak ele alınır. Yolcuların alışveriş davranışı sayesinde bir liman, kruvaziyer yolcuları ve mürettebatının harcamaları sayesinde doğrudan ekonomiye katkı sağlayabilir. Bir kruvaziyer yolcusunun yerel pazarlarda alışveriş yapmak için harcadığı sürenin, harcadığı para miktarı üzerinde önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir (Henthorne, 2000). Dolayısıyla, yerel arşı pazar yerlerinin kruvaziyer yolcusunun gezi güzergahı üzerinde bulunması, sınırlı vakti olan yolculardan katkı sağlamak için gereklidir. Yapılan alışverişin niteliği en az niceliği kadar yolcu deneyimlerini etkilediği için liman yerinin kimliğine yönelik algısına da etki edeceği düşünülmektedir. Bu nedenle, çalışmada yerel dükkanları, mağaza, imalat atölyeleri, butik yeme içme yerleriyle birlikte alışveriş yerlerini barındıran alanlar olan ve çoğunlukla şehir merkezinde veya çevresinde yer alan arşı-pazar yerleri kriteri liman kimliğini meydana getiren bir kriter olarak tanımlanmıştır.

Alışveriş Merkezleri (AVM)

Alışveriş merkezleri bir yerde yaşayan sakinler için restoranlar, bankalar, mağazalar, gibi yerleri barındırdığı; park etme, özel etkinlikler ve nitelikli çalışanlara sahip olmasıyla verdiği hizmet ayrıca aydınlatma, birden fazla giriş kapısı ve güvenlik gibi ortamsal özelliklere sahip olması açısından tercih edilmektedir. Alışveriş merkezlerinin gezginleri cezbetmesindeki en güçlü yanları bünyesinde barındırdığı çeşitli olanaklardan (hoş atmosfer ve kaliteli ürün ve hizmet, güvenlik, park yeri, aile dostu olması, tanınmış markalara erişim kolaylığı vd.) kaynaklanmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre, orta yaş ve üzeri gezginlerin festival, kaliteli bir restoranda yemek yemek, eğlence etkinliklerine katılmak, gece yaşamı etkinlikleri gibi bir dizi aktivite ile alışveriş aktivitesini birleştirdiği saptanmıştır (Littrell, Paige and Song, 2004). Orta ve üstü yaş grubundaki yolcuların ağırlıkta olduğu kruvaziyer yolcu demografisi

değerlendirildiğinde alışveriş merkezlerinin de sahip olduğu özelliklere bağlı olarak liman kimliğine ait bir nicelik kriteri olarak değerlendirilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Turistik Bilgi Danışma Yerleri

Turistik bilgi kavramı, tıpkı ulaştırma ve erişilebilirlik gibi turisti bir yere çeken asıl neden olmamakla birlikte turizmin gelişmesinde büyük önemi olan ilave unsurlar kategorisine girmektedir (Law, 2002). Kruvaziyer yolcularının varış yerlerinde turistik bilgiye hızlı ve kolay erişim sağlanması, yolcuların sınır vakitlerini iyi değerlendirmeleri için destinasyon tarafına önemli bir avantaj sağlayabilir. Dolayısıyla, turistik bilgi danışma yerleri liman kimliğini meydana getiren niceliksel bir kriter olarak değerlendirilmiştir. Turistleri yönlendirici bilgi ve donanımına sahip yabancı dil bilen personeli olan, turistlere yöreye ait bilgi sunacak broşür, harita ve benzer amaçlı materyel ve hizmet sunan kamu veya özel danışma büroları, danışma masaları veya turistik bilgi sağlama amacına hizmet eden kontrollü yerler bu kapsamda değerlendirilir.

Yol Ulaşım

Liman kimliğine ait diğer niceliksel kriterlerin liman ile entegrasyonunu sağlaması açısından kritik bir öneme sahip olan iç ulaşım ağları, günümüzde en yaygın haliyle kara yolları olup, tez kapsamında yol-ulaşım kriteri olarak ele alınmıştır.

Rekreasyon faaliyetleri, genellikle kısa süreli ve ziyaret edilen varış yerindeki ziyaretçi adreslerine çok uzak olmayan ulaşım mesafesinde (genellikle 1-1,5 saatlik e mesafesinde) gerçekleşmektedir (Akova, 2012). Turizm literatüründe konaklama tesisleri olarak bilinen mekanlar ziyaretçilerin varış yerlerindeki adresleri iken, kruvaziyer turizmi faaliyetinde bulunan yolcuların adresi ulaşım mesafelerinin temel belirleyicisi olan geminin bulunduğu yer, yani kruvaziyer limandır. Dolayısıyla, kruvaziyer faaliyetlerinin yoğun olarak kruvaziyer limanı ve çevresinde gerçekleşmesi beklenir. Varış yerinde gerçekleştirilen kruvaziyer turizmi faaliyetleri kapsamında, gelen yolcuların kalış sürelerindeki kısıt dikkate alındığında kimliği meydana getiren kriterlerin limana olan bağlantısını sağlayan yol-ulaşım kriterinin kritik bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu itibarla, yol-ulaşım nicelik kriterlerinin tamamlayıcısı olan bir diğer liman kimlik kriteridir.

Niteliksel kriterler

Belirli bir yerde veya bölgede geçen, o yere özgü olan, ayırd edici ve turistik cazibe fonksiyonlarına sahip olan nitelik bileşeni, nicelik bileşenini niteleyen sözel, öznel nitelik bilgilerdir. Örneğin tarihi bir yer geçmiş yaşama dair inançların ya da mitoloji ve efsanelerin geçtiği konum olabileceği gibi tarihselliği bulunan önemli bir kişinin hayatının geçtiği bir yer olabilir. Bu tip bilgiler bir tarihi yeri niteleyici özellikte bilgiler olup niteliksel kriter kapsamında değerlendirilebilir. Doğal yerler olarak tanımlanmış bir taş veya bir ağacın yaşı ya da ormanlık bir arazinin güvenliği ya da bu arazinin içinde gelişmiş olan bir efsane ile nitelendiği durumlar ile karşılaşmak oldukça mümkündür. Turistik kapsamda değerlendirildiğinde ise nitelik olmadan yeryüzündeki hiçbir varlığın ilgi çekmeyeceği bile düşünülebilir. Örneğin, x,y koordinatlarında bir bina var fakat bu binanın hiçbir özelliği yok. Bu durumda, bina hiç kimsenin ilgisini çekmeyebilir. Nitelik kriterleri, bir liman yerini ziyaret eden yolcuların liman kimliğine ait nicelik kriterleri üzerinde ilgisini arttıran mevcut turistik varlıkların yolcu zihninde gördükleri bir yeri, hissettikleri bir olguyu ya da tattıkları bir yemeği mekan ile ilişkilendirmelerinde etkili olabilecektir. Liman ve çevresinde bulunan niceliksel kriterler ile birleştirildiğinde sosyal, ekonomik, tarihi ya da tamamıyla turistik bir anlam bütünlüğü oluşturan nitelik kriterleri aşağıdaki açıklandığı gibidir.

Mitoloji ve Efsane

Mitoloji ve efsane kavramsal olarak ayrı anlatım türleri olsa da tez çalışması kapsamında her ikisi de, turistik bir güzergahın akılda kalıcı olmasını sağlayan, mekanların çekiciliğini arttıran önemli unsurlar olarak değerlendirilir. Mitoloji, zamana bağlı olarak ele alındığında, yazının henüz keşfedilmediği, teknolojinin adının geçmediği, tarihin kısmen bilinmeyen sayfalarından günümüze taşınmış bir kavramdır, efsaneler ise; mitlere göre günümüze zamansal açıdan daha yakın bir kavram olmakla birlikte temelinde mitolojiden tamamen ayrı düşünülmemektedir (Aktaş ve Batman, 2010). Mabetler, tapınaklar, türbeler, kliseler gibi kutsal mekânlar; tarihi kişiler ve savaşlar, afetler gibi olaylar hakkında anlatılan efsaneler ve mitler bir bölgeye turistik cazibe kazandırmaktadır (Aktaş ve Batman, 2010; Şahin, 2009:50). Tarih ve kültürel mekanla olan ilişkileri, insanlar üzerinde bırakacağı etkileri göz önünde bulundurarak efsane ve mitoloji kavramları birlikte liman kimliğini meydana getiren niteliksel bir kriter olarak ifade edilmektedir. Örneğin, efsane ve mitoloji

kapsamında değerlendirilen öznel verileri, örneğin tarihi ve kültürel yerler nicelik kriterini nitelemektedir. Bu kapsamda, Kuşadası ve İzmir limanları Efes ve Meryem Ana fiziksel mekanlarının, efsane ve mitler ile birleşmesi sayesinde kruvaziyer turistlerinin başlıca gözde uğrak yerleri olabilmektedir.

Folklor

Folklor, halk anlamındaki *folk* ve bilim anlamındaki *lore* kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuş dolayısıyla halk gelenekleriyle, edebiyatla ve tarihle bir araya gelen konuları kapsayan bir kavram olarak tanımlanmıştır (Boratav, 1969). Folklor, otantikliğin ve kültürel kimliğe bağlılığın bir sembolü olarak ifade edilmektedir (Gidoni 2000). Folklor yabancı ülkelere, halklara ve otantik yerlere merak duyan insanların rekreasyon faaliyetinde bulunmak ya da farklı deneyimler yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerde kültürel mirasın ekonomiye dönüşmesinde ya da diğer bir deyişle bir mekanı niteleyen kültürel mirasın pazarlanabilirliğini sağlayan önemli bir etken olarak görülmektedir (Özgüç, 2007). Yazılı veya sözlü gelenek unsurlarından meydana gelen folklor yöresel, bölgesel ya da ulusal kimliği oluşturan faaliyetlerdir. Kültürel mirasın önemli bir parçası olarak folklor bu kapsamda değerlendirildiğinde liman kimliğini niteleyen bir kriter kapsamında tanımlanmıştır.

Yöresel mutfak

Yöresel mutfakın içecekler gibi bir parçası olan yöreye özgü yiyecekler, farklı boyutlardaki yerleşim yerlerinde gelenek haline gelmiş, özel günlerde daha çok tüketilen, genellikle düğün gibi bir olay sonucunda kültüre yerleşmiş ve halk tarafından diğer yemeklerden üstün tutulan yiyeceklerdir (Hatipoğlu vd., 2012). Marzella (2008)'e göre turistlerin % 70'i ziyaret ettikleri yerlerdeki yöreye ya da bölgeye özgü yiyecekleri ve içecekleri, orada tecrübe ettikten sonra aile ve arkadaşlarıyla paylaşmak amacıyla beraberinde götürdükleri tespit edilmiştir (Hatipoğlu ve diğ. 2013'de atıfta bulunduğu gibi). Ziyaretçi motivasyonunu etkileyen bir unsur olarak yöresel mutfak, liman kimliğini meydana getiren nicelik kriterlerinden yöresel yeme içme yerlerini nitelemektedir. Bir yerin tanıtımı ve pazarlamasında önemli rol oynayan ve yöreye sosyo-ekonomik bir getiri sağlama potansiyeli değerlendirildiğinde, yöresel mutfak kimliği meydana getiren bir nitelik kriteri olarak tanımlanmıştır.

Yerel işçilik, zanaat

Yerel işçilik ürünü olan nesnelere bir yeri ziyaret eden kişiler tarafından satın alınarak yerel ekonomiye katkı sağlamakla birlikte, folklorik zenginliği simgelemesiyle de, kültürel zenginliğin bir parçası olarak yerel zanaat; bir mekanı ya o mekana ait kültürün tanıtılması, yöresel ürünlerin kuşaktan kuşağa aktarılması işlevi sayesinde uluslararası kültür alışverişini simgelemektedir. Süs ya da kullanım amaçlı işçilik ürünleri, el sanatları, folklorik nitelikte tiyatro, gösteri, düğün, eğlence gibi yöresel uygulamalar içim dikilen yerel kostümler bu kapsamda değerlendirilmiştir. Yerel işçilik, turistik cazibe unsuru olmasının yanında bir yerin kültürel kimliğinin devamı için de önemi dikkate alınarak liman kimliğini meydana getiren bir nitelik kriteri olarak tanımlanmıştır.

Etkinlik

Festival, spor etkinlikleri, müzik ya da yiyecek odaklı etkinlikler, şölenler, sergiler, karnaval ya da geçit törenleri vb. türdeki organizasyonların tümü etkinlik olarak tanımlanmaktadır. Festival gibi etkinliklerin düzenlenmesinin iki temel amacı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi kültürel gelenek ve görenekleri sergilemek, onurlandırmak, yerel birlik ve beraberliği sağlamak; ikincisi amaç ise turistik cazibeyi arttırarak bir yere daha fazla turist çekmektir (Crompton ve McKay, 1997). Başka bir ifadeyle, etkinlik tek başına gastronomi gibi bir turizm alternatifini olup destinasyon perspektifinde, etkinlik turizmi olarak adlandırılır ve ekonomik ve toplumsal faydalar elde etmek için çeşitli etkinliklerin geliştirilmesi ve pazarlanmasında çeşitli etkinliklerin oldukça önemli bir katkısı bulunur (Hudson, 2008). Kişioğlu ve Selvi'ye (2013) göre etkinlik temelli faaliyetler destinasyon imajı oluşumu ve gelişiminde önemli rol oynayan ekonomik ve sosyo-kültürel faaliyetleri kapsamaktadır. (Kişioğlu ve Selvi 2013). Festivaller; folklorik öğelerin, toplumsal uygulamaların (ritüeller, düğün-karşılama-cenaze temalı merasimlerin, yerel ürünlerin tanıtımı ve ekonomiye kazandırılması için katalizör görevi görür. Yerel etkinlikler yalnızca turistik cazibeyi arttırıcı özelliğiyle değil aynı zamanda yerel halkın mekanla ve birbiri ile bütünleşmesi, ortak kimlik bilincinin oluşması, birlik ve beraberlik açısından da önemlidir. Etkinlikler, hem destinasyon hem de ziyaretçi perspektifinden ele alındığında sahip olduğu önem düşünülere, liman kimliğini oluşturan nitelik bileşeni kapsamında değerlendirilmiştir.

Diğer kültürlere olan açıklık, hoşgörü ve misafirperverlik

Açıklık (*openness*): McCrae & Costa (1987), Piedmont, McCrae & Costa (1991), Trapnell & Wiggins (1990)'a göre şahsi özelliklerini içeren kişilik modeline göre beş faktörden (*the Big-Five*) birisi olarak tanımlanmıştır (Caligiuri ve diğ. 2000'de atıfta bulunduğu gibi). Geçmiş çalışmalar (Abe & Wiseman, 1983; Black, 1990; Hammer, Gudykunst & Wiseman, 1978) açıklık faktörü ile kültürlerarası uyum arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir (Caligiuri ve diğ. 2000'de atıfta bulunduğu gibi). Dolayısıyla, diğer kültürlere olan açıklık kavramı literatürden faydalanarak turistik bir yerleşim yerinde yaşayan halkın ziyaretçilere karşı tutum ve davranışını etkileme potansiyeli olan bir kişilik özelliği olarak tanımlanabilir. Misafirperverlik (*hospitality*), misafirlere sunulan konaklama, yeme içme gibi hizmetlerinin sağlanması ile ilgilidir. Bununla birlikte, Kozak (2001), misafirperverlik faktörünün turistlerin ilk defa ziyaret ettiği bir varış yerini yeniden ziyaret etmesi motivasyonuna önemli bir etkisi olduğunu tespit etmiştir (Kozak, 2001). Hoşgörü (*welcomeness*) ise, misafirperverlikten farklı olarak bir varış yerinde endüstrinin sunduğu hizmetin niteliği olmayıp, yerel halkın evlerine gelen misafirlere karşı muamelesiyle ilgilidir. Bir diğer ifadeyle yöresel misafir karşılama ritüelidir. Buradaki ev liman yeri destinasyonunun tamamı olarak düşünülebilir. Hoşgörü; Gale ve diğ. (2013)'e göre yerel kültürün bir zerafeti olup, mekansal kalkınmaya yönelik farklılaşma stratejilerinde kullanılması gereken, varış yerinin endojen yönlerini temsil eden ve rekabet gücünü arttıran bir yönü olarak ifade edilmiştir (Gale ve diğ. 2013). Misafirperverlik, hoşgörü ve diğer kültürlere olan açıklık kavramları birlikte değerlendirilerek bir yeri o yerde yaşayan halk ile birlikte tanımlayan yeni bir bileşik kavram oluşmaktadır. Oluşan bu bileşik, sosyo-ekonomik ve kültürel perspektifte değerlendirildiğinde liman kimliğini meydana getiren nitelik kriteri olarak tanımlanmıştır.

Emniyet ve Güvenlik

Turizm değiştirilemez bir şekilde güvenlik kavramıyla iç içedir. Güvenlik algısı, seyahat eden kişilerin davranışlarını sonuçta varış yerlerini derinden etkilemektedir (Hall ve diğ., 2003. Sf-2). 1990 yılından günümüze değin turizm ve seyahat aktivitesinin güvenliği, ortak eylem gerektiren küresel bir konu olarak değerlendirilir (Kövari ve Zimanyi, 2011). Örneğin, 12 Eylül olayının ardından gelen Uluslararası Gemi ve Liman Tesisleri Güvenlik Kod (*ISPS Code*)'una denizcilik sektöründe faaliyet gösteren tüm limanların adaptasyonu ticari faaliyette bulunmak isteyen yerler

için zorunluluk haline gelmiştir. Titanik faciasından sonra ise Denizde Canlı Kalma Kuralları'na ilişkin gelen düzenleme küresel ölçekte alınan ortak bir eylemdir. Politik güvenlik, kamu güvenliği, sağlık, sanitasyon, kişisel veri güvenliği, turistlerin yasal korunması, tüketiciyi korumu, iletişim güvenliği, afet koruması, çevre güvenliği, güvenilir bilgi alma ve hizmetlerin kalite güvencesi , insan hakları ve özgürlüğünün güvencesi gibi gelişen yeni kavramların tümü turizm ve seyahat endüstrisinde güvenlik başlığı altında ele alınmıştır (Kövari ve Zimanyi, 2011). Güvenlik algısı varış yeri imajına doğrudan etki etme potansiyeline sahiptir (Mansfield ve Pizam, 2006). Dolayısıyla böylesi önemli bir faktör olan güvenlik ve emniyet konusunu, limanı ve liman yerinde yapılan turistik faaliyetlerin bağlı olduğu bir koşul olarak değerlendirmek gerekir. Bu itibarla, liman kimliğini niteleyen bir kriter olarak tanımlanmıştır.

Ödül, Sertifika ve akreditasyon

Ödül, sertifika ve akreditasyon kavramları, küreselleşmeyle artan rekabet koşullarının bir parçası olarak, seyahat ve turizm endüstrisinden kazanç elde eden işletmelerin, araçların, varış yerlerinin ve diğer mal ve hizmet sağlayıcıların piyasada varlığını sürdürmek ya da mevcut pazar payını arttırmak amacıyla gelişen yeni pazarlama aracıdır. Ekoloji, çevre, kalite, sürdürülebilirlik gibi temalar ise sertifika ve ödül programlarının besleyen en popüler konulardır. Bu tip programlar küresel kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenmekle birlikte kişilerin seyahat tercihleri üzerinde etkili olan bir etken olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, UNESCO somut ve somut olmayan kültürel mirası listesine girmek ya da Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) kriterlerine uygun hale gelerek veya benzer akreditasyon kuruluşlarından onaylanarak sertifika edinmek gibi önemli stratejiler, kruvaziyer liman yerindeki fiziksel mekanların (sahil, plaj, şehir, liman gibi) ve fiziksel olmayan cazibe unsurların (folklor gibi) uluslararası sahada görünürlüğünü arttırmak, tanıtımını yapmak, kalitesini ön plana çıkarmak gibi çeşitli amaçlara hizmet etmesi bakımından önemlidir. Bu itibarla, ödül, sertifika ve akreditasyon kriteri liman kimliği nitelik bileşeni olarak tanımlanmıştır.

Anlaşılrlık

Bilgi, bir amacı gerçekleştirmeye yönelik karar verme ve bunu eyleme geçirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, liman yerlerinde geçirebileceği zaman kısıtı

bulunan kruvaziyer yolcularının liman yeri hakkında gerekli bilgilere, turistik mal ve hizmetlere hızlı ve kolay erişimi yerel kültürle etkileşim, harcama miktarı gibi bir çok konuda kritik bir öneme sahiptir. Yolcuların gerek limana gelmeden önce çeşitli kaynaklardan (kruvaziyer operatörü, internet, broşür vd.) elde ettiği bilgiler, gerekse liman ziyareti esnasında limandan veya liman çevresinden elde ettiği bilgiler kara turlarının etkinliğini ve destinasyona dağılımını; böylece yolcuların karada geçirdiği sürenin hem yolcu hem de yerel ekonomi için verimli kullanımını etkileyen kritik önemde bir etkidir. Dolayısıyla, bilgilerin veya mesajların yolculara ulaşma derecesi olarak tanımlanan anlaşılabilirlik kavramı, liman yerinde liman kimliğini oluşturan nitel ve nicel kriterlerin esasını teşkil eder. Bir liman yeri hakkındaki bilginin sunumu anlaşılabilirliğini etkilemekle birlikte bilginin sağlandığı kaynak ve sağlanma biçimi gibi konular da anlaşılabilirlik kapsamında ele alınmakta olup, o limanı diğer limanlardan kullanıcı gözünde farklılaşmasında rol oynayan anlaşılabilirlik kriteri liman kimliğini meydana getiren nitelik bileşeni olarak tanımlanmıştır.

Ucuzluk/pahalılık

Seyahat endüstrisinde rekabeti yönlendiren en önemli unsurlardan biri fiyattır (Aktaş ve Batman, 2010). Bir turizm ürününün talep görmesinde ve satın alınmasında ekonomik koşulların uygunluğu bir çekicilik unsurunu oluşturmaktadır. Ucuzluk ve pahalılık kavramları ziyaretçi profiline göre farklı şekillerde algılanabilir. Kruvaziyer turistlerinin gelir seviyeleri ve liman yerinde yaptığı harcamalar yolcu bölümlerine göre (lüks, premium, contemporary, bütçe gibi) değişiklik göstermektedir (OECD, 2015). Dolayısıyla, limana gelen her farklı yolcu profili için ayrı bir ucuzluk algısı oluşabilmektedir. Liman yerinde yolculara sunulan mal ve hizmetler için uygun fiyat stratejilerinin belirlenmesi liman yerine gelen yolcu demografisinin bilinmesini zorunlu kılmakla birlikte, liman kimliğini etkileyen bir unsur olması nedeniyle pahalılık ve ucuzluk kriteri bir limanın kimliğini etkileyen akılda kalıcı ve ayırd edici bir nitelik olarak tanımlanmıştır.

AŞAMA-2: Liman Kimliği Organizasyonel Yapısının Oluşturulması

Bu aşamada liman kimlik organizasyonunun (LKO) yapısının nasıl olması ve kimler tarafından oluşturulması gerektiği tespit edilmiştir. LKO, liman kimliğini belirleyecek, geliştirecek, koruyacak, yaşatacak kısacası yönetecek olan kurumsal yapıdır.

LKO'nun yapısı ve LKO'da yer alan taraflar, paydaş analizi yöntemine göre aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

Kamu kurum ve kuruluşları: Valilik, kaymakamlık, liman başkanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı temsilîği, üniversiteler, halk eğitim merkezleri gibi yetki ve sorumlulukları yasalar ile belirlenmiş kamu hizmeti veren ilgili kurum ve kuruluşlar.

Yerel yönetimler: Belediye, muhtarlıklar gibi kurumlardır.

Odalar ve meslek kuruluşları: Ticaret Odası, Deniz ticaret odası, Esnaf ve Zanaatkarlar Odası, Mimarlar odası, Seyahat Acenteleri Birliğı gibi yarı kamu kurumu niteliğindeki ilgili kurum ve kuruluşların yanısıra benzer nitelikteki uluslararası ilgili kuruluşlar.

Sivil toplum kuruluşları (STK'lar): Dernekler, vakıflar, birlikler, platformlar, topluluklar, kent konseyleri gibi kar amacı güdmeyen ilgili kurum ve kuruluşlardır.

Özel sektör kuruluşları: Kıyı yapıları (liman, marina, tersane vb.) işleticileri, ulusal ve uluslararası tur operatörleri, seyahat acenteleri gibi kar amacı güden, turistik mal ve hizmet sağlayıcıları özel sektör kuruluşlarıdır.

Tez kapsamında limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntem göre, LKO oluşturulurken; yerel yönetimler, kamu kurumları, özel sektör gibi paydaşların yönetim seviyesinde; STK'ların ve Kent Konseyi gibi halkı temsil eden toplulukların ise katılım seviyesinde rol alması gerekmektedir. Dill (1975)'e göre karar verme sürecine paydaşların katılımı stratejik yönetimin önemli bir parçasıdır. Dolayısıyla, tez kapsamında paydaş analizine göre belirlenen ilgili tarafların LKO'da yer alması kruvaziyer destinasyonlarının gelişimi için gerekli olan stratejik yönetim yaklaşımına göre oldukça kritik bir önem arz etmektedir.

AŞAMA-3: Liman Kimlik Kriterlerinin AHP Yöntemi Kullanarak Ağırlık Faktörlerine göre Önceliklendirilmesi

Doktora tezinin metod bölümünde açıklanan AHP yöntemi, liman kimliğine ait kriterlerin, paydaş analizi neticesinde tespit edilen paydaşlar tarafından ağırlık faktörlerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır. AHP yöntemine göre hesaplanan her bir kriterin faktör ağırlıkları, CBS tabanlı MCE analizine girdi teşkil etmektedir.

AŞAMA-4: Coğrafi Bilgi Sistemleri Destekli Liman Kimlik Bilgi Sistemi Veri Tabanı Oluşturulması

CBS aracılığıyla oluşturulan veri tabanında belirli bir coğrafi bölgede liman kimliğine ait bilgiler: (i) konumsal (grafik, mekansal), (ii) öz nitelik (konumsal olmayan, tanımlayıcı) veriler olup bunlar tez kapsamında nicelik (konumsal) ve nitelik (konumsal olmayan) kriterleri olarak tanımlanmış olan kriter bilgileridir. LKO oluşturulduktan sonraki aşamada, liman kimliğini meydana getiren niteliksel ve niceliksel kriterlere ait tüm bilgilerin yer aldığı bir veri tabanı oluşturulur. Bu aşamada, liman kimliğine ait nicel ve nitel kritere ilişkin çeşitli veri kaynaklarından elde edilen coğrafi bilgiler veri yapısına göre birbirinden bağımsız katmanlar halinde veri tabanında bilgisayar ortamında depolanır. Tezin metod bölümünde anlatılan CBS yöntemi uygulama adımları (Şekil 3.6'da gösterildiği gibi) dikkate alınarak oluşturulan liman kimlik veri tabanının yönetimi organizasyon tarafından gerçekleştirilir. Önemli bir karar destek sistemi olarak geliştirilen coğrafi bilgi sistemleri, yalnızca bilgilerin depolandığı bir veri tabanı değil, aynı zamanda mekana dayalı analizlerin yapıldığı önemli bir karar destek sistemidir. Bu nedenle, CBS'nin karar destek sistemi olarak liman kimliğinin yönetiminde kullanılması sürecinin ilk aşaması olan CBS destekli veri tabanının dikkatlice ve uzman kişiler tarafından oluşturulması işi, ileriki aşamalarda mekana dayalı karar verme amacıyla yapılacak olan analizleri ve sonuçları etkileyecek olması bakımından kritik seviyede önemlidir.

AŞAMA-5: Liman Kimlik Kriterleri için Belirlenen Ağırlık Faktörlerine göre Kriterlerin CBS'de Mekansal Analizlerinin Yapılması

Bu aşamada, çalışmanın yöntem bölümünün CBS uygulaması kısmında açıklandığı gibi oluşturulan kriter haritaları kullanılarak mekansal analizler gerçekleştirilir. Gerçekleştirilen mekansal analizler: Eş Uzaklık Verisi Hazırlanması (uzaklık analizi), Kriter verisinin standardize edilmesi (*fuzzy*), Çok Kriterli Karar Verme (*MCE*) uygulamalarıdır. Bu aşamada gerçekleştirilmesi gerekli olan analizler, yöntemin çalışma alanına uygulanması aşamasında ayrıntılı olarak anlatılmıştır.

AŞAMA-6: Uygunsuzlukların Tespiti ve Eylem Planı

Limanlara kimlik kazandırılması kapsamında geliştirilen yöntemle göre CBS yöntemleri, LKO için bir karar destek sistemidir. CBS destekli MCE (Çok Kriterli Değerlendirme) gibi karar destek sistemlerinin karar alıcılara sunmuş olduğu en

önemli imkan, kısıtlar ve kriterlere göre hızlı ve anlık senaryolar üretilerek, hangi önemli kriter tarafından, hangi sebepten dolayı istenilen sonucun alınmadığının görülmesi ve alternatif senaryoların kısmen maliyet gerektirmeksizin üretilmesidir. Liman kimlik dağılım haritasının CBS destekli MCE uygulaması ile oluşturulması, harita üzerinde görsel olarak farklı senaryolar oluşturularak uygun eylem planlarını gerçekleştirmeyi de kolaylaştırır. Böylece, liman kimliği kapsamında karşılaşılabilecek uygunsuzluklar, dağılım haritası üzerinden hızlı ve etkin bir biçimde objektif verilere dayanarak üretilen farklı senaryolar sayesinde tespit edilebilir.

CBS uygulamaları kapsamında oluşturulan kimlik dağılım haritasının yanısıra yerel halk ve ziyaretçilerin görüşleri ve davranışları da uygunsuzluk tespiti aşamasında değerlendirilmelidir. Örneğin, liman kimlik kriterlerinin yerel paydaşlar tarafından ağırlıklandırılması neticesinde ortaya çıkan öncelikli nicel ve nitel kriterler ile, limanın da içinde olduğu bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilere göre alanın öncelikli nicel ve nitel kriterleri arasındaki uyumsuzluk, liman yeri için liman kimliği kapsamında önemli bir fiili uygunsuzluk durumu eder.

Yerel halkın yerel kültürün en önemli parçası olması dolayısıyla, kruvaziyer liman yerine gelen kruvaziyer yolcularının yerel halk ile etkileşimi, kültürel, sosyal ve psikolojik açıdan turizm cazibe unsuru olarak kabul edilmektedir. Yerel halk ile ziyaretçilerin etkileşimi için kruvaziyer limanının yerel halk ile bütünleşmesi gerekmektedir. Yerel halk ile kruvaziyer limanının bütünleşmesi kapsamında değerlendirildiğinde, örneğin kruvaziyer limanının bulunduğu alanın ve çevresinin yalnızca gemiler ve yolcular tarafından kullanılıyor olması, liman kimliği kapsamında önemli bir uygunsuzluk durumu oluşturmaktadır.

AŞAMA-7: Liman Kimliğinin Yerele Yansıtılması için Faaliyetler, Planlamalar Yapılması

Liman kimliğinin yerele yansıtılmaması ya da kısmen yansıtılması durumları bir önceki aşamada tanımlandığı gibi önemli birer uygunsuzluktur. Kimliğin yerele yansıtılması hususunda sayısı arttırılabilecek bir çok zorluk olabileceği gibi öte yandan temelde karşılaşılması tahmin edilen problemlerden bazıları aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- a) Mevcut kruvaziyer limanının, kimlik dağılım haritası ve dağılım yüzdesine bakılarak harita dışında kalması

- b) Mevcut kruvaziyer limanının konumsal olarak kimlik dağılım haritasının içinde olmasına rağmen, limana gelen yolcuların liman kimliğini meydana getiren nitel ve nicel kriterlere ait özelliklere uyumlu olmaması (erişim olanaklarının kısıtlı olması gibi) durumu
- c) Yerel halkın kruvaziyer limanı ve çevresinde sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetlere dahil edilmemesi, ne ziyaretçilere ne de yerel halka liman kimliğine ait niteliklerin yansıtılmaması durumu

Gerek bir önceki aşamada gerekse yukarıdaki maddelerde açıklanan uygunsuzluk durumlarının liman kimliğinin yerele yansıtılmasına yönelik bir tehdit oluşturması durumlarında organizasyon çeşitli aksiyonlar almalıdır. Bu kapsamda ilgili faaliyetler uygunsuzluk kapsamına, kaynak miktarına, uygunsuzluğun öncelik ve aciliyetine göre planlanır ve gerçekleştirilir.

AŞAMA-8: Yerel Halkın Liman Kimliği Yönetim Sürecine Dahil Edilmesi

Yerel halk yerel kültürün en önemli parçasıdır. Liman yerine gelen kruvaziyer yolcularının yerel halk ile etkileşimi, kültürel, sosyal ve psikolojik açıdan turizm cazibe unsuru olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla, yerel halkın kimlik yönetim sürecine katılmasını sağlamak liman kimliğinin yerele yansıtılması için gerekli bir adımdır. Liman kimliği konusunda yerel halkın eğitilmesi, farkındalık düzeyinin artırılması, kruvaziyer turizminin yerel ekonomiye sağlayacağı katkının sürdürülebilirliği açısından gerekli görülmektedir. Bu kapsamda, LKO, düzenli aralıklarla yerel halk ile birlikte liman kimliği konusu üzerine çeşitli faaliyetler düzenleyebilir.

Paydaşların önem derecesini belirlediği kimlik kriterlerinin yerel halka ve ziyaretçilere ne ölçüde yansıtılabildiği, liman kimliğini meydana getiren başlıca kriterlerin birbiri ile uyumu, kriterlerin mevcut durumu araştırılarak, tespit edilir ve buna yönelik eylem planları organizasyon tarafından yapılır. LKO, liman kimliğini belirli bir coğrafi sınırlar dahilinde liman kimlik kriterlerine göre tanımlama ve liman kimliğini yaşatma, geliştirme ve olası sorunların çözümüne, uygunlukların giderilmesine yönelik süreçlere yerel halkı da dahil etmelidir. Yerel halk anketleri, yüzyüze görüşmeler, seminer veya toplantılar yerel halkın görüş ve beklentilerini almak için kullanılabilecek temel araçlardan bazılarıdır.

AŞAMA-9: İzleme, Değerlendirme, Revizyon ve Raporlama Sistemi Kurulması

Limanlara kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi devamlı-döngüsel-sürekli bir uygulamadır. Dolayısıyla, LKO tarafından yürütülecek çalışmaların belirli zaman aralıklarında izlenmesi, değerlendirilmesi, gerekli revizyonların yapılması ve sonuçların kamuoyuna açık olarak raporlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, LKO'nun kurumsal olarak bir Liman Kimlik Yönetim Sistemi (LKYS) kurması ve işletmesi önerilir. Liman kimlik yönetim sistemi kurulurken mevcut kalite yönetim sistemlerinin işleyişinden faydalanılabilir.

Buraya kadar limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntem ve yöntemin basamakları hakkında bilgiler verilmiştir. Bir sonraki bölümde, tez kapsamında limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin, çalışma alanı olarak seçilen Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde gerçekleştirilen uygulamasına ilişkin bulgular ve sonuçlar anlatılmıştır.

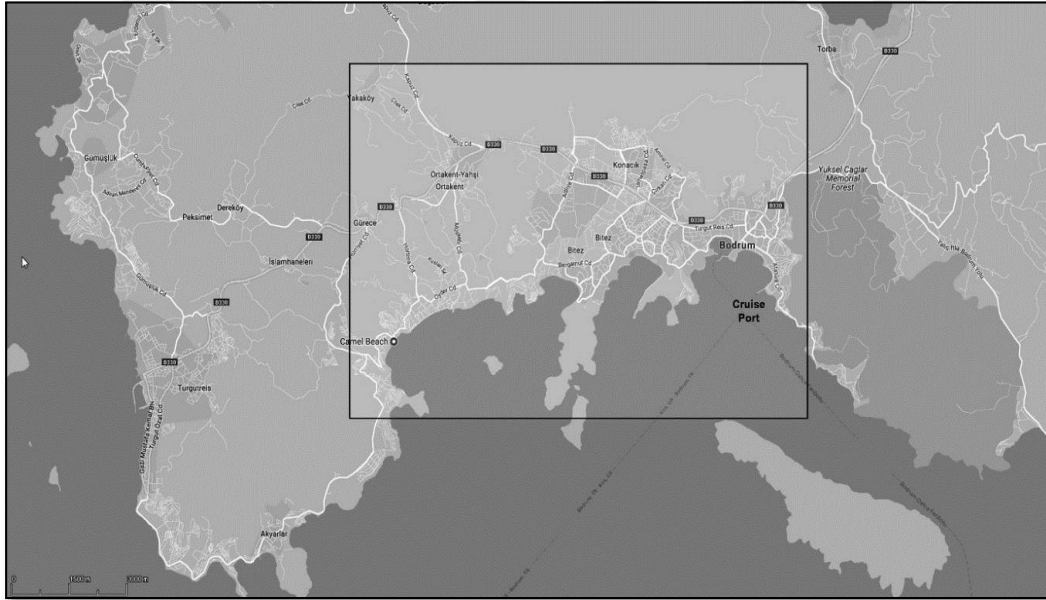
4.2 Çalışmanın Uygulama Alanı: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri

Bu bölümde, limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin uygulaması için seçilen çalışma alanı hakkında genel bilgiler verilmiştir. Uygulama alanı Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'dir. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri: Bodrum Kruvaziyer Liman'ı ve limanın hinterlandını içine alan coğrafi sınırları ifade etmektedir. Dolayısıyla çalışma yerine ait bilgiler çalışma alanının coğrafi, doğal ve beşeri özellikleri yani coğrafi konum, iklim, bitki örtüsü, nüfus, sosyo-ekonomik yapı, ulaşım olanakları, kruvaziyer yolcularının mevcut ve potansiyel kara turları güzergahları gibi yerele ait bilgiler ile Bodrum Kruvaziyer Limanı'na ait bilgileri kapsamaktadır. Bir sonraki bölümde ise, limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin her aşamasının çalışma alanında uygulaması ve uygulama sonuçları gösterilmiştir.

Bodrum, Ege Bölgesi'nde, Muğla İlinde, kuzeyde Güllük, Güneyde Gökova körfezlerinin çevrelediği Bodrum Yarımadası'nda yer alan bir ilçedir. Koç (1973)'a göre Bodrum'un coğrafi konumu: *“Ege'nin en güney ucunda Mandalya ve Kerme körfezleri arasında yer alan, horoz ibiği şeklinde yarımadadır. Bodrum körfezinde kurulmuş antik çağlara ait bir şehirdir. Muğla iline bağlı olup, yalnız Milas ilçesi ile kara sınırı vardır. Ege ile Akdeniz burada kucaklaşır”* cumleleriyle ifade edilir (Koç, 1973). Bodrum, Akdeniz ile Ege'nin birleştiği noktada, Antik çağın en ünlü

kentlerinden biri olan Halikarnassos'un üzerine inşa edilmiş bir yerleşim yeridir (Kiper, 2014). Antik dünyanın önemli ticaret ve kültür merkezlerinden olan Halikarnassos (Bodrum) antik çağda da denizyollarının kıyılarından geçmesi nedeniyle gemilerin doğal bir uğrak noktası olmuştur.

İl merkezine 115 km uzaklıkta bulunan ilçe idari sınırları 53 mahalleyi kapsamaktadır. Yarımada'nın matematiksel konumu $36^{\circ} 57'$ ve $37^{\circ} 11'$ kuzey paralelleri ile $27^{\circ} 14'$ ve $27^{\circ} 47'$ doğu meridyenleri arasındadır (Koç, 1973). Toplam yüz ölçümü 680 km^2 olup kıyı uzunluğu 174 km^2 dir. (BODTO, 2013; BODTO; 2015). Seçilen uygulama sahası, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri olarak adlandırılmakta olup, Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın da içine girdiği 15 mahalleden oluşan toplam alanla sınırlandırılmış limanın kendisi ve hinterlandı olarak Şekil 4.3'teki gibi belirlenmiştir.



Şekil 4.3 : Çalışmanın uygulama alanının sınırları

Şekil 4.3'te gösterilen liman yerinde liman kimliğine ait niceliksel kriterlerini içine alan coğrafi sınırlar, mevcut ya da potansiyel kruvaziyer faaliyetlerinin yolcuların destinsayonda geçirdiği süreler göre değişebilen mekansal dağılımı dikkate alınarak, bu bölgenin kruvaziyer turizminden yerel ölçekte daha fazla pay alınmasına yönelik limanın tercih edilme ve yöreye sosyo ekonomik katkısına etkisi olduğu saha araştırmaları ile de desteklenerek ön görülmüştür. Dolayısıyla, liman kimliğine ait niceliksel ve niteliksel kriterlere göre belirli bir liman için limanlara kimlik kazandırılması sürecinde sınır tespiti için yerinde tespitler ve uzman görüşlerinden faydalanılması gerekmektedir.

1980 yılları sonrasında Bodrum’da turizm hızla gelişmeye başlamıştır. Öyle ki, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın verilerine göre Bodrum’da 1986 yılında yalnızca 33 adet işletme belgeli konaklama tesisi bulunurken, bugün bu sayı onlarca kat artmış görünmektedir. Yerleşik nüfusta ve turist sayısındaki ciddi artışı tetikleyen en önemli etken ulaşım imkanlarının gelişmesi olarak tespit edilmiştir. Bodrum ilçe nüfustaki son on yıllık değişim, erkek ve kadın nüfus sayılarına göre Çizelge 4.1’de gösterildiği gibidir (Url-13). Ayrıca, çalışma alanının içinde kalan nüfusun mahalle bazında dağılımı Çizelge 4.2’de gösterildiği gibidir (Url-13).

Çizelge 4.1 : 2007-2017 arasındaki Bodrum nüfus istatistikleri.

Yıl	Bodrum Nüfusu	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu
2017	164.158	83.882	80.276
2016	160.002	81.738	78.264
2015	155.815	79.571	76.244
2014	152.44	77.445	74.995
2013	140.716	72.113	68.603
2012	136.317	70.102	66.215
2011	130.99	67.656	63.334
2010	124.82	64.562	60.258
2009	118.237	61.303	56.934
2008	114.498	59.703	54.795
2007	105.474	55.335	50.139

Çizelge 4.2 : 2017 yılı çalışma alanının mahalle bazında nüfus istatistikleri.

Mahalle Adı	Nüfusu 2017
Çırkan	11144
Bitez	10116
Ortakent/Yahşi	9551
Umuçça	5415
Kumbahçe	4918
Cevat Şakir	4778
Eski Çeşme	4574
Konacık	4245
Yokuşbaşı	3816
Yeniköy	3292
Çarşı	3114
Gümbet	2782
Cumhuriyet	2227
Türk kuyusu	1616
Tepecik	330
Toplam	71918
Yüzde	48.81%

Ege’de bir sahil yerleşimi olan Bodrum’un iklimi itibariyle Ege ve Akdeniz iklimlerinin sentezinden oluşan bir özelliğe sahiptir. Yazları oldukça sıcak ve

neredeyse nemsiz, kışları ise yağışlı ve ılık geçmektedir. Yılın 300 günden fazlası güneş ışığı almaktadır. İlçenin bitki örtüsü olarak çok belirgin bir şekilde ikiye ayrılmıştır. Bodrum-Milas karayolunun batısında yer alan kısımda bitki örtüsü yer yer çalılık ve fundalıklar ile dikenli otlarla kaplıdır. Karayolunun doğusunda yer alan kısım iğne yapraklı kızılçam, meşe, palamut, yabani çilek, mersin ve sandal ağaçlarıyla kaplıdır. İlçenin % 61,3'ü ise ormanlarla kaplıdır (Bodrum Belediyesi Stratejik Planı, 2015-2019). İlçe'de bağcılık, zeytincilik, narenciye üretimi ve süngercilik ekonomik hayatta önemli bir yere sahipken, ilçenin turizm merkezi olmasından sonra eski önemini yitirmiştir. Bodrum'un simgesi olarak tanıtılan süngercilik ise deniz kirliliği ve aşırı avlanma gibi nedenler ile neredeyse yok olmuş, şimdilerde turistik eşya olarak çeşitli yerlerde satışa sunulmaktadır. Turizmin gelişmediği dönemlerde ise sahil kesimindeki yerel halk geçimini süngercilik, kayıkcılık ve balıkçılıktan sağlarken iç kesimlerde tarım ve hayvancılık faaliyetlerinden elde etmekteydi (Gümüşçü, Uğur ve Önger, 2008). 1980 öncesinde Bodrum nüfusunun çoğunluğu tarım işleri, hayvancılık ve denizle uğraşırken (Koç, 1973), şimdilerde turizm büyük ölçüde bir çok sektörünün yerini almıştır. Tarıma dayalı ekonomik yapı, turizmle birlikte sahil şeridindeki arsaların önemini oldukça arttırmış ve yerel halkın en önemli geçim kaynağı toprak alım-satımından ileri gelmeye başlamıştır.

Bodrum'da ahşap tekne imalatı dışında imalat sanayi bulunmamaktadır (Bodrum Belediyesi Stratejik Planı, 2015-2019). Turizmin, yerel halkın ekonomisini bu denli kendine bağımlı hale getirmesi üretim potansiyelinin sanayi ve imalat sektörüne kaymasının önüne geçmiştir.

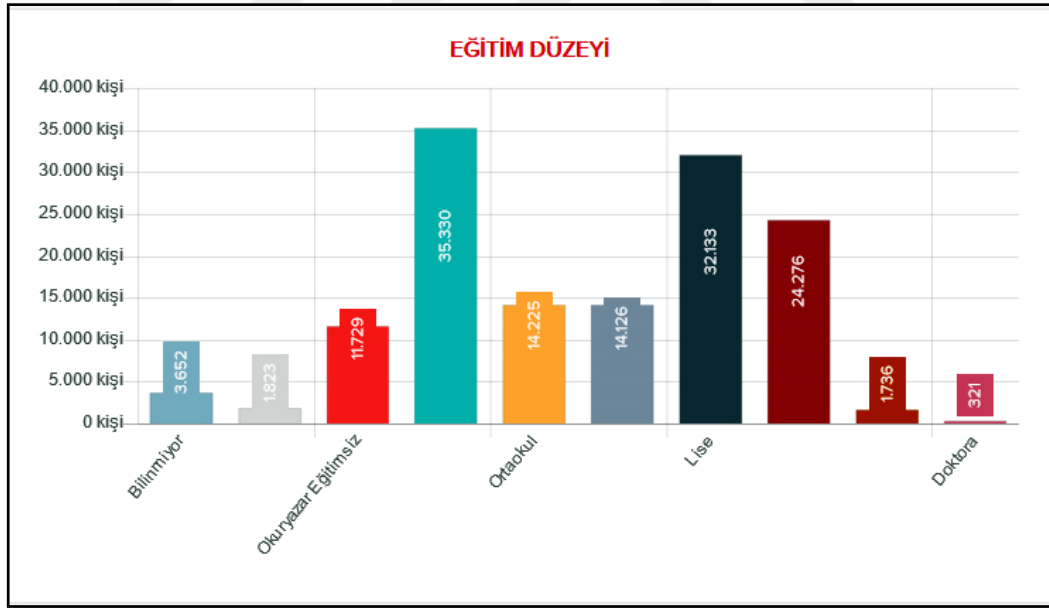
İlk çağlardan beri çeşitli kavim ve uygarlıkların merkezi olan Bodrum ilçesinin eğitim ve kültür tarihi de oldukça eskidir. 1927 nüfus kayıtlarına göre ilçedeki okur yazar oranı %7,5 iken, günümüzde bugün %98'e ulaşmıştır (Bodrum Belediyesi Stratejik Planı, 2015-2019). Bodrum'daki eğitim kurumlarının dağılımı, 2014 yılı verilerine göre: 37 ilkokul, 24 ortaokul, 9 lise, 1 mesleki eğitim merkezi, 1 halk eğitim merkezi, 2 anaokulu, 4 özel eğitim merkezi, 10 özel okul, 8 dersane, 3 etüt merkezi, 4 özel anaokulu, 3 yabancı dil kursu, 2 rehabilitasyon merkezi, 1 bale okulu, 2 denizcilik kursu ve 10 sürücü kursu (BODTO, 2015).

Bodrum ilçesinin demografik özellikleri cinsiyet, medeni hal, eğitim düzeyi ve yaş dağılımı değişkenlerine göre Çizelge 4.3'te gösterildiği gibidir (Url-14).

Çizelge 4.3 : Bodrum Yarımadası yerleşik nüfusu demografik yapısı.

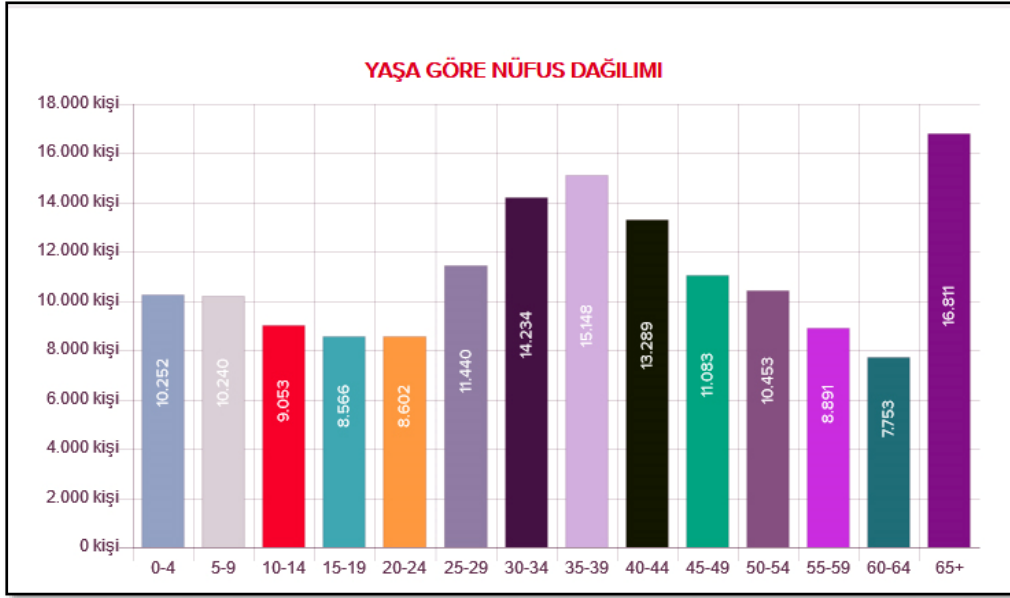
Cinsiyet	
Kadın	49%
Erkek	51%
Medeni Hal	
Evli	59%
Diğer	41%
Eğitim Düzeyi	
İlk-orta-lise	69%
Üniversite ve üstü	19%
Diğer	12%
Yaş Dağılımı	
20 yaş altı	25%
20-24 arası	22%
35-49 arası	25%
50-65 arası	17%
65 üstü	11%

Bodrum Yarımadası eğitime göre nüfus dağılım grafiği Şekil 4.4'te gösterildiği gibidir (Url-14).



Şekil 4.4 : Bodrum Yarımadası yerleşik nüfusu eğitim düzeyi.

Bodrum Yarımadası yaşa göre nüfus dağılım grafiği Şekil 4.5'te gösterildiği gibidir (Url-14).



Şekil 4.5 : Bodrum Yarımadası yerleşik nüfusu yaş dağılımı.

Yerleşik nüfusun haricinde Bodrum ilçesine turizm-yoğun sezonda gelen ziyaretçi sayısının toplamda iki milyonu aştığı sıklıkla gündeme gelmektedir. Ziyaretçilerin Yarımada'ya ulaşımı üç şekilde mümkündür: Karayolu, havayolu ve denizyolu. Ulaştırma ağları bakımından deniz ulaşımının tarihi, seçilen bölgede oldukça eskidir. Tarih öncesi çağlardan günümüze bir liman kenti olan Bodrum, denizyolu ulaşımı bakımından stratejik bir konumdadır. Karayolu ağı ise Milas-Bodrum karayolu üzerinden yapılmaktadır. 1997 yılı itibariyle trafiğe açılan Bodrum Milas Havaalanı'ndan ise ulusal ve uluslararası seferler düzenlenmektedir.

Deniz ulaşımı, Bodrum Yarımadası'nda çoğunlukla turizm amaçlıdır. Bölge'de gerçekleştirilen deniz ulaşımı üç şekilde ele alınabilir:

- a. *Düzenli feribot seferleri:* Hem turistik hem de ulaşım amacıyla Yunan Adaları ile Bodrum Yarımadası'nda düzenli feribot ve arabalı vapur seferleri yapılmaktadır.
- b. *Turistik tekne turları:* Turistlerin oldukça ilgisini çeken ve yöre halkının temel geçim kaynaklarını besleyen turistik tekne turları, seyahat süresi, müşteri profili, tekne tipi bakımından ikiye ayrılır: Günübirlik tekne turları ve mavi yolculuk. Günübirlik tekne turları herhangi bir gezi teknesi ile yapılabilirken, mavi yolculuğu diğer turlardan ayıran en önemli özelliği bölgeye özgün tekne tipi olan Gulet tipi tekneler ile gerçekleştirilmesidir.

- c. *Kruvaziyer gemi taşımacılığı*: Kruvaziyer turizmi gemi tipi, yolculuk süresi, yolcu profili, güzergah gibi bir çok yönden diğer denizyolu ulaşım şekillerinden ayrılmaktadır.

Bodrum Yarımadası'nda denizyolu ulaşımına yönelik kıyı yapıları aşağıda gösterilmektedir:

Limanlar ve iskeleler: Bodrum merkez'de iki adet liman bulunmaktadır. Bunlardan birincisi Belediye tarafından işletilen İç Liman ya da Bodrum Limanı; diğeri ise özel sektör tarafından işletilen Bodrum Yolcu İskelesi, bugünkü adıyla Bodrum Kruvaziyer Limanı (*Bodrum Cruise Port*)'dır. Bodrum Yolcu İskelesi, Belediye'nin işlettiği Bodrum Limanı gibi ISPS kod'a uygun uluslararası bir hudut kapısıdır. Bodrum merkezin yanısıra Turgutreis Limanı da feribot seferlerinin bir diğer çıkış noktasıdır. Bodrum Belediye'si tarafından işletilen İç Limanı'na ek olarak teknelerin yanaştığı Kumbahçe İskelesi vardır. İç Liman'a 200, Kumbahçe İskelesi'ne 60 ve liman önü şamandra bekleme hizmeti ile birlikte 300'e yakın tekne barınabilmektedir. Yoğun sezonda oldukça etkin kullanılan iskele (Kumbahçe), kış aylarında kışlama için uygun değildir.

Marinalar: Mevcut İç Liman girişinde iki adet marina bulunmaktadır. Birincisi İç Liman'daki Bodrum Belediye'si Yat Limanı (200 bağlama kapasiteli) diğeri ise yine İç Liman'ın Batısında Osmanlı Tersanesi'ne doğru olan mevkiide konumlanan Milta Marina (bağlama kapasitesi denizde 425 ve karada 50 yat)'dır. Özel sektör tarafından işletilen Milta Marina Bodrum'un ilk marinasıdır. Bodrum Milta Marina'nın ardından 1996 yılında Port Bodrum Yalıkavak Marina (bugünkü Palmarina) kurulmuştur. D-Marin Turgutreis ile birlikte Bodrum Yarımadası'nda toplam 3 adet büyük marina yapısı bulunmaktadır.

Tersaneler: Bodrum merkez İçmeler Mevkii'nde yat imalatı, bakım ve onarım merkezi olan ve özel sektör tarafından 1961 yılından beri işletilen bir tersane bulunmaktadır.

Ulaşım olanaklarının gelişimi, 1960'lı yıllarda hinterlandı dağlık ve ormanlık olmasından dolayı oldukça kısıtlı olan Bodrum'da turizm gelişimine ivme katan en önemli unsur olmuştur. Denizden ise eski çağlardan günümüze Yunan Adaları ile düzenli seferler hem Bodrum Limanı hem de Turgutreis Limanı ile sağlanmaktadır. Yolcu Gemisi Yanaşma İskelesi'nin inşaatından sonra Bodrum merkezdeki Belediye

Limanı'na ek olarak buradan (Şimdiki Kruvaziyer Limanı) da Yunan adaları feribot seferleri düzenlenmeye başlamıştır.

Bodrum Kruvaziyer Limanı, Bodrum İlçe Merkezi idari sınırlarında yer alan, Kumbahçe Mahallesi, Paşatarlası mevkiide yer almaktadır. Bodrum'a daha büyük turistik yolcu gemilerinin yanaşması için bir iskele inşası gündemi oldukça eskiye dayanmaktadır (Kayalar, 2007). 1973-1978 yıllarını kapsayan 3. Kalkınma Planı'nda Milas Karayolu, Bodrum Havalimanı, Bodrum merkez içme suyu, Bodrum merkez kanalizasyon yatırımlarıyla birlikte Bodrum Yolcu Gemisi Yanaşma İskelesi inşaatı yatırım programına alınmıştır (Kayalar, 2007). Bir sonraki yatırım programında da yer alan İskele için, DLH tarafından Bodrum merkezde beş ayrı nokta önerilmiş olup, mevcut kruvaziyer limanı 2007 yılında 4 numaralı mevkiide inşa edilmiştir (Şekil D.1). Bu noktalar aşağıdaki gibidir:

1. Bodrum Kalesi'nin Doğusu
2. Artemis Oteli'nin önü
3. Halikarnas Burnu
4. Mantar Burnu (Şalvarağa mevki)
5. İçme Burnu (Kayalar, 2007).

Yaklaşık 30 yıllık bir süredir yatırımı gerçekleştirilememesinin sebepleri arasında, liman yeri konusunda uzlaşamama, politik anlaşmazlıklar, çeşitli sivil toplum kuruluşları tarafından itirazlar yer aldığı belirtilmektedir (Kayalar, 2007). Genel olarak, seçilen araştırma yerinde sorun tespitine yönelik yerel uzmanlar ile yapılan görüşme neticesinde kruvaziyer limanı ve kruvaziyer turizmi konusunda elde edilen bilgiler Çizelge E.1'de verilmiştir. Kayalar (2008)'a göre ise temel sorun yerel paydaşlar arasında bir konsensus sağlanamamasıdır. Liman yeri seçimi sürecinde, bir çok ihtilaf yaşansa da şimdiki mevcut Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın inşa edildiği yer (Mantar Mevkii), 1990 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığınca da aşağıdaki sebepler gösterilerek uygun görülmüştür (Kayalar, 2007):

- Deniz dibinin ve diğer fiziki koşulların elverişliliği
- Yerin Şehircilik açısından uygunluğu
- Turizm açısından işletmecilik
- Ulaşım

Bugün, Bodrum'da kruvaziyer gemilerinin yanaştığı Bodrum Yolcu Yanaşma İskelesi (Şekil 4.6), 2005 yılında Bodrum Yolcu Liman İşletme A.Ş. tarafından 9,665,000 Amerikan Doları yatırım bedeli ile Yap-İşlet-Devret modeli kapsamında 16 aylık süre için yatırımına başlanmıştır (Kayalar, 2007). İhalesi başka bir konsorsiyum tarafından kazanılan ve yatırım süresi Aralık 2007'de tamamlanan ve bu tarih itibariyle 12 yıllık işletme süresi başlayan Bodrum Yolcu Limanı'nın işletme hakkını, DLH tarafından yapılan ihalede, almaya hak kazanan Bodrum Liman İşletmeleri A.Ş.'nin %60 oranındaki hisseleri Haziran 2008 itibari ile özel bir şirket tarafından devralınmıştır (GLY, 2015). Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın işletme hakkı 2019 yılında sona erecektir (GLİ, 2015).



Şekil 4.6 : DLH'nın belirlediği teknik özelliklere göre Bodrum Yolcu İskelesi.

2007 yılında tamamlanan liman inşaatına ek olarak, gelişen ihtiyaçlara karşılık vermek için liman işleticisi tarafından 2011 yılında iskele boyu, 2 adet beton kazıklı platform aracılığıyla uzatılmıştır. Mevcut itibariyle iki büyük yolcu gemisi veya daha küçük dört gemiyi aynı anda rıhtımında barındırabilecek altyapıya sahip olan Bodrum Kruvaziyer Limanı, yolcu gemilerinin yanı sıra mega yatlar ve günübirlik teknelere de hizmet vermektedir (GYH, 2015). Çizelge 4.4'de Bodrum Yolcu İskelesi'nin, modern ismi ile Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın bugünkü teknik özellikleri gösterilmektedir (Url-15).

Çizelge 4.4 : Bodrum Kruvaziyer Limanı teknik özellikleri.

Liman coğrafi koordinatları	37° 01' 30" N, 27° 26' 13" E
Faaliyet konusu	Yolcu
Toplam iskele uzunluğu (m.)	660
Yanaşma yeri (m ²)	680
Derinlik (maksimum, m.)	23
Limana alanı (m ²)	22000
Kapalı hizmet alanı (m ²)	2200
Ticari alan (m ²)	1460
Toplam gemi kapasitesi (her yıl)	800
Otobüs park kapasitesi (m ²)	4100
İmtiyaz süresi	12
İmtiyaz bitiş tarihi	2019

Limana sahası içinde deniz yapıları bir adet parmak iskele, feribot rampası ve mega yatların yanaşmasına imkan tanıyan rıhtım dolgu alanı, kara tarafında ise bir adet terminal binası, liman işleticisine ait bir adet lojman bulunmaktadır. Limana aynı anda yanaşabilecek toplam iskele ve rıhtım uzunluğu 680 m.'dir. Limanda verilen hizmetler yalnızca kruvaziyer gemilerine değil gezi tekneleri ve feribotları da kapsamaktadır. Ayrıca liman sahası içinde halka açık bir restoran da mevcuttur. Özetle, limanda yolculara ve gemilere sunulan hizmetler: terminal ve deniz hizmetleri (pilotaj, romorkaj, palamar, barınma, güvenlik, temiz su temini, atık toplama, yolcu terminali yönetimi ve dalış ve yakıt ikmal) ayrıca duty-free shop, seyahat acenteleri ve restoran (Url-15). Liman deniz ve kara sahasına ilişkin fotoğraflar Ek-F'de gösterilmiştir.

Saha araştırması sürecinde yerel bir gemi acentesi ile yapılan görüşmeye göre, Şalvarağa mevkiisine (Mantar Burnu) yolcu iskelesi inşa edilmeden önce yılda neredeyse 50 kadar kruvaziyer gemisi Bodrum'u ziyaret etmekteydi. Acente yetkilisine göre, o dönemlerde, gelen kruvaziyer gemileri boyutları nedeniyle mevcut limana yanaşamadıklarından dolayı alargada bekler, karada gezinti yapmak isteyen yolcular ise, yerel denizcilerin işlettiği tekneler aracılığıyla Kale'ye veya İç Liman'a taşınırdı. Bu bilgilere bakılarak, Bodrum'un kruvaziyer turizmi potansiyelinin liman öncesinde de var olduğu anlaşılmaktadır.

Bodrum'a gelen kruvaziyer gemi istatistikleri Çizelge 4.5'da gösterildiği gibidir.

Çizelge 4.5 : Bodrum Kruvaziyer Limanı gemi ve yolcu istatistikleri (2003-2018).

Yıllar	Gemi Sayısı	Toplam Yolcu Sayısı
2003 ¹	63	15.416
2004 ¹	79	33.231
2005 ¹	55	8.921
2006 ¹	66	10.478
2007 ¹	63	9.892
2008 ²	169	65501
2009 ³	92	37700
2010 ³	98	31600
2011 ³	86	45900
2012 ³	132	53400
2013 ²	136	28560
2014 ⁴	82	33407
2015 ⁵	90	62050
2016 ⁵	51	61261
2017 ⁵	24	30826
2018 ⁶	15	25848
¹ (BODTO, 2012)		⁴ (GYİ A.Ş., 2015)
² (GYH, 2013)		⁵ (Url-15)
³ (GYH, 2012)		⁶ Saha gözlemleri

2011 yılı itibariyle gelen gemilerin turnaround yani indi-bindi yapan yolcu sayısında ciddi bir düşüş gözlenmektedir (Çizelge 4.5). Bu durum, kruvaziyer gemi operatörlerinin Bodrum Kruvaziyer Limanı'nı indi-bindi operasyonları için değil gününbirlik ziyaretler için daha fazla tercih ettiği şeklinde yorumlanabilir.

4.3 Uygulama Sonuçları

Bulgular kısmında limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntem, çalışma alanı olarak seçilen Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde uygulanmıştır. Bu bölümde, yöntemin çalışma alanında uygulanması ve uygulama sonuçları aşama aşama anlatılmıştır.

AŞAMA-1: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Liman Kimliğinin Niceliksel Kriterlere Göre Tanımlanması

Gerçekleştirilen tez çalışmasında, önerilen yöntemin birinci aşamasında Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimliği, CBS uygulamalarında kullanılmak üzere konumsal (grafik) verilerle ifade edilen niceliksel kriterler ile tanımlanmıştır. Çeşitli

veri kaynaklarından elde edilen bilgiler doğrultusunda liman kimliğine ait niceliksel kriterler Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için aşağıda yer aldığı gibi tespit edilmiştir.

Tarihi ve Kültürel Yerler

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri sınırları içinde tespit edilen tarihi kültürel yerler: Pedasa Kalesi, Pedasa Akropolis, Mindos Kapısı, Antik Tiyatro, Mars Tapınağı, Mozole Müzesi, Osmanlı Tersanesi, Bodrum Kalesi, Bodrum Su Altı Arkeoloji Müzesi, Herodot Anıtı, Neyzen Yevfik Anıtı, Deniz Müzesi, Zeki Müren Sanat Müzesi dahil olmak üzere tespit edilmiştir. Bazı önemli tarihi yerler hakkında toplanan bilgiler aşağıda verilmektedir.

Kale: Bodrum Kalesi olarak bilinen yer kapladığı alan bir ada iken, zamanla kara ile birleşerek bir yarımada durumuna gelmiştir. M.S. 15. yy'da Rodos Şövalye'leri tarafından St. Peter adına inşa edilmiş ve Aziz Peter'in yeri anlamına gelen Peterium sözcüğünü almıştır. Kalenin mimarı Schlegel Holt'tur. İnşaata yaklaşık 99 yıl süren (1415-1514) kalenin inşasında Mausolos Anıt Mezarı yıkılarak taşları ve rölyefleri kale duvarlarının yapımında kullanılmıştır (Kiper, 2004). Daha sonra restore edilen kalenin bir bölümü arkeoloji müzesidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1987).

Müzeler: Bodrum Kalesi'nin içinde üç seksiyon halinde kurulmuş olan müze Bodrum'un en önemli açık hava müzesi olarak bilinir. Kale içinde, Bodrum ve yöresinin sualtı ve karada yapılan kazılardan çıkarılan eserler çağlara göre sergilenmektedir. Miken Protogeometrik ve Geometrik, Helenistik, Roma, Bizans dönemlerine ait eserler çoğunluktadır. Sualtı arkeoloji müzesi Bronz çağına (M.Ö. 1300) ait su altı buluntuların sergilendiği Dünya'nın ender müzelerindedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1987). Ege'nin tarihi deniz ticareti faaliyetlerine ışık tutacak kanıtlar ve belgeler niteliğindedir. Tarihin bilinen en eski gemisi burada sergilenir (Koç, 1973). Bodrum Kalesi'ne ek olarak, çalışma uygulama alanı içinde yer alan bazı müzeler Deniz Müzesi, Zeki Müren Müzesi'dir.

Mozole: Dünyanın yedi harikasından biri olan Mausoleion, M.Ö. yüzyıl ortalarında Karya Kralı Mausolos (Mozol) adına karısı Artemisia tarafından yapılmış bir mezar anıtıdır. Günümüzde ise geniş temel kalıntıları bulunmaktadır. Mausoleion, Yunan mimarisi kolon işçiliği ve Mısır mimarisi piramit çatı işçiliklerinin bir araya getirilmesi ile inşa edilmiş olup, dünya üzerinde eşi benzeri olmayan bir yapı olması itibarıyla tarihi bir yer olmanın yanısıra endemik bir yer olarak da tanımlanmıştır.

Günümüze değin bir çok deprem ve iç karışıklıklar geçiren bölgede bugün mezar anıtının temel kalıntıları bulunmaktadır.

Antik Tiyatro: Helenistik Devre ait (M.Ö. 330-30) tiyatro 13.000 kişi kapasitesindedir (Hekimoğlu, 1994). Mozolenin üst tarafından şehre hakim bir nokta olan Göktepe üzerindedir (Koç, 1973).

Myndos Kapısı: Myndos Kapısı'nın M.Ö. 360'larda yapıldığı sanılmaktadır. Halikarnassos'un batısında, kentin giriş kapılarından biridir. Myndos kapısı iki anıtsal kule ile onların ardında şehre girilen kapının yer aldığı bir iç avludan meydana gelmiştir. Yakınında Türk Mezarlığı ile Helenistik ve Roma dönemlerine ait tonozlu mezarları bulunan bir alanın hemen yanı başında bir otel bulunmaktadır (Url-16).

Osmanlı Tersanesi: Osmanlı Tersanesi, Bodrum limanının kuzeybatısında yer alır. 1775 yılında kurulduğu sanılmaktadır. İçinde Osmanlı Denizcisi Cafer Paşa'nın da türbesi olan, Osmanlı Mezarlığı vardır. Korsan saldırılarına karşı gözcü olarak dikilen Osmanlı kulesi ile birlikte 1882 yılında tersanenin surları da genişletilmiştir. Tarihi yapı günümüzde, sanat galerisi olarak kullanılmaktadır (Url-16).

Halikarnassos şehrinin surları, Myndos Kapısı, Göktepe'deki Kaya mezarları, Osmanlı zamanında yapılan ve Gümbet olarak adlandırılan su sarnıçları, yakın dönem tarihi camiler (Mustafa Paşa Cami, Tepecik Cami, Adliye Cami), türbeler (Saldırşah Horosani, Kubbeli Türbe, Mustafa Paşa Türbesi, Dedeler Türbesi, Koyunbaba Türbesi) merkezde görülebilen tarihsel kalıntılar kapsamındadır. Ayrıca, Yarımada'da bir çok antik yerleşim bulunmaktadır. Bunlar: Halikarnassos, Pedasa, Telmissos, Müsgebi, Aspat Kalesi & Termera Antik Yerleşimi , Eski ve Yeni Myndos, Uranion, Madnasa& Sibda, Syangela, Thaengela'dır (Url-17).

Çalışma uygulama alanı sınırları içinde kalan antik yerleşimler bugünkü Bodrum merkezin üstüne kurulduğu Halikarnassos, diğeri de Pedasa'dır. Bodrum yerleşimi bir çok antik kalıntının üzerine kurulmuştur. Örneğin tarihi ve mitolojik bir öneme sahip olan Mars Tapınağı gibi.

Mars Tapınağı: Savaş tanrısı Mars'ın mabedidir. Kral Maussolleion ile birlikte şehrin en görkemli yapılarından biri olan bu yer bugün oto sanayi tamirhaneleri altında kalmıştır (Url-18)

Pedasa (Gökçeler) Antik Kenti: Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın kuzeyinde ormanla kaplı tepelerden birinde yer almaktadır. Pedasa antik kenti girişine yaklaşık 1.5-2

km'lik mesafeye kadar toplu taşıma ile ulaşılabilir. Bundan sonraki mesafe yürüyerek gidilebilir. Pedasa Kalesi ve Akropolis bu alan içinde yer almaktadır. Alanın güney ve güneydoğusuna düşen yamaçlarda ise Leleg'lere özgü türbe biçimli mezarlar görülebilir (Url-17).

Doğal Yerler

Çalışma uygulama alanı sınırları içinde kalan doğal alanlar arazi kullanım haritalarında orman, maki ve yeşil alan kategorisindeki yerler doğal yerlerdir.

Şehir Merkezi

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde şehir merkezi; etrafı bankalar, dükkanlar, posta ofisi gibi çeşitli şehir imkanları ile çevrili olan Cevat Şakir Caddesi'nin şehiriçi ve şehirlerarası otopark ile Belediye Meydanı arasındaki kalan cadde ile bir tarafı Bodrum Limanı (Belediye Marinası) diğer tarafı dükkanlar, yerleşim yerleri ve restoranlar ile çevrili olan Neyzen Tevfik Caddesi'nin Belediye Meydanı ile Milta Marina'ya kadar olan bölümü olarak tespit edilmiştir.

Sahil-Plajlar

Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın Doğu'sundaki İçmeler, Batısı'nda Ortakent'e kadar uzanan sırasıyla Paşatarlası, Kumbahçe, Salmakis, Gümbet, Bitez, Ortakent ve Camel Beach plajları tespit edilmiştir. Çalışma alanı sınırları içinde tespit edilen sahil-plajlar hakkında kısa açıklamalar aşağıda verilmiştir.

Gümbet Plajı: Gümbet sahilinde Bodrum'a yaklaşık 2 km Uzaklıktadır. Sahil şeridini kamping, oteller ve restoranlar çevirmiştir.

Bitez Plajı: Bodrum'a 10 km mesafede yer alır. Yaklaşık 1 km kumsal şeridi bulunmaktadır. Ayrıca Bitez sahilinde çeşitli su sporları faaliyetlerinin yapılabileceği tesisler bulunmaktadır. Günübürlük gezi teknelerinin de demirlediği önemli bir doğal sahildir.

Ortakent Plajı: Merkeze yaklaşık 13 km mesafede bulunmaktadır. Halk plajı ve çeşitli özel plajları içerir.

Camel Beach: Dünyaca ünlü olan Camel Beach Ortakent mevkiinde yer alır. Günübürlük turlar ile denizden de ulaşılabilir olmasıyla turist çekmektedir.

İçmeler Plajı: Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın Doğu'sında İçmeler mevkiinde bulunmaktadır. Limana yürüme mesafesindedir.

Kumbahçe Plajı: Kumbahçe mevkiinde Cumhuriyet Caddesi üzerinde yer alır.

Paşatarlası Plajı: Kruvaziyer Limanı'na en yakın plajdır. Liman ile Kumbahçe İskelesi arasında yer alır.

Salmakis (Bardakçı) plajı: Bodrum merkeze en yakın plaj olarak bilinir. Doğal bir koy olan Bardakçı Koyu'nun dar bir kıyı şeridi olan Salmakis mevkiinde yer alır.

Yöresel Yeme-İçme Yerleri

Saha araştırması boyunca çalışma uygulama alanı sınırları içinde yöresel yemeklerin sunulduğu çeşitli restoranlar tespit edilmiştir. Ancak, resmi olarak tescilli olmayan ve ziyaretçiler açısından tanınmayan bu yerler kimliğin oluşmasında etkili bir kriter olmasına rağmen, harita üzerinde gösterilmek üzere elde edilen veri kaynaklarından herhangi bir yer tespit edilememiştir.

Endemik Yerler

Çalışma alanı içinde tespit edilen endemik yerlerin başında dünyanın yedi harikasından biri olan Mozole Anıt Mezarı gelir. Buna ek olarak, Pedasa Kalesi, Antik Tiyatro, Mindos Kapısı, Mars Tapınağı, Osmanlı Tersanesi, Deniz Müzesi ve Su Altı Müzesidir.

Spor Yerleri

Saha araştırması boyunca çalışma uygulama alanı sınırları içinde çeşitli spor aletlerinin bulunduğu parklar, futbol sahaları gibi yerler gözlenmiştir. Ancak hem turistlere hem de yerel halka hitap eden spor komplekslerine rastanmamıştır. Bununla birlikte, çalışmanın uygulama alanı sınırları içinde, harita üzerinde gösterilmek üzere elde edilen veri kaynaklarından herhangi bir spor yeri doğrulanamadığından dolayı tespit edilmemiştir.

Çarşı-Pazar Yerleri

Çalışma alanı sınırları içinde Çarşı Mahallesi'nde yer alan Dr. Alim Bey Caddesi Çarşı Pazar yeri olarak tespit edilmiştir. Belediye Meydanı'ndan başlayıp Kumbahçe'nin

bittiği Azmakbaşı'na kadar uzanan Dr. Alim Bey Caddesi'nin etrafı çeşitli hediyelik, giyim, aksesuar dükkanlarınca çevrilidir.

Alışveriş Merkezleri

Çalışma alanında yedi adet alışveriş merkezi tespit edilmiştir. Bunlar: Marina Avm, Bodrum Gold Center, Mindos Avm, Oasis, Avenue Bodrum, Karia Park, Midtown.

Turistik Bilgi Danışma Yerleri

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı bir adet ofis Bodrum Kale'sinin arkasında Denizciler Kahvesi'nin bitişiğinde yer alır. Merkezi bir konumda olmasına rağmen kruvaziyer yolcularının doğrudan erişimi için uygun değildir. Buna ek olarak, alışveriş merkezlerinden Bodrum merkeze daha yakın olanın kendi turizm danışma ofisi bulunmaktadır. Bununla birlikte turistik danışma ofisi niteliğinde Bodrum'da iki adet yer tespit edilmiştir.

Yol Ulaşım

Çalışma uygulama alanı sınırları içinde kalan ve yukarıda tespit edilen liman kimliğine ait niceliksel kriterin, mevcut kruvaziyer limanına olan mesafeleri ve ulaşım olanakları incelenmiştir. Bu kapsamda, harita üzerinde gösterilmek üzere tez kapsamında ilgili veri kaynaklarından sağlanan yol-ulaşım bilgileri ile mevcut kara yolları tespit edilmiştir.

AŞAMA-2: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Liman Kimlik Organizasyonunun (LKO) Oluşturulması

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için LKO'yu oluşturan taraflar ve kimlik yönetimi için nasıl bir kurumsal yapı oluşturulması gerektiği, method bölümünde açıklanan paydaş analizi yöntemine göre belirlenmiştir. Bu doğrultuda, LKO'nun kurumsal yapısını, danışma, yönetim ve katılım olmak üzere üç farklı seviyede oluşturması gerektiği tespit edilmiştir.

Danışma: Kamu kurum ve kuruluşlarının yetki ve sorumlulukları yasalar ile sınırlıdır. Bununla birlikte, kamu kurum ve kuruluşları liman kimlik organizasyonunun önemli bir parçasını oluşturur. Bir geminin hudut kapısından içeri girdiği andan itibaren tabi olduğu kuralların işlerliği kamu tarafından sağlanmaktadır. Kültür ve Turizm

Bakanlığı, UDHB'nın temsilcisi olan Liman Başkanlıkları, Valilik ya da Kaymakamlık organizasyonel yapıda Danışma Kurulu seviyesinde yer almaldır.

Yönetim: LKO'nun yönetiminde turizm ve kruvaziyer turizmi konusunda ekonomik, çevresel ve sosyal risk alan kurum ve kuruluşların yer alması gerekmektedir. Liman yatırımcıları, limanın inşa edilmesini destekleyen Belediye, uluslararası kruvaziyer endüstrisi paydaşları ve meslek kuruluşları yerelde kruvaziyer turizminin gelişmesine yönelik riskleri en fazla alan kurumlardır. Dolayısıyla LKO'da yönetim düzeyinde yer alması önerilmektedir.

Katılım: Liman kimliğinin geliştirilmesi, korunması, yerle yasıtılması ile yerelde kruvaziyer turizminin gelişmesinden faydalanacak olan yerel halkı temsil eden sivil toplum kuruluşlarının LKO'da katılım seviyesinde yer alması gerekmektedir.

Yönetim, katılım ve danışma olmak üzere üç seviyeden oluşan kurumsal yapıda kimlerin hangi seviyelerde olması gerektiği paydaşlar ile yapılan anket çalışması (Şekil A.1) da göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Şekil A.1'deki paydaş anket formunda organizasyonel yapının nasıl ve kimler tarafından oluşması gerektiğini tespit amaçlı sorulan sorulara katılımcıların verdiği yanıtlar aşağıda gösterilmiştir.

Soru: Bodrum'da liman kimliği konusunda faaliyet gösteren bir STK var mıdır?

Tüm katılımcılar "*hayır*" yanıtını vermiştir.

Soru: Bodrum'da mevcut kruvaziyer limanına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda kurulacak bir organizasyonel yapıda kimler, hangi seviyede (yönetim/katılım) yer almalıdır?

"STK'lar, akademisyenler, yerel turizm örgütleri, kamu kurumları, Belediye yöneticileri, ticaret odası, deniz ticaret odası yöneticileri, kruvaziyer liman yöneticileri"

"Denize yönelik faaliyet gösteren kuruluşlar yer almalıdır. Denizciler derneği gibi"

"Türsab, ticaret odası, yerel dernekler"

"bu konuda pek bilgim yok"

"Risk alan kurum ve kuruluşların mutlaka yönetim seviyesinde olması gerekmektedir"

"STK'lar, Belediye, ticaret odaları"

"Mimarlar odası, otelciler derneği, esnaflar odası gibi mesleki kuruluşlar"

“Yönetimde yerel yönetimler, kent konseyi, tüm stk’lar, katılımı ise halk”

“tur operatörler, küresel kruvaziyer gemi firmaları”

“Yönetimde mutlaka Belediye olmalıdır. Katılımcı seviyesinde meşhur sanatçılar, ressamlar, mimarlar gibi kişiler yer almalıdır. Nihayetinde bu bir pazarlama işi ve bu işi en iyi yapacak katkı sağlayacak kişiler katılmalıdır. Ki bunlar da Bodrum’da fazlasıyla var. Onları tek bir amaç için bir araya getirmek gerekiyor”

“paydaş kurumlar, katkı verebilecek olanlar”

“Limanı kullananlar, gemi acenteleri, gemiye ve yolcuya hizmet verenler. Belediye ve odalar yönetim, STK’lar katılımı da yer almalıdır”

“Belediye, ilçe turizm müdürlükleri, kaymakamlık, emniyet kurumları yönetici, liman sorumluları katılımcı düzeyde”

Soru: Bodrum’da mevcut kruvaziyer limanına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda bir organizasyon kurulursa bu organizasyonel yapının görev ve sorumlulukları ne olmalıdır?

“Limanın destinasyon olarak tanınırlığı ve bilinirliğini arttıracak etkinlikler düzenlemek, yürütmek ve sürdürmek”

“Kruvaziyer endüstrisinin talep ve ihtiyaçlarına göre yerelde hazırlıklı olma girişimlerinde bulunmak”

“Limanın yerinin destinasyon olarak tanıtılması için tanıtım kapsamında davet edilen kruvaziyer endüstrisi paydaşları (gemi operatörleri gibi) ile kruvaziyer medya yöneticileri için ev sahipliği ve koordinatörlük yapmak”

“Kimliği korumak”

“Araştırma yapmak, yerel halkı bilgilendirmek”

“Kruvaziyer liman kimliği konusunda ilgili tüm taraflara eğitim vermek”

“Limanın kimliğinin değerini ön plana çıkaracak faaliyetler düzenlemek”

“gelen yolcuların önceden bilgi sahibi olmasını sağlamak”

“Eğitim vermek”

“Turistik bilgi danışma yerlerini denetlemek”

“en önemli görevi tüm paydaşları bir arada toplamak. Bir liman yerinde organizasyonel yapının olmaması pek çok sorunu beraberinde getirir. Mesela Bodrum’da Kale kapatılıyor ama turlar çok önceden yolculara satılmış. Yolcu parasını verdiği turun karşılığını alamıyor. Bu durumda bunun günahı destinasyon üzerine kalıyor. Yolcuların kale kapısında durumu öğrendikleri de oldu. Biz bunu daha önce türkiye’nin diğer limanlarında da yaşadık. Turu satan firma bi şekilde yolcuların parasını iade edebilir. Ancak verilen sözlerin yerine getirilmemesi uzun vadede tur iptallerine kadar gider. Bir organizasyonel yapı zamanında ve doğru bilgi transferinden sorumludur”

“Bilgilendirmek, durum tespiti yapmak, geleceğe yönelik çevresel, sosyal ve ticari planlamalar yapmak şeklinde düşünülebilir”

“Eğitim ve pazarlama, araştırma, koruma geliştirme faaliyetleri, Liman Kimliğini anlatan faaliyetler, eğitici standartlar geliştirmek, denetlemek”

Soru: Bodrum’da mevcut kruvaziyer limanına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda kurulacak bir organizasyonu destekler misiniz?

Tüm katılımcılar “evet” yanıtını vermiştir.

Soru: Bodrum’da, mevcut kruvaziyer limanına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda bir STK kurulursa bu STK’da yer almak ister misiniz?

Katılımcılardan biri dışında hepsi “evet” yanıtını vermiştir.

Hayır yanıtı veren katılımcı neden olarak şunu belirtmiştir:

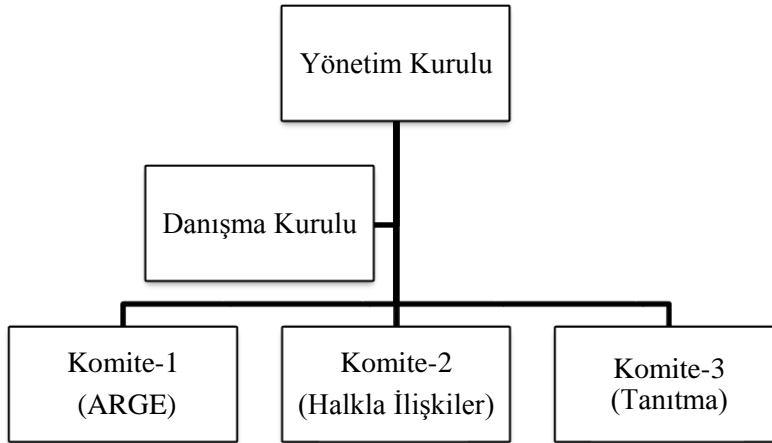
“Böyle bir yapıda bulunmak istemem çünkü işleri daha da karışık hale getirir. Her kafadan bir ses çıkar”

Paydaş analizi ile öngörülen paydaş görüşmelerinden elde edilen bulgulara göre Bodrum’da kruvaziyer turizminden daha fazla pay alınması yönünde tüm paydaşların yer aldığı bir kurumsal yapının olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca anket yapılan yerel paydaşların LKO’nun yerelde kurulması konusunda hem fikir olduğu tespit edilmiştir. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri’ndeki kurulacak bir LKO’da yer alan paydaşlar, saha bulguları ile desteklenerek yapılan paydaş analizi sonucunda Çizelge 4.6’daki gibi tespit edilmiştir.

Çizelge 4.6 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri LKO için tespit edilen paydaşlar.

LKO Paydaşları	Kurum ve Kuruluşlar	Görev ve Sorumluluklar
Kamu kurum ve kuruluşları	Kültür ve Turizm Bakanlığı ve bağlı ilçe temsilcilikleri ¹ ; Liman Başkanlığı; Kaymakamlık ve bağlı birimler ² ; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ve Bodrum Denizcilik Meslek Yüksek Okulu	Danışma düzeyi
Yerel yönetimler	Belediye; muhtarlıklar	Yönetim düzeyi
Sivil Toplum Kuruluşları	Kent Konseyi; Denizciler Derneği; Mavi Yol Platformu; Leleg Uygarlığı Koruma ve Yaşatma Derneği; Herodot Üçüncü Yaş Akademisi Derneği; BOYTAV; BESİAD; BODER; TURMEPA Şubesi; PROYAD	Katılım düzeyi
Odalar, Meslek kuruluşları, Birlikler	Ticaret Odası ; İMEAK Deniz Ticaret Odası Şubesi; TÜRSAB; Mimarlar Odası; Esnaf ve Sanatkarlar Odası	Yönetim düzeyi
Özel sektör temsilcileri	Bodrum Kruvaziyer Liman İşletmesi ; Tur operatörleri; Gemi operatörleri; Tersaneler ve Marinalar	Yönetim düzeyi

Paydaş analizi ile öngörülen paydaşların katılım, yönetim ve danışma seviyesinde bulunma durumları göz önüne alınarak oluşturulan organizasyonel yapının teşkilat şeması Şekil 4.7’de gösterilmektedir.



Şekil 4.7 : LKO'nun teşkilat şeması.

AŞAMA-3: Liman Kimlik Kriterlerinin Bodrum Kruvaziyer Limanı için AHP ile Önceliklendirilmesi ve Ağırlık Faktörlerinin tanımlanması

Liman Kimlik Kriterlerinin Bodrum Kruvaziyer Limanı için AHP ile Önceliklendirilmesi ve Ağırlık Faktörlerinin belirlenmesi için yapılan anket çalışması katılımcılarının dağılımı Çizelge 4.7’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 4.7 : AHP anketi katılımcılarının dağılımı

Paydaşlar	Katılımcı kurum ve kuruluşlar	Katılımcı Sayısı
Kamu kurum ve kuruluşları	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Bodrum Yerleşkesi) Güzel Sanatlar Fakültesi ve Bodrum Denizcilik Meslek Yüksek Okulu)	2
Paydaşlar	Katılımcı kurum ve kuruluşlar	Katılımcı Sayısı
Yerel yönetimler	Belediye Meclis Üyesi	1
Sivil Toplum Kuruluşları	Kent Konseyi (üç üye) Denizciler Derneği Başkanı Mavi Yol Platformu Kurucusu Leleg Uygarlığı Koruma ve Yaşatma Derneği Başkanı Herodot Üçüncü Yaş Akademisi Derneği Üyesi BESİAD Başkanı TURMEPA Şubesi temsilcisi	9
Odalar, Meslek kuruluşları, Birlikler	IMEAK Deniz Ticaret Odası Bodrum Şubesi yönetimi (2) TÜRSAB Temsilcisi Mimarlar Odası Üyesi IMEAK Deniz Ticaret Odası Su sporları meslek komite başkanı	5
Özel sektör temsilcileri	Tur operatörü yöneticisi Gemi acentesi yöneticisi Denizcilik işletmesi (mavi yolculuk alanında) yöneticisi	3

Çizelge 4.7’de gösterilen çeşitli kurum ve kuruluşları temsilen 20 katılımcı ile Şekil B.1’de (EK-B) verilen anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu sayede, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimliğine ait nicel kriterlerin ağırlıkları Çizelge 4.8’de gösterildiği gibi tespit edilmiştir.

Çizelge 4.8 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik kriterlerinin ağırlıkları temelinde öncelik sıralaması.

No	Kriterler	Normalleştirilmiş Ağırlık (Eigenvector) / (oransal)	Faktör Ağırlıkları
1	Tarihi-Kültürel Yerler	25.15%	0.2515
2	Doğal Yerler	20.48%	0.2048
3	Endemik Yerler	18.62%	0.1862
4	Yöresel Yeme-İçme Yerleri	8.00%	0.08
5	Sahil-Plajlar	7.60%	0.076
6	Spor Yerleri	5.60%	0.056
7	Şehir Merkezi	5.10%	0.051
8	Turistik Bilgi Danışma Yerleri.	3.60%	0.036
9	Çarşı-Pazar	3.60%	0.036
10	AVM'ler	2.30%	0.023

Liman kimliğine ait kriterlerin, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için ağırlıkların hesaplanmasında kullanılan ikili karşılaştırma matrisi Çizelge 4.9'da gösterildiği gibidir.

Çizelge 4.9: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik kriterleri ikili karşılaştırma matrisi (normalizasyon ve ağırlık belirleme).

İkili Karşılaştırma Matrisi		Tarihi-Kültürel	Doğal Yerler	Şehir Merkezi	Çarşı-Pazar	Sahil-Plajlar	Yöresel Yeme-İçme	Endemik Yerler	Spor Yerleri	AVM'ler	Turistik B.D. Yerleri
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tarihi-Kültürel Yerler	1	0	1.37	4.97	5.34	3.86	3.94	2.03	5.36	5.74	5.81
Doğal Yerler	2	0.73	0	4.82	5.14	2.98	3.22	1.17	5.17	5.2	5.34
Şehir Merkezi	3	0.2	0.21	0	1.83	0.59	0.61	0.21	0.71	3.13	2.1
Çarşı-Pazar	4	0.19	0.19	0.55	0	0.37	0.39	0.2	0.52	2.73	0.92
Sahil-Plajlar	5	0.26	0.34	1.68	2.73	0	0.96	0.37	1.47	4.19	1.79
Yöresel Yeme-İçme Yerleri	6	0.25	0.31	1.63	2.55	1.04	0	0.35	2.17	4.41	2.2
Endemik Yerler	7	0.49	0.85	4.78	5.1	2.69	2.87	0	4.76	5.71	5.18
Spor Yerleri	8	0.19	0.19	1.41	1.92	0.68	0.46	0.21	0	3.22	2.78
AVM'ler	9	0.17	0.19	0.32	0.37	0.24	0.23	0.18	0.31	0	0.42
Turistik Bilgi Danışma Yerleri	10	0.17	0.19	0.48	1.08	0.56	0.46	0.19	0.36	2.4	0

Kruvaziyer liman kimliğini oluşturan nicel kriterlerin Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki yerel paydaşları tarafından ağırlıklı önceliklendirilmesi neticesinde, liman kimliğini oluşturan ilk ve en önemli kriterler Tarihi-Kültürel Yerler (%25.15), Doğal Yerler (%20.48) ve Endemik Yerler (%18.62) olarak belirlenmiştir. Kriterleri önceliklendirme için yapılan bireysel yargıların akla uygun yapıp yapılmadığını anlamak için ikili karşılaştırmalarda erişilen tutarlılık derecesi, tutarlılık oranı (CR) ile ölçülmektedir. Paydaş analizi ile belirlenen 20 farklı paydaşlar tarafından Bodrum Kruvaziyer Liman Kimliği'ni meydana getiren kriterlerin ağırlıkları %82.9 konsensus ve 0.27 tutarlılık oranı ile belirlenmiştir. Yani, liman kimliğini meydana getiren nicelik kriterlerini önceliklerine göre sıralarken paydaşlar büyük oranda hemfikir kalırken, yapılan değerlendirmelerin kendi içinde tutarsızlığı kabul edilebilir düzeyde (CR<0.1) çıkmıştır. Bu iki göstereye bakılarak sonuçların geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

AŞAMA-4: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Coğrafi Bilgi Sistemi Destekli Liman Kimlik Veri Tabanı Oluşturulması

Liman kimliğine ait kriterleri oluşturan verilerden meydana gelen coğrafi bilgi sistemi veri tabanının oluşturulması için çeşitli harita ve uydu görüntülerinden yararlanılmıştır. Ayrıca, CBS'de x,y koordinatlarına bağlı (sayısal format) verilerin sisteme aktarılmasında uygulama sahasında yerinde gerçekleştirilen gözlemler ile elde edilen verilerin coğrafi konumları doğrulanmıştır. Bodrum liman kimliği veri tabanında yer alan konumsal bilgilerin veri yapısı ve veri kaynakları Çizelge 4.10 'de gösterildiği gibidir.

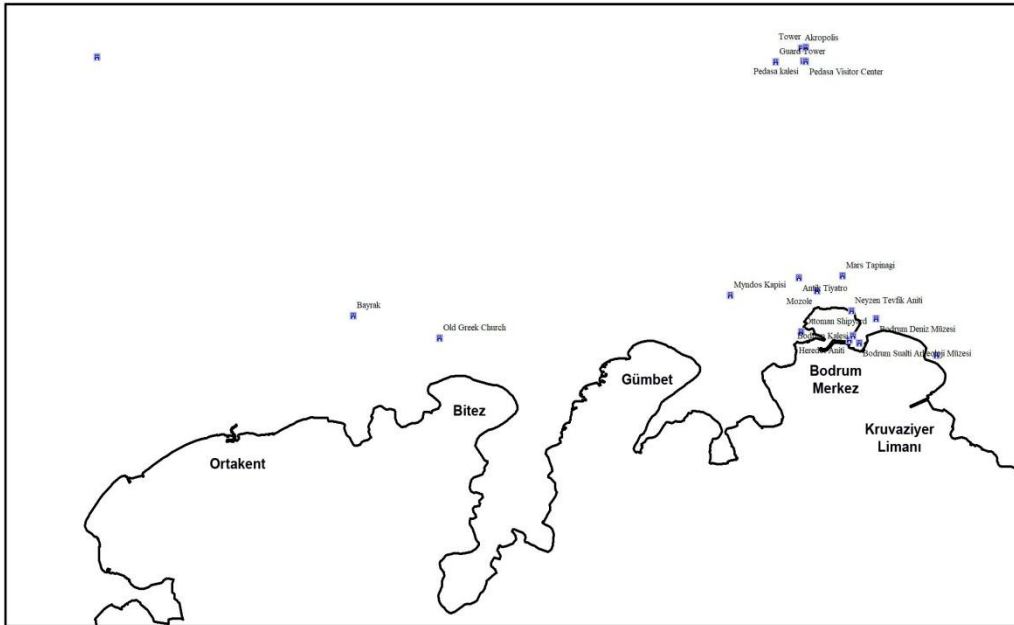
Çizelge 4.10 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimliğine ait konumsal kriterlerin veri yapısı ve veri kaynakları.

Veri	Nokta	Çizgi	Alan	Veri Kaynağı
Tarihi ve Kültürel Yerler	●		■	Street.mapper Topografik haritalar Google Earth
Endemik Yerler	●		■	
Doğal Yerler			■	
Yöresel Yeme İçme Yerleri	●			
Sahil-Plaj		—	■	
Spor Yerleri	●			
Şehir Merkezi		—	■	
Turistik Bilgi Danışma Yerleri	●			
Çarşı-Pazar		—	■	
AVM	●			
Yol-Ulaşım		—		

Tez çalışmasının metod bölümünde uygulama adımlarıyla (Şekil 3.6) anlatılan CBS yöntemi kullanılarak Bodrum Liman Kimliğini oluşturan kriterlere ait haritalar nokta, çizgi ve alan veri yapısına göre aşağıda açıklandığı gibi veri tabanına girilmiştir.

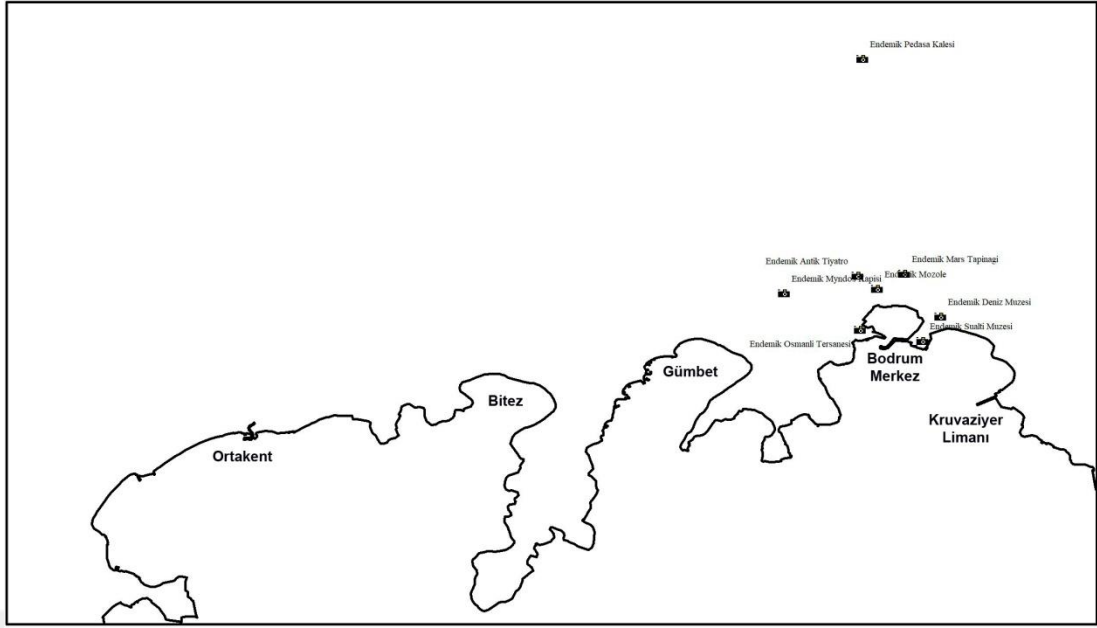
Noktasal Veriler

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri sınırları içinde yer alan noktasal veri yapısındaki Tarihi-Kültürel Yerler, Endemik Yerler, Turistik Bilgi Danışma Yerleri ve Alışveriş Merkezleri (AVM)’nden oluşan haritalar oluşturulmuştur. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen tarihi ve kültürel yerler nokta veri yapısında olup Şekil 4.8’de gösterildiği gibi haritalanmıştır.



Şekil 4.8 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri’ndeki tarihi ve kültürel yerler haritası.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen endemik yerler nokta veri yapısında olup, Şekil 4.9’de gösterildiği gibi haritalanmıştır.



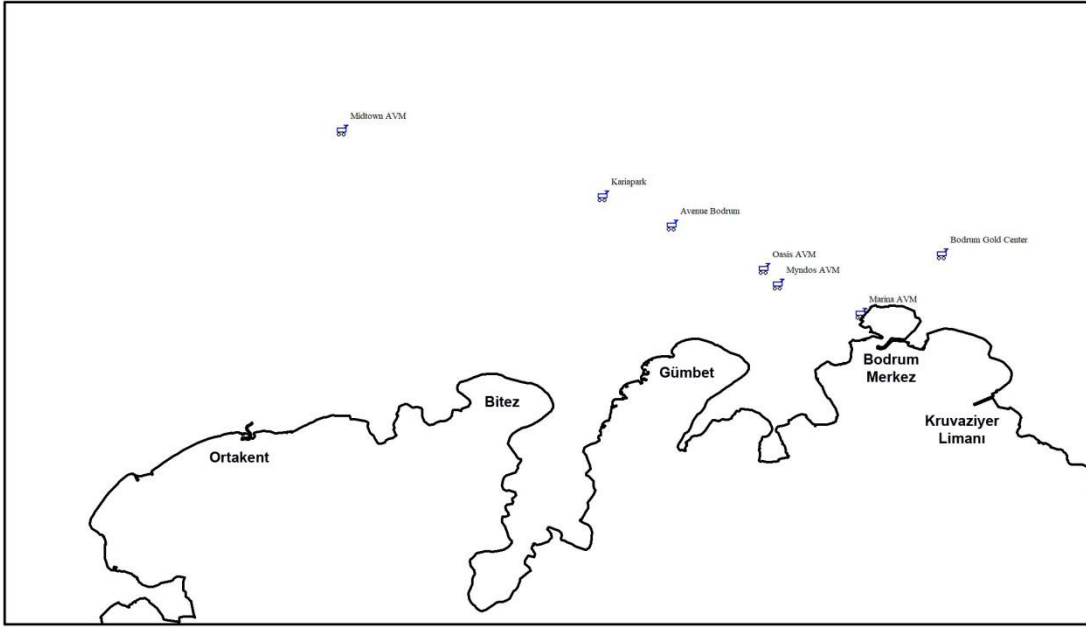
Şekil 4.9 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki endemik yerler haritası.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen turistik bilgi danışma yerleri nokta veri yapısında olup, Şekil 4.10'da gösterildiği gibi haritalanmıştır.



Şekil 4.10 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki turistik bilgi danışma yerleri haritası.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen alışveriş yerleri nokta veri yapısında olup, Şekil 4.11'de gösterildiği gibi haritalanmıştır.



Şekil 4.11 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki alışveriş merkezleri (AVM) haritası.

Coğrafi referanslı verilerin elde edildiği veri kaynaklarında (street.mapper, google earth ve topografik haritalar) harita üzerinde gösterilen yöresel yeme içme ve spor yerleri niteliğinde herhangi bir veriye rastlanmamıştır. Bu nedenle, CBS destekli liman kimlik veri tabanı oluşturulurken veri kaynaklarınca doğrulanamayan bilgiler için kriter haritası oluşturulmamıştır.

Çizgisel Verileri

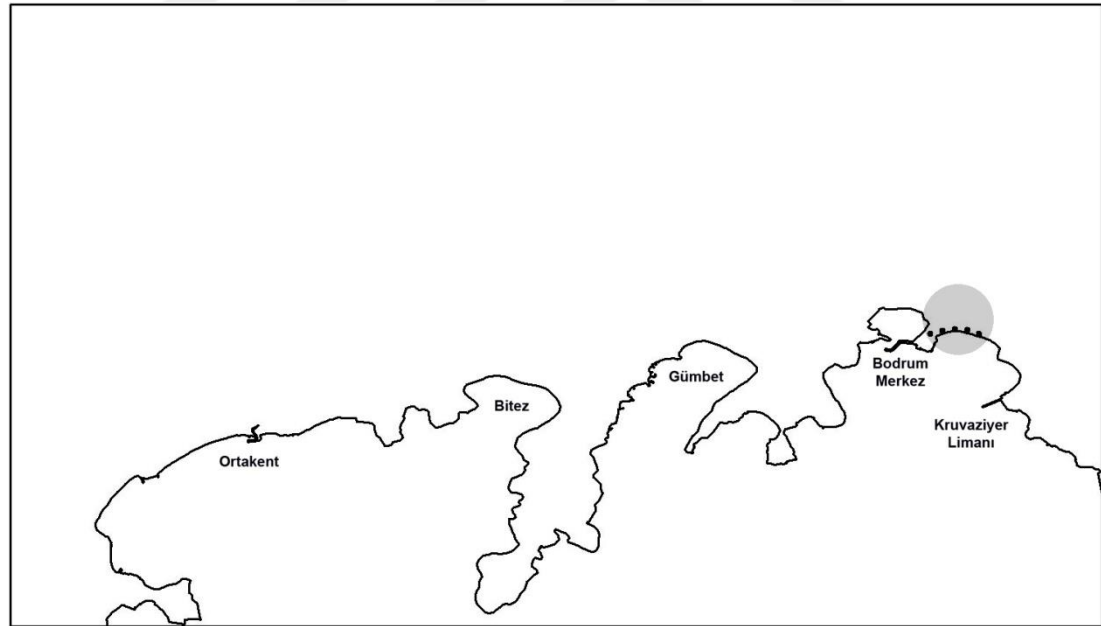
Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri sınırları içinde yer alan çizgisel veri yapısındaki Şehir Merkezi, Çarşı-Pazar, ve Yol-Ulaşım kriterlerinden oluşan haritalar sırasıyla; Şekil 4.12, 4.13, ve 4.14'de gösterilmiştir. Bu uygulamada sahil-plaj, şehir merkezi ve çarşı-Pazar çizgisel veri olarak oluşturulmuş olsa da bu üç kriterin poligon veri yapısında olması da mümkündür. Örneğin bir bölgedeki sahil-plajlar oldukça geniş bir alana yayılmış ise mekansal analizlerde plajların alan veri formatında kullanılmasına karar verilebilir.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen Şehir Merkezi çizgisel veri yapısında olup, Şekil 4.12'de gösterildiği gibi haritalanmıştır.



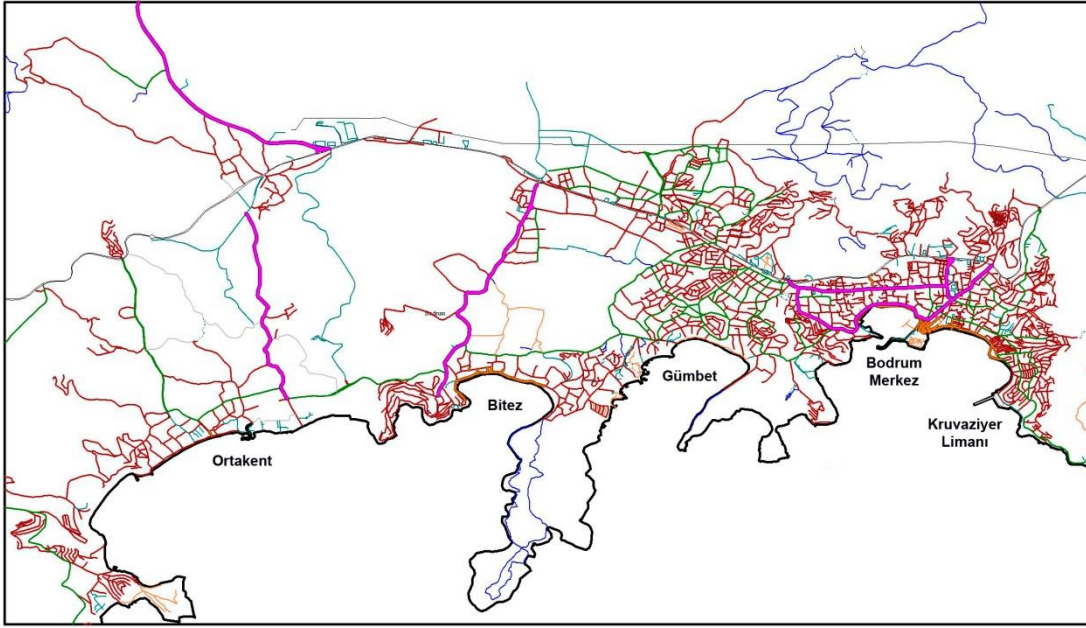
Şekil 4.12 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri’deki şehir merkezi haritası.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen çarşı pazar çizgisel veri yapısında olup, Şekil 4.13’te gösterildiği gibi haritalanmıştır.



Şekil 4.13 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri’ndeki çarşı-pazar haritası.

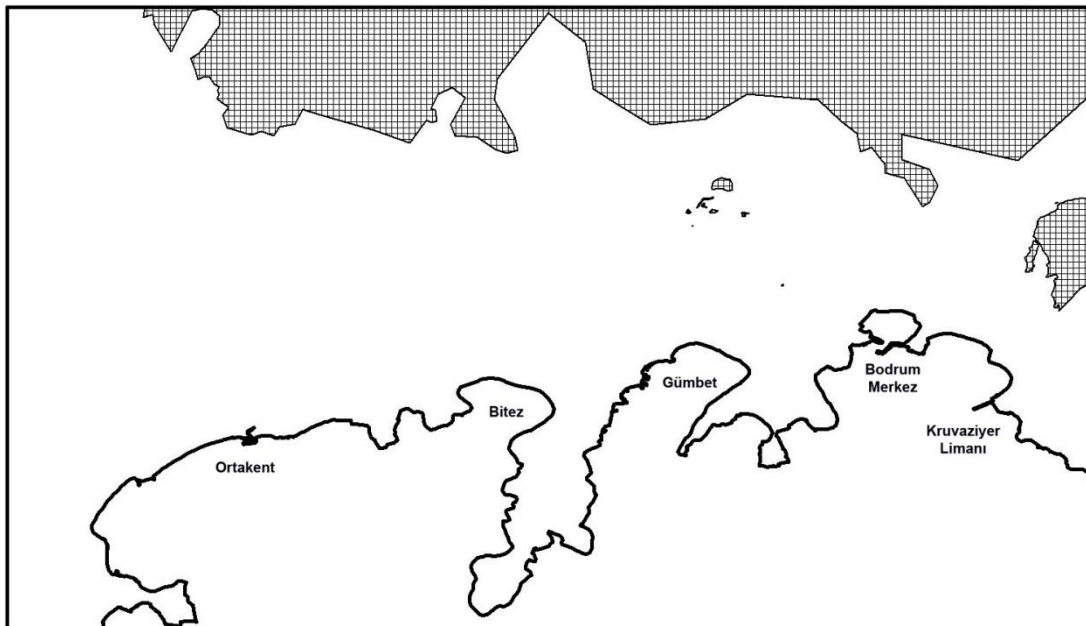
Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilen yol-ulaşım ağları çizgisel veri yapısında olup, Şekil 4.14’de gösterildiği gibi haritalanmıştır



Şekil 4.14 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki yol-ulaşım haritası.

Alansal Veriler

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri sınırları içinde yer alan Doğal yerler ve Sahil-Plajlar, kapladığı alansal büyüklük dikkate alınarak poligon veri yapısında veri tabanına girilmiştir. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri olarak seçilen çalışma alanı sınırları içinde tespit edilen doğal yerler alan (poligon) veri yapısında olup, Şekil 4.15'de gösterildiği gibi haritalanmıştır.



Şekil 4.15 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki doğal yerlerin haritası.

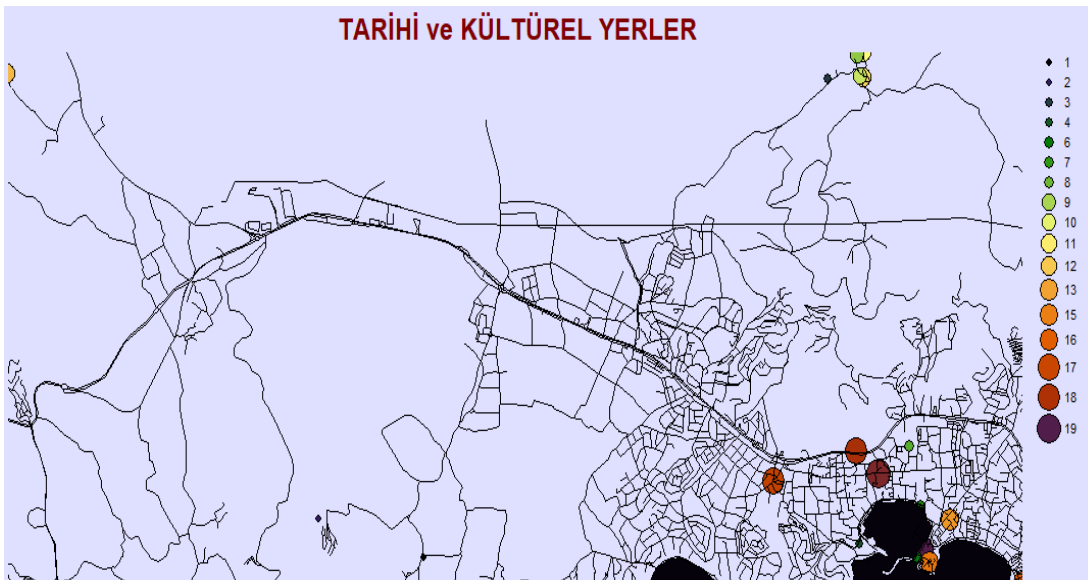
AŞAMA-5: Bodrum Kruvaziyer Limanına ait Kimlik Kriterleri için Tanımlanan Ağırlık Faktörlerine göre Kriterlerin CBS'de Mekansal Analizlerinin Yapılması

Tez çalışmasının method bölümünde açıklanan CBS uygulama adımları; raster dönüşümü, uzaklık analizi, fuzzy ve çok kriterli değerlendirme (MCE) Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için sırasıyla uygulanmıştır.

Her bir liman kimlik kriteri için raster harita oluşturulmuştur. Oluşturulan raster haritalar için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritaları elde edilmiştir. Mesafe-uzaklık haritalarından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur. Standardize edilmiş kriter haritaları, ahp yöntemine göre belirlenmiş olan ağırlık faktörleri kullanılarak, CBS destekli çok kriterli değerlendirme (MCE) analizleri sonucunda nihai liman kimlik dağılım haritası oluşturulmuştur. Nihai liman kimlik dağılım haritasını oluşturan piksel (hücre) değerleri 0 ile 1 arasında değişmekte olup yüzde cinsinden, belirlenen kriterlerin ağırlıkları toplamına göre seçilen uygulama alanının liman kimliğini ne ölçüde yansıttığını göstermektedir. Her bir kriter için izlenen bu sürece ait oluşturulan haritalar ve açıklamaları aşağıda yer aldığı gibidir:

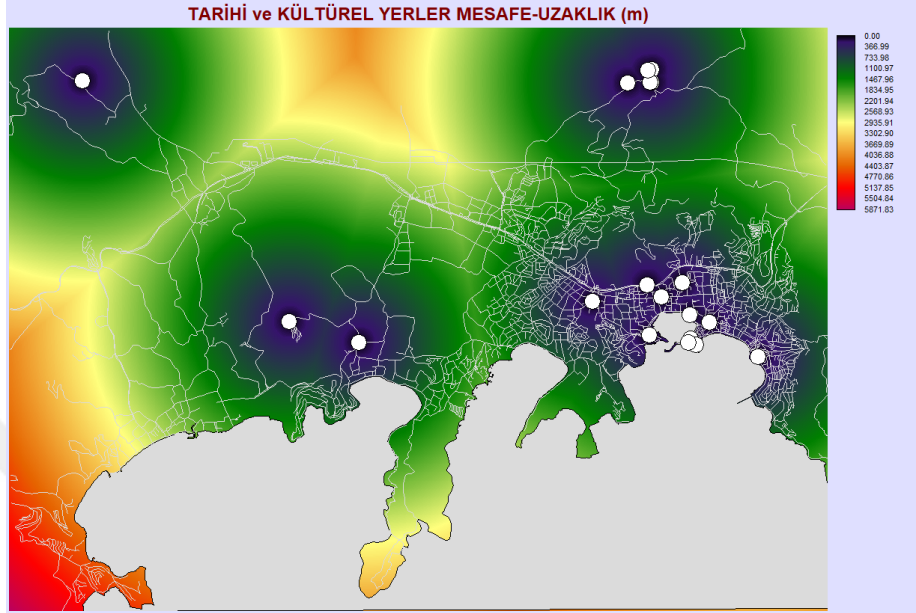
Kriter : Tarihi Kültürel Yerler.

Tarihi kültürel yerlere ait raster harita şekil 4.18'de yer aldığı gibidir.



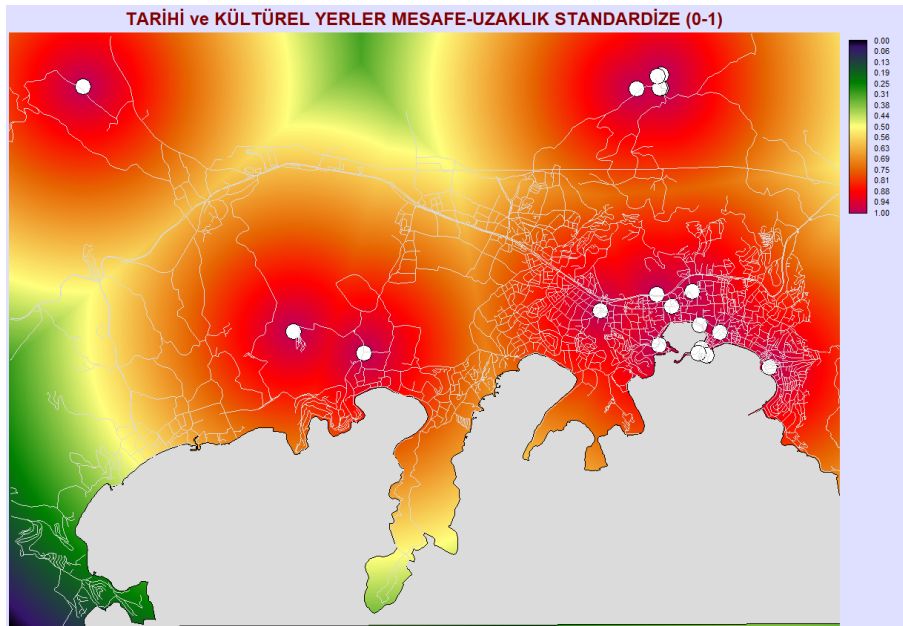
Şekil 4.18 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Tarihi ve Kültürel yerlere ait raster harita.

Tarihi ve kültürel yerlere ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Tarihi ve kültürel yerler için mesafe-uzaklık haritasında, tarihi ve kültürel yerlere en uzak mesafe 5.871 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.19).



Şekil 4.19 : Tarihi ve kültürel yerlere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

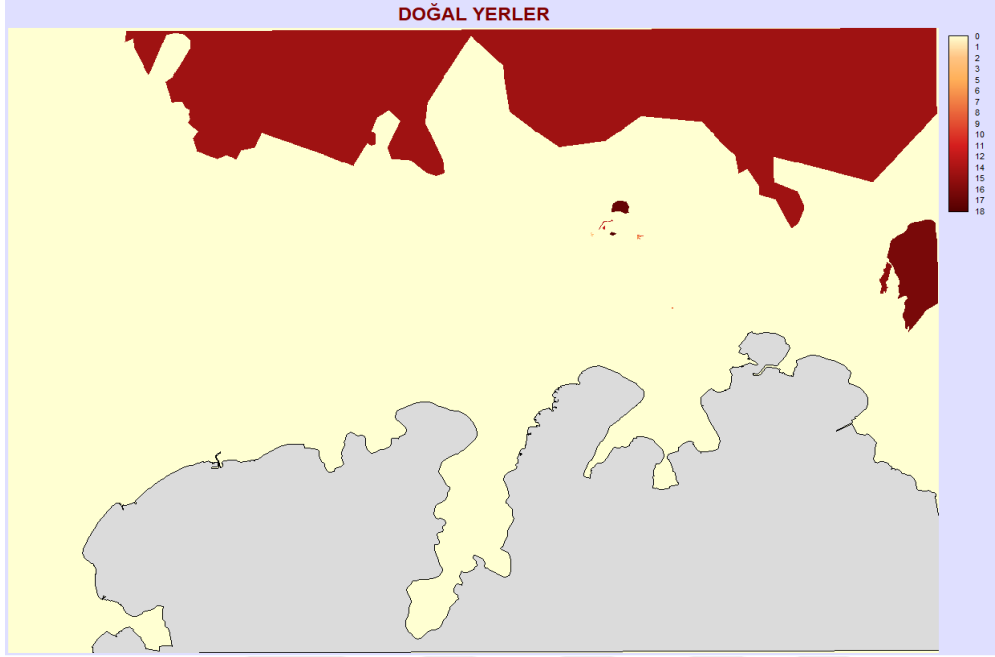
Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, tarihi ve kültürel yerlere ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.20).



Şekil 4.20 : Tarihi ve Kültürel yerlere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.

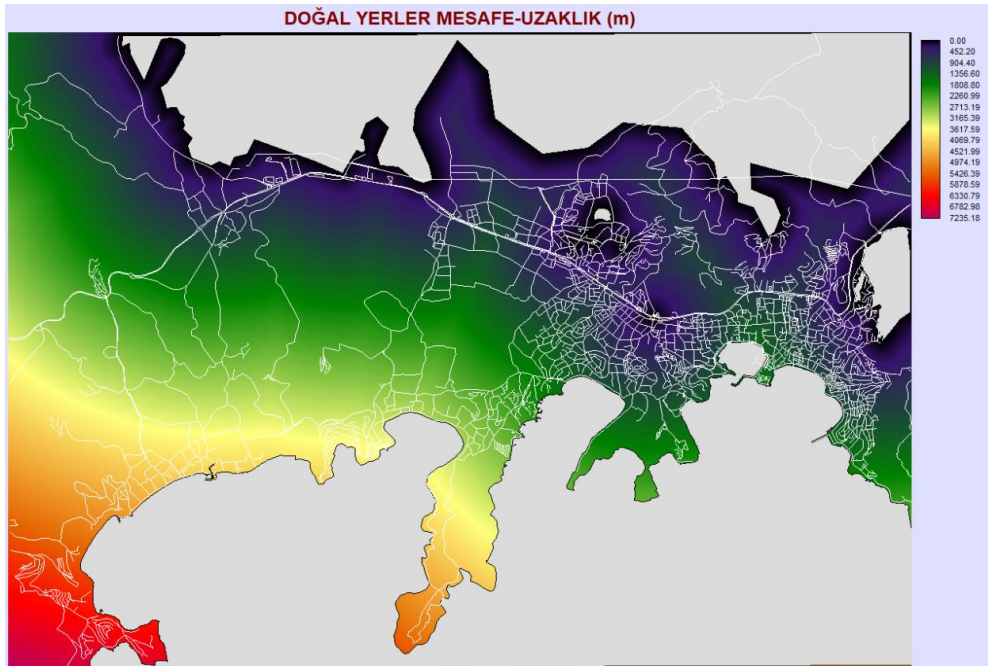
Kriter : Doğal Yerler.

Doğal yerlere ait raster harita Şekil 4.21’te yer aldığı gibidir.



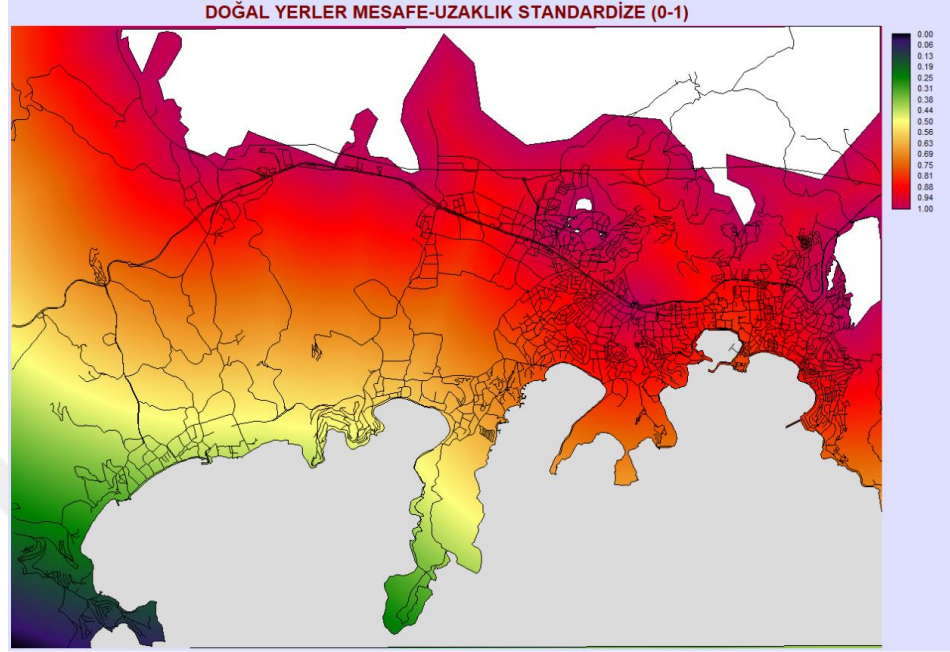
Şekil 4.21 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için doğal yerlere ait raster harita.

Doğal yerlere ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Doğal yerler için mesafe-uzaklık haritasında, doğal yerlere en uzak mesafe 7235 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.22).

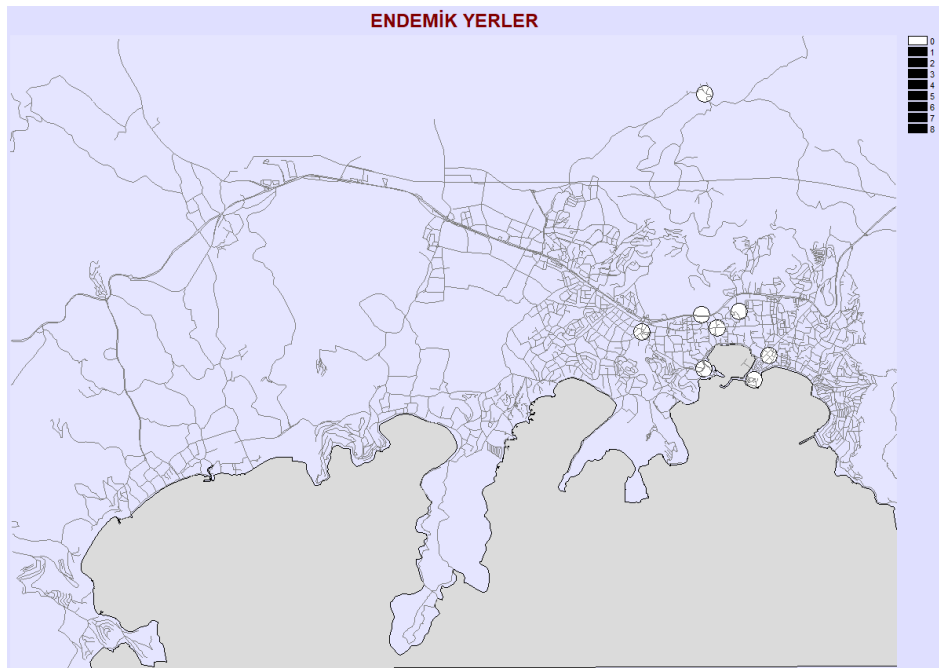


Şekil 4.22 : Doğal yerlere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, doğal yerlere ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.23).

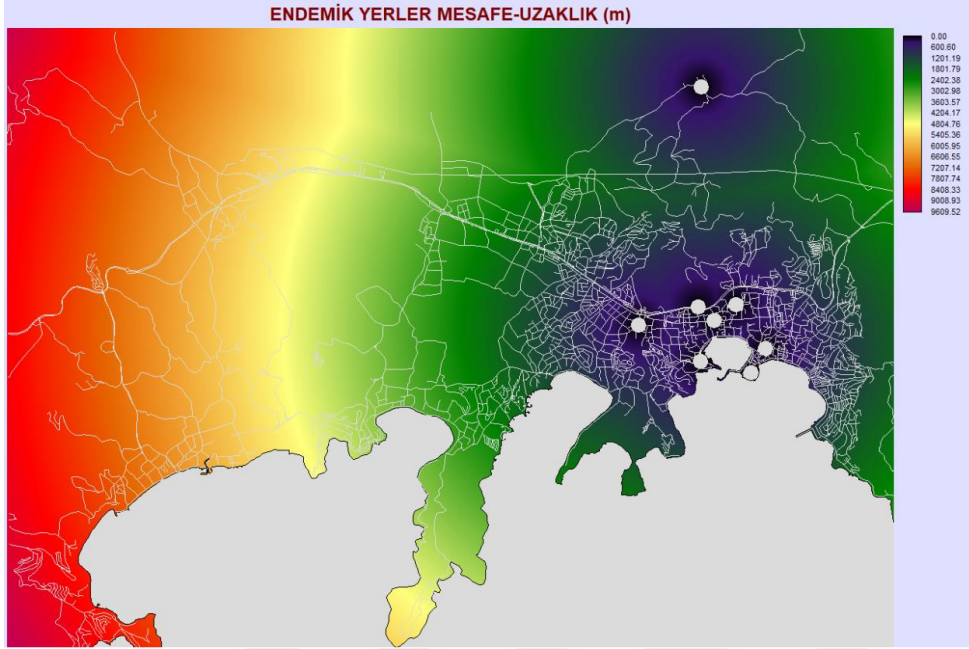


Şekil 4.23 : Doğal yerlere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.
Kriter : Endemik Yerler.
Endemik yerlere ait raster harita şekil 4.24'da yer aldığı gibidir.



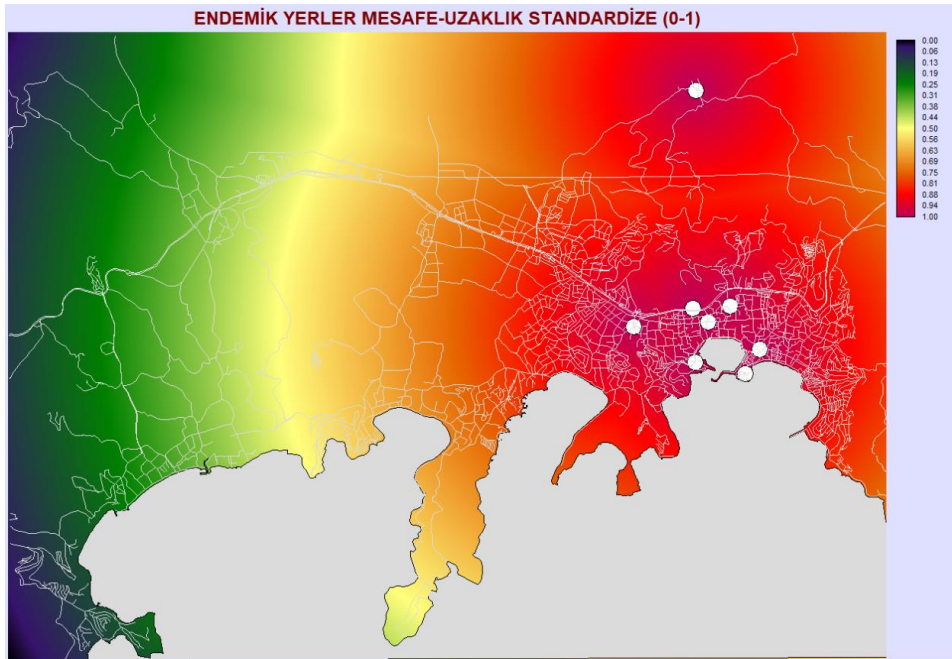
Şekil 4.24 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Endemik Yerlere ait raster harita.

Endemik yerlere ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Endemik yerler için mesafe-uzaklık haritasında, endemik yerlere en uzak mesafe 9609 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.25).



Şekil 4.25 : Endemik yerlere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

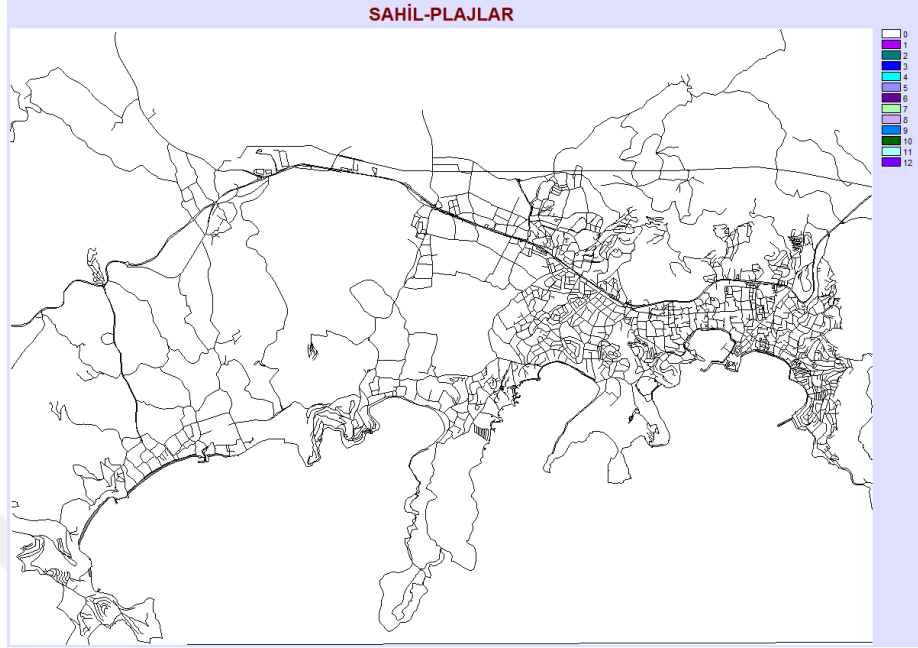
Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, endemik yerlere ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.26).



Şekil 4.26 : Endemik yerlere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.

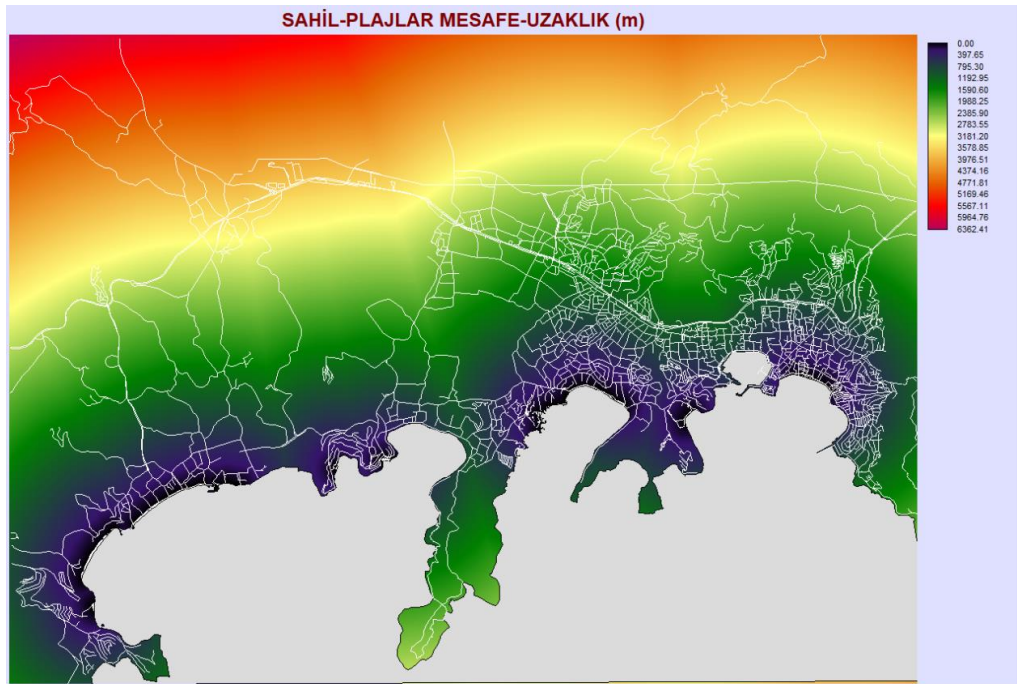
Kriter : Sahil-Plajlar.

Sahil-Plajlara ait raster harita Şekil 4.27’de yer aldığı gibidir.



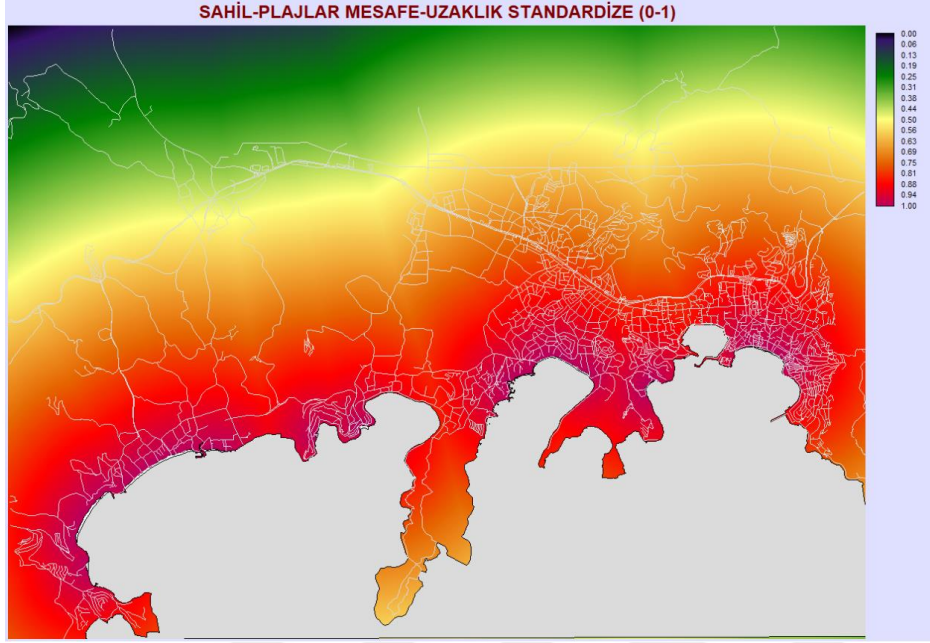
Şekil 4.27 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri iÇin sahil-plajlara ait raster harita

Sahil-Plajlara ait raster harita iÇin mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Sahil-plajlar iÇin mesafe-uzaklık haritasında, sahil-plajlara en uzak mesafe 6362 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.28).



Şekil 4.28 : Sahil-plajlara ait mesafe-uzaklık dağılım haritası

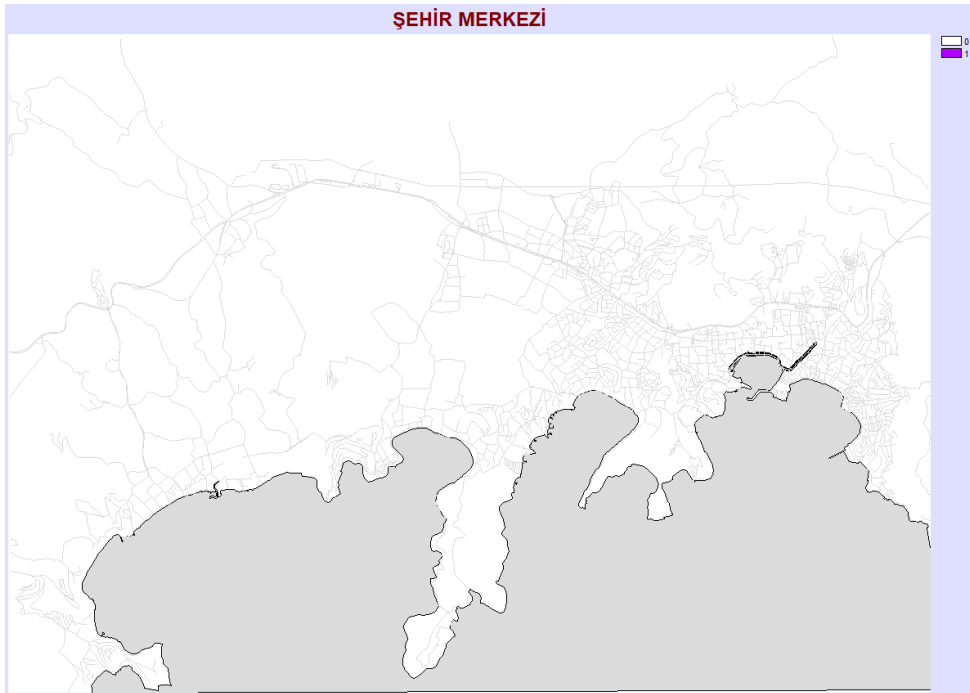
Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, Sahil-Plajlara ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.29).



Şekil 4.29 : Sahil Plajlara ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası

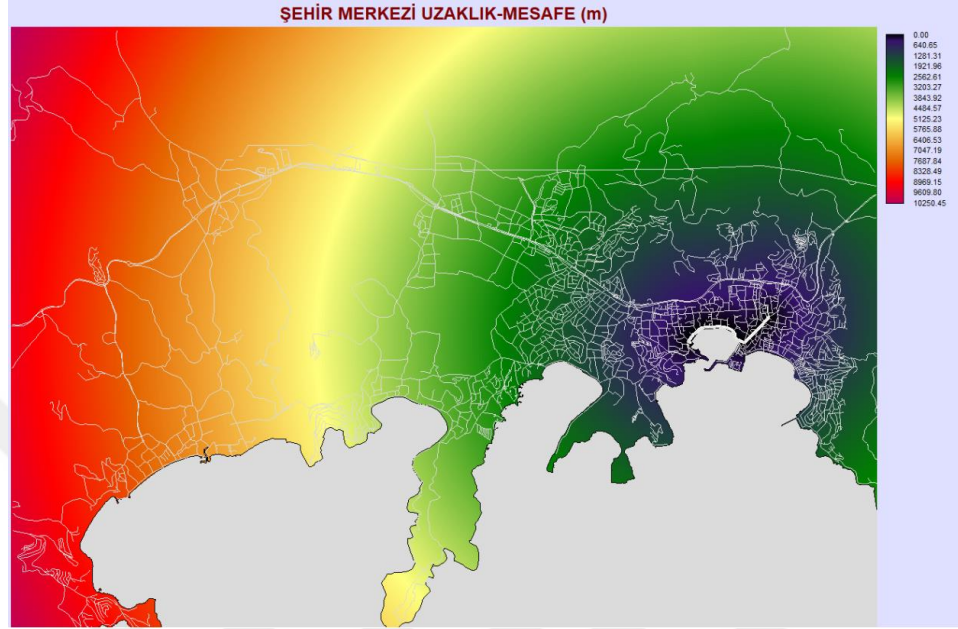
Kriter : Şehir Merkezi.

Şehir merkezine ait raster harita şekil 4.30'de yer aldığı gibidir.



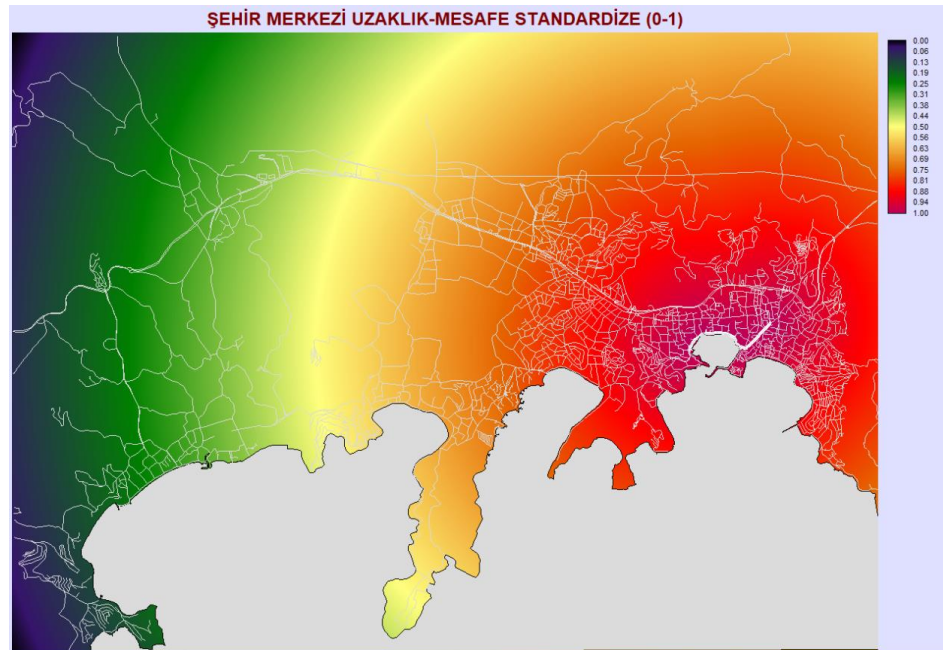
Şekil 4.30 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için şehir merkezine ait raster harita.

Tarihi ve kültürel yerlere ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Tarihi ve kültürel yerler için mesafe-uzaklık haritasında, tarihi ve kültürel yerlere en uzak mesafe 10250 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.31).



Şekil 4.31 : Şehir merkezine ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

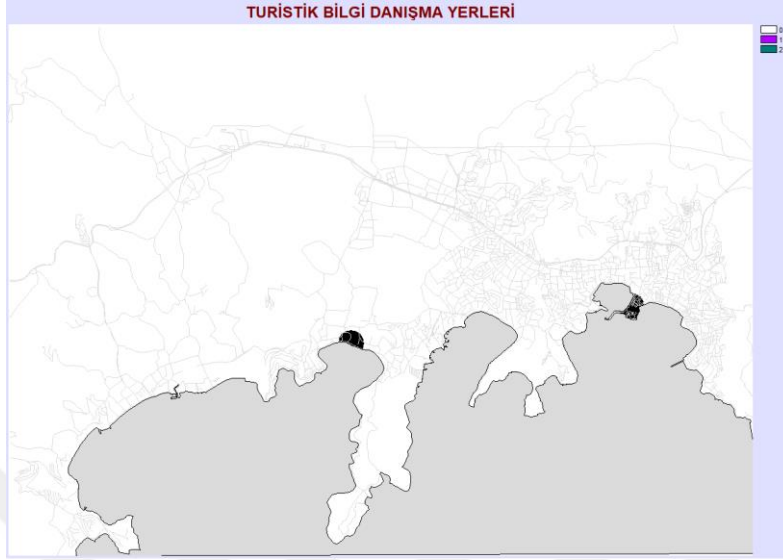
Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, şehir merkezine ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.32).



Şekil 4.32 : Şehir merkezine ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.

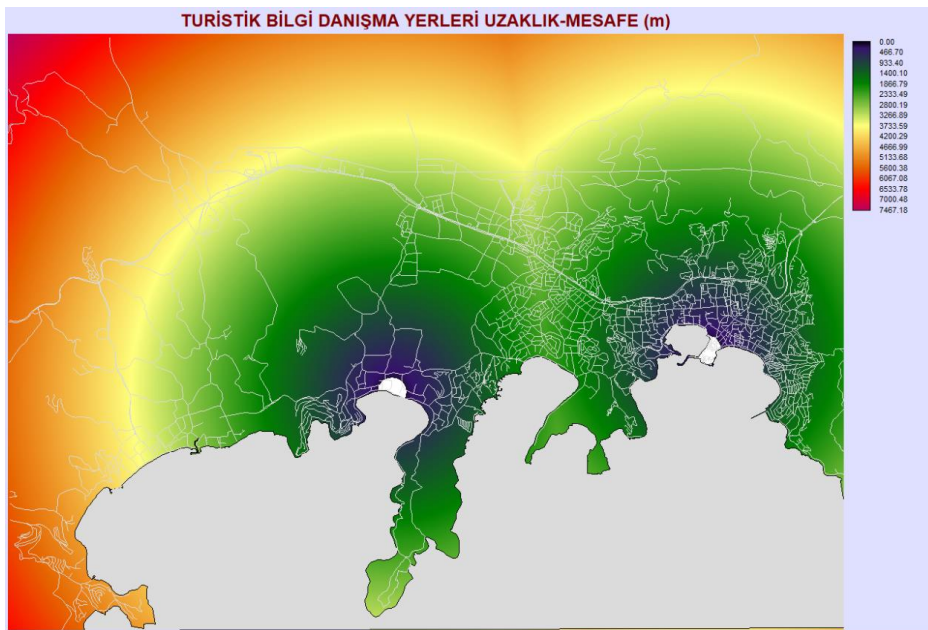
Kriter : Turistik Bilgi Danışma Yerleri.

Turistik Bilgi Danışma Yerlerine ait raster harita şekil 4.33'de yer aldığı gibidir.



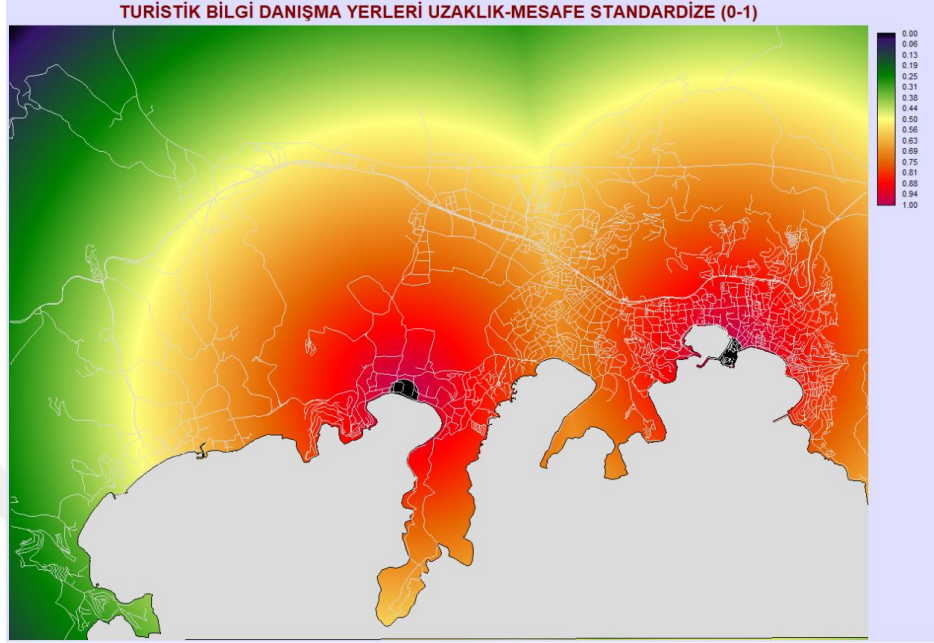
Şekil 4.33 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için turistik bilgi danışma yerlerine ait raster harita.

Turistik Bilgi Danışma Yerlerine ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Turistik Bilgi Danışma Yerleri için mesafe-uzaklık haritasında, tarihi ve kültürel yerlere en uzak mesafe 7467 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.34).



Şekil 4.34 : Turistik bilgi danışma yerlerine ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

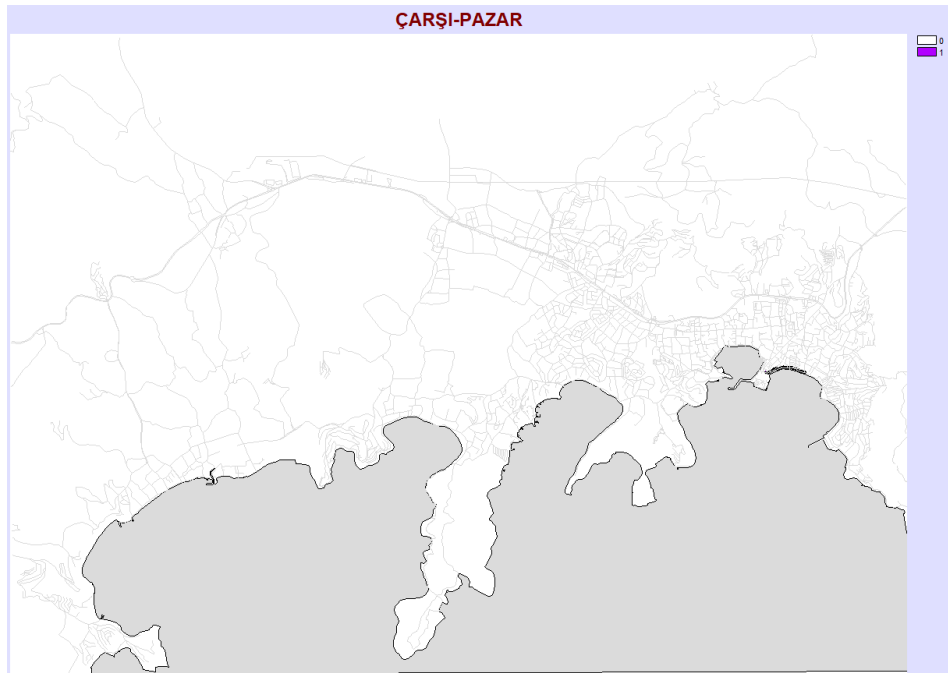
Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, Turistik Bilgi Danışma Yerlerine ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.35).



Şekil 4.35 : Turistik Bilgi Danışma Yerlerine ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.

Kriter : Çarşı-pazar.

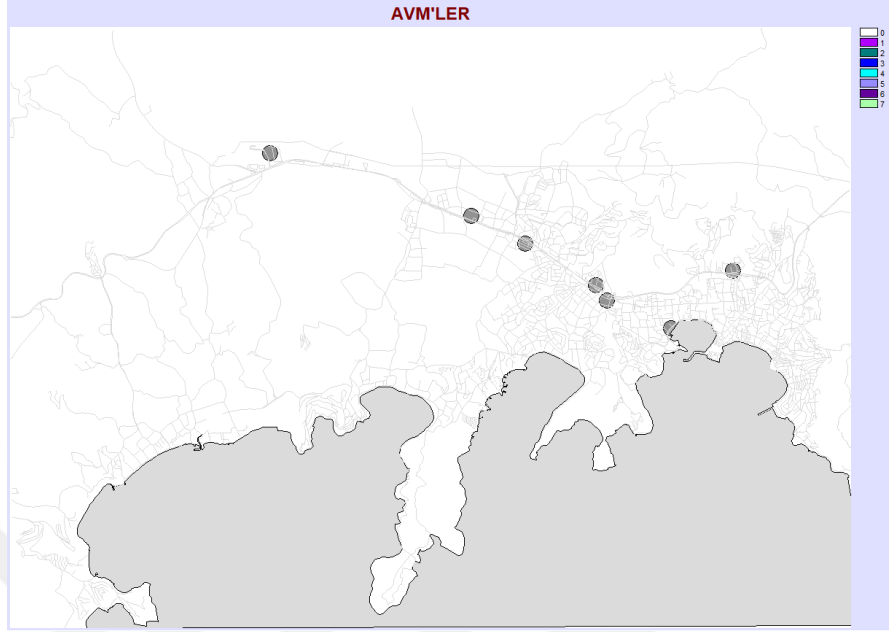
Çarşı-pazar kriterine ait raster harita şekil 4.36'da yer aldığı gibidir.



Şekil 4.36 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için çarşı-pazara ait raster harita

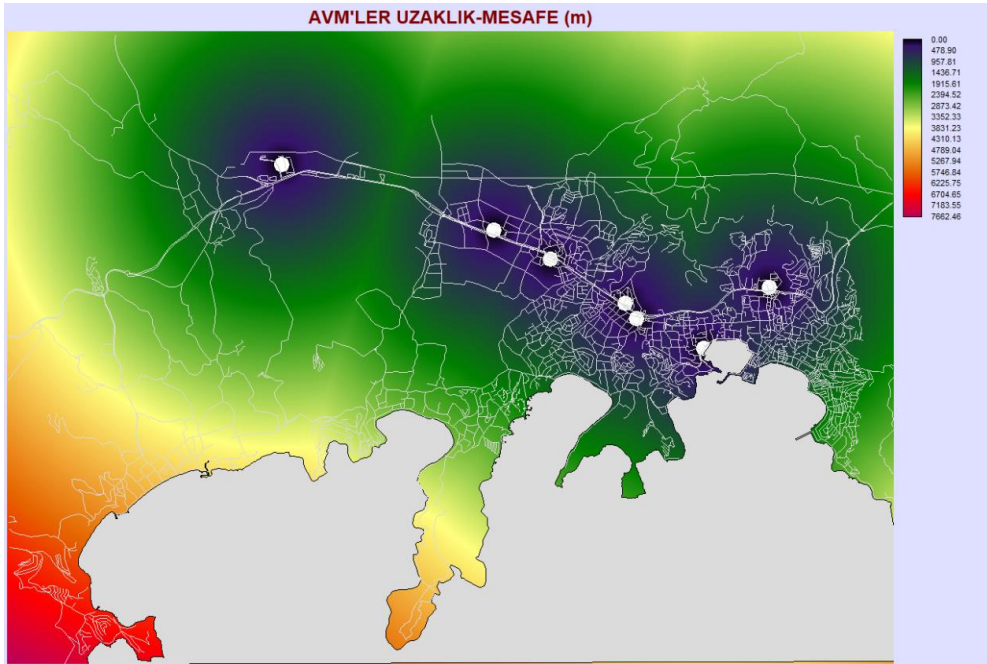
Kriter : Alışveriş Merkezleri (AVM'ler)

AVM'lere ait raster harita şekil 4.39'de yer aldığı gibidir.



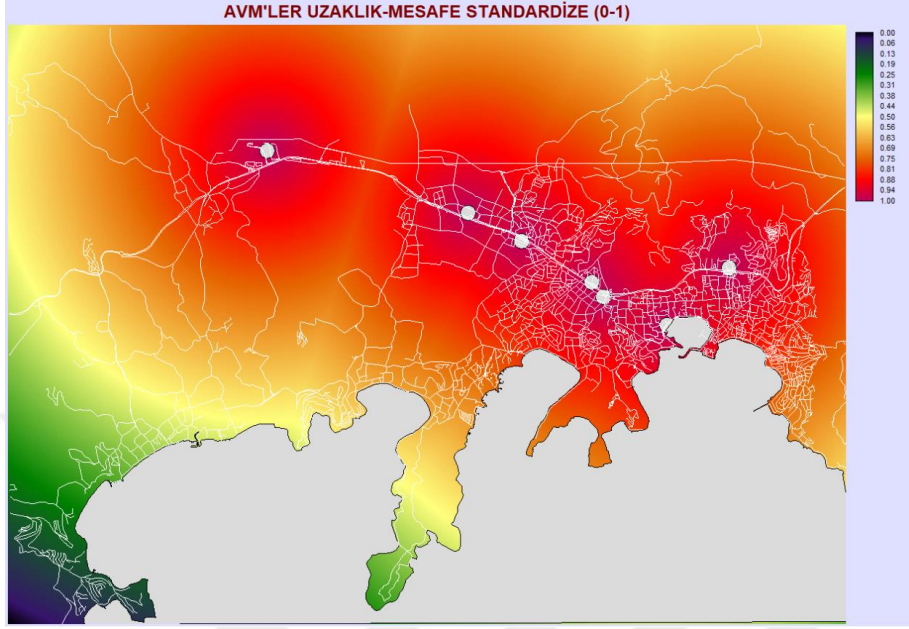
Şekil 4.39 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için AVM'lere ait raster harita.

AVM'lere ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. AVM'ler için mesafe-uzaklık haritasında, AVM'lere en uzak mesafe 7.682 m. olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.40).



Şekil 4.40 : AVM'lere ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

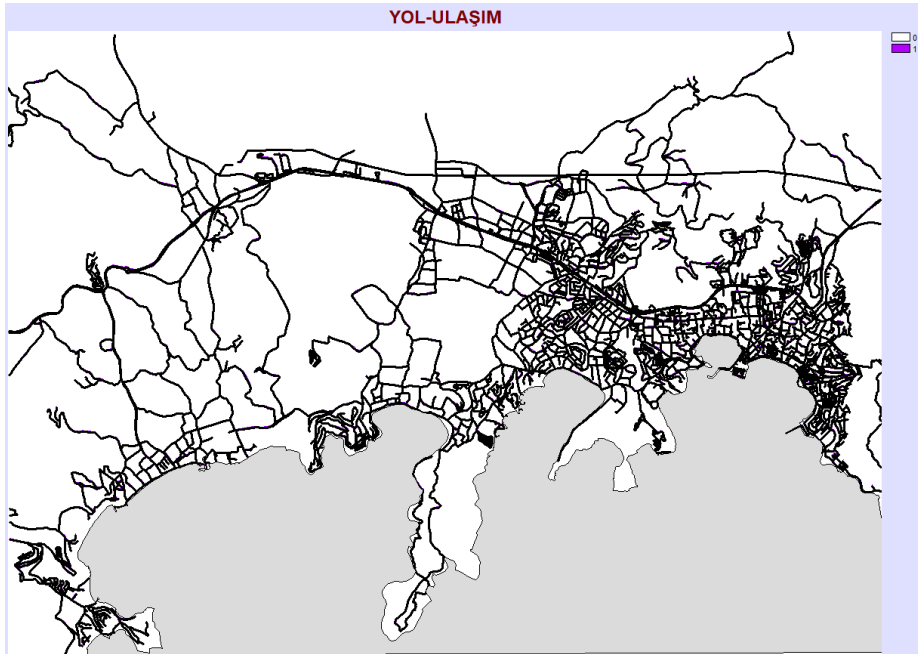
Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, AVM'lere ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (Şekil 4.41).



Şekil 4.41 : AVM'lere ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası.

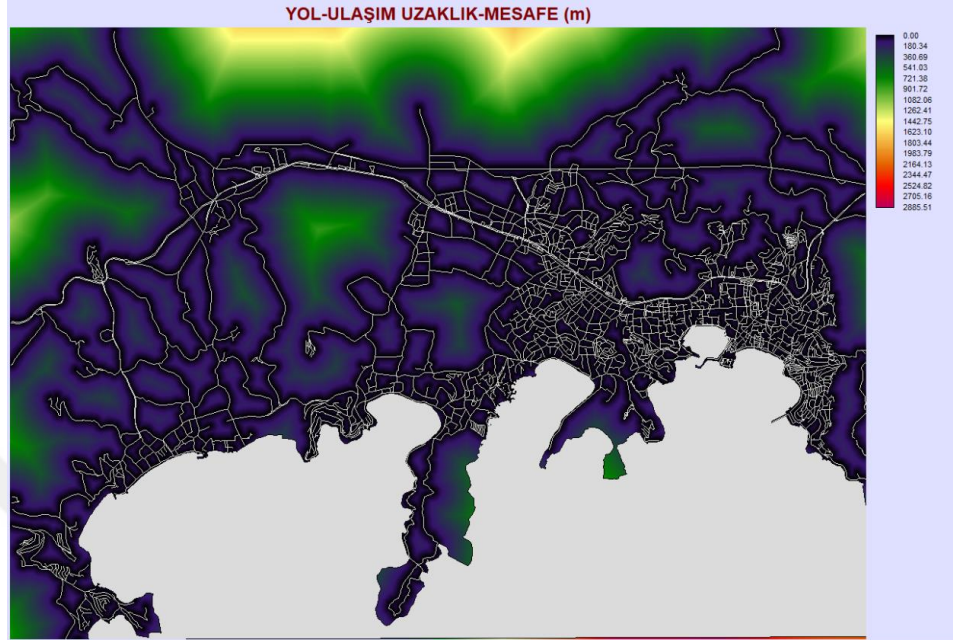
Kriter : Yol Ulaşım

Yol ulaşımına ait raster harita şekil 4.42'de yer aldığı gibidir.



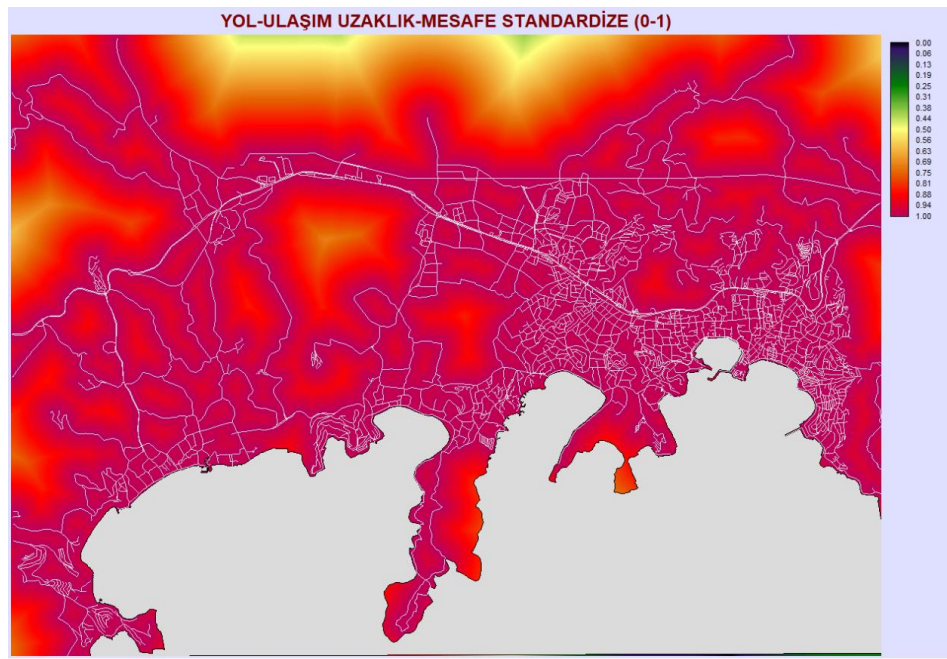
Şekil 4.42 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için yol-ulaşıma ait raster harita.

Yol ulaşıma ait raster harita için mesafe-uzaklık analizi yapılarak mesafe-uzaklık haritası oluşturulmuştur. Yol ulaşım için mesafe-uzaklık haritasında, yol ulaşım kriterine en uzak mesafe 2.885 m. olarak tespit edilmiştir (şekil 4.43).



şekil 4.43 : Yol-ulaşıma ait mesafe-uzaklık dağılım haritası.

Çok Kriterli Değerlendirme (MCE)'de kullanılmak üzere, Yol ulaşıma ait mesafe-uzaklık haritasından, piksel değerleri 0 ile 1 arasında değişen, standardize edilmiş kriter haritası oluşturulmuştur (şekil 4.44).



şekil 4.44 : Yol-ulaşıma ait standardize edilmiş mesafe-uzaklık dağılım haritası

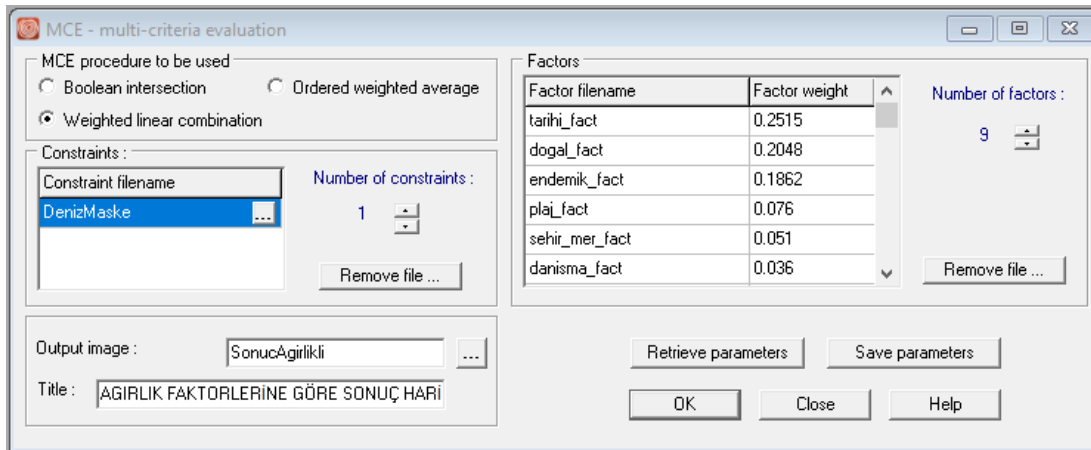
Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için MCE Uygulaması

MCE (Çok Kriterli Değerlendirme)'de kullanılmak üzere, liman kimliğini meydana getiren nicelik kriterlerin faktör ağırlıkları method bölümünde açıklandığı gibi AHP yöntemi kapsamında tespit edilmiştir (Çizelge 4.11).

Çizelge 4.11 : CBS temelli MCE uygulamasında kullanılan kriter ağırlıkları.

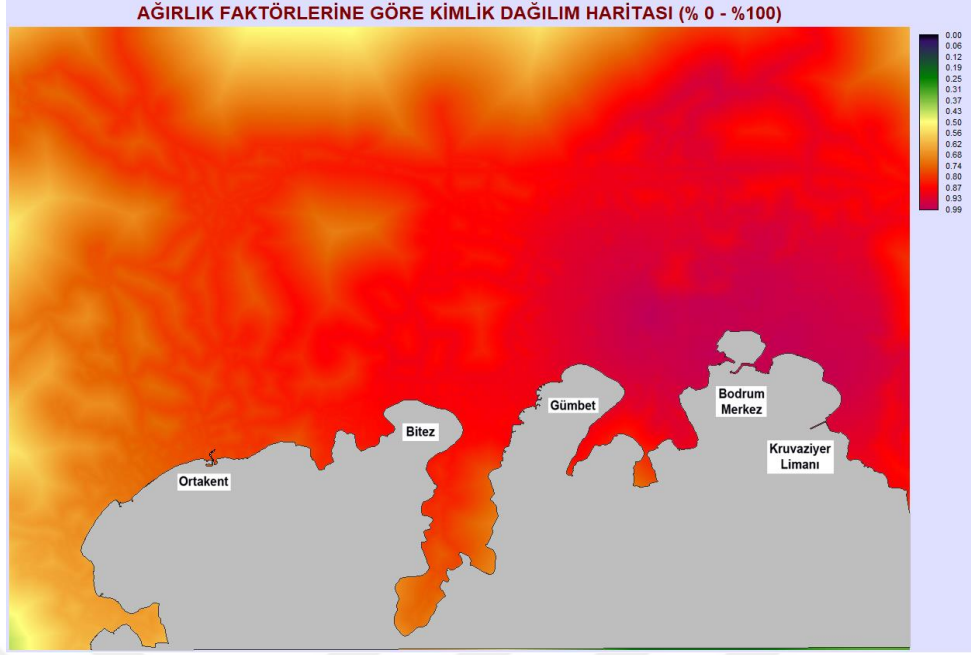
Kriterler	Faktör Ağırlıkları
Tarihi-Kültürel Yerler	0.2515
Doğal Yerler	0.2048
Endemik Yerler	0.1862
Sahil-Plajlar	0.076
Şehir Merkezi	0.051
Turistik Bilgi Danışma Yerleri	0.036
Çarşı-Pazar	0.036
AVM'ler	0.023
Yol-ulaşım	1

Çizelge 4.11'de gösterilen her bir kriterin ağırlık faktörleri MCE uygulamasında faktör ağırlığı olarak kullanılmıştır (Şekil 4.45).



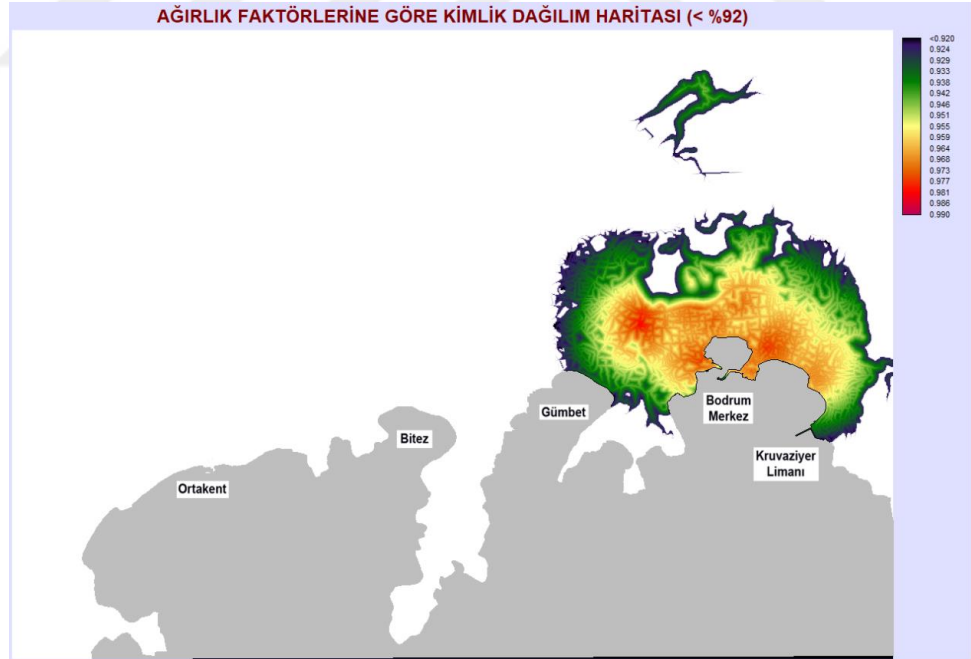
Şekil 4.45 : MCE Uygulaması.

MCE uygulamasında, liman kimliğine ait kriterlerin faktör ağırlıkları kullanılarak liman kimliği dağılım haritası oluşturulmuştur. Liman kimliğine ait dokuz kritere (Çizelge 4.11) göre oluşturulan kimlik dağılım haritası, liman kimliğini %0 ile %100 oranında yansıtan yerleri göstermektedir (Şekil 4.46). Seçilen bu 9 kritere göre oluşturulan kimlik dağılım haritasına bakılarak, hangi yerlerin hangi oranda kimliği yansıttığı anlaşılabilir.



Şekil 4.46 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Liman kimlik dağılım haritası (%100).

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nin liman kimliğini oluşturan nicel kriterlere göre temsil ettiği en alt sınır değerinin %93 olduğu tespit edilmiştir (Şekil 4.47).

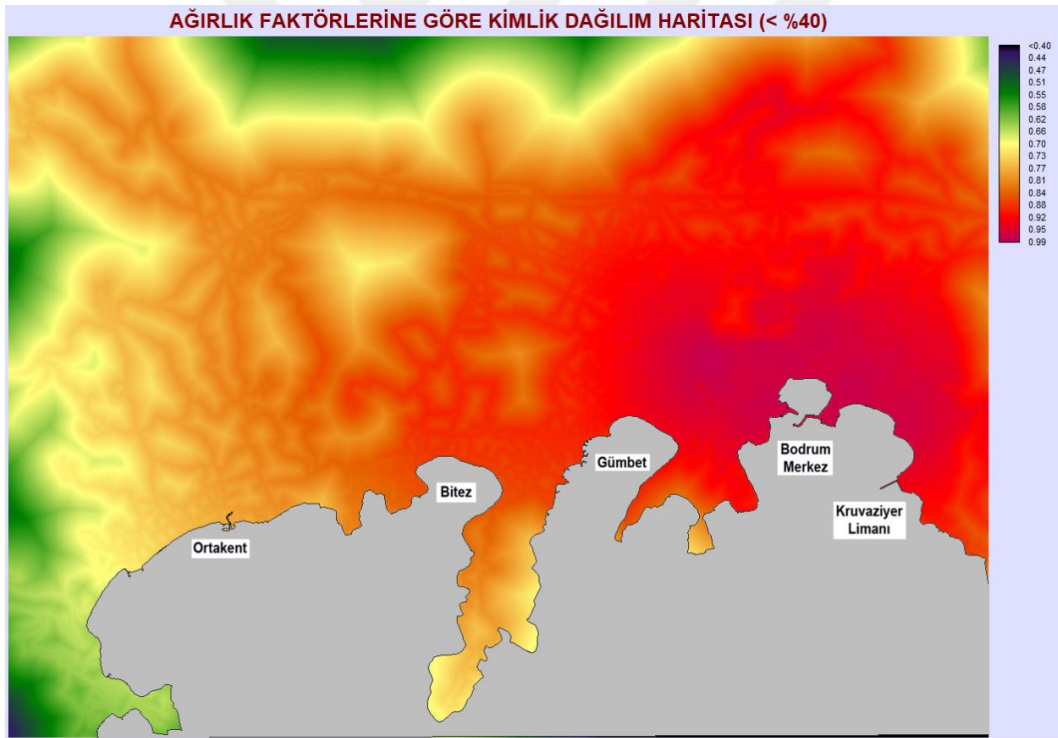


Şekil 4.47 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %93).

Şekil 4.47'ye göre, Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın MCE analizi sonunda Bodrum Kruvaziyer Liman Kimliğini oluşturan ilk üç nicel faktörlerden Tarihi-Kültürel, Doğal

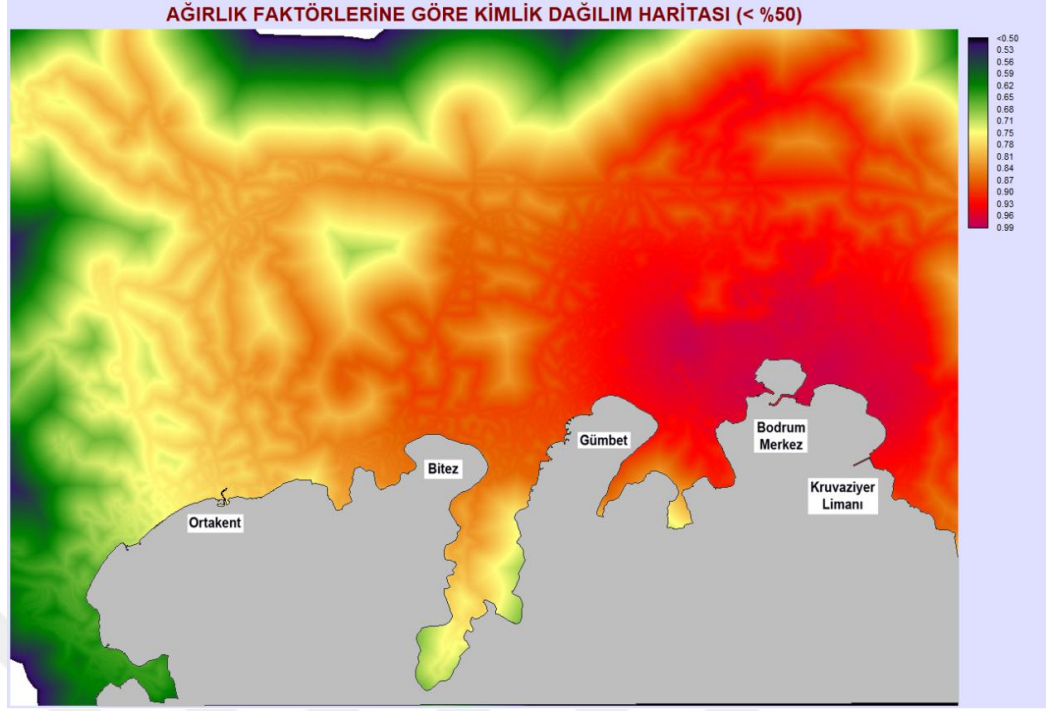
ve Endemik özellikleri %93 oranında temsil edecek bir konumda olduğu görülmektedir.

Çalışma alanı olarak seçilen bölgenin kapsadığı yerler, liman kimlik kriterlerine göre liman kimliğini en az %40 oranında yansıtmaktadır. Liman kimlik dağılım haritasının yorumlanmasına örnek olması amacıyla, oluşturulan kimlik dağılım haritasında kimliği en az oranda (%40) yansıtan dağılım haritasından başlayarak sırasıyla %50, %60, %70, %80, %90 oranında kimliği yansıtan yerler tespit edilmiştir. Böylece, kimlik dağılım haritasını %40'tan başlayarak daha yüksek oranlarda yansıtan bölgeler tespit edilmiştir. Bu itibarla, liman kimliğinin nasıl daha büyük bir alana yansıtılabileceği diğer bir deyişle, kimlik dağılım haritasının nasıl genişletilebileceğini ve eksikliklerin neler olduğu konusu görsel olarak anlaşılabilir. Oluşturulan liman kimliği dağılım haritasında liman kimliğini %40 oranında yansıtan yerler Şekil 4.48'deki gibi tespit edilmiştir.



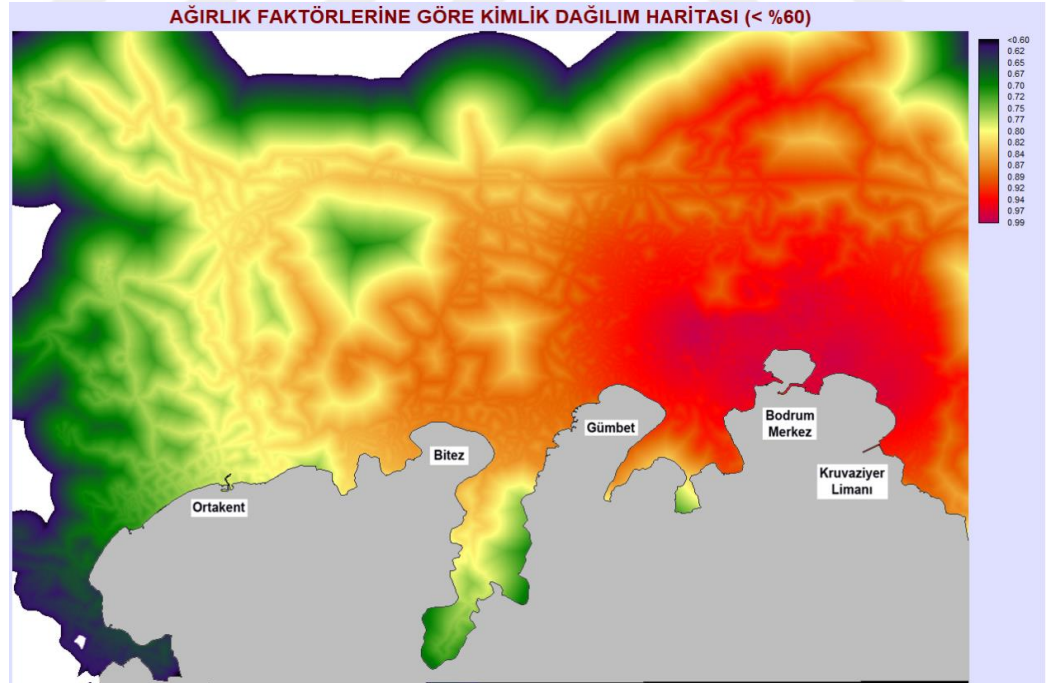
Şekil 4.48 : Bodrum Kruvaziyer Limanı Yeri için Liman kimlik dağılım haritası (< %40).

Oluşturulan liman kimliği dağılım haritasında liman kimliğini %50 oranında yansıtan yerler Şekil 4.49'deki gibi tespit edilmiştir.



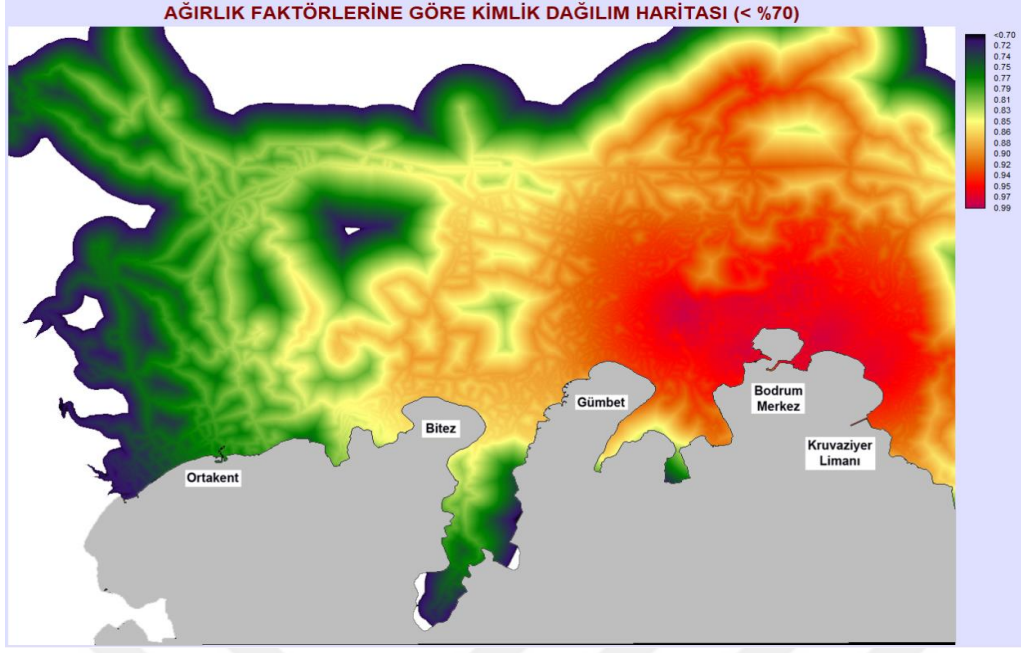
Şekil 4.49 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %50).

Oluşturulan liman kimliği dağılım haritasında liman kimliğini %60 oranında yansıtan yerler Şekil 4.50'deki gibi tespit edilmiştir.



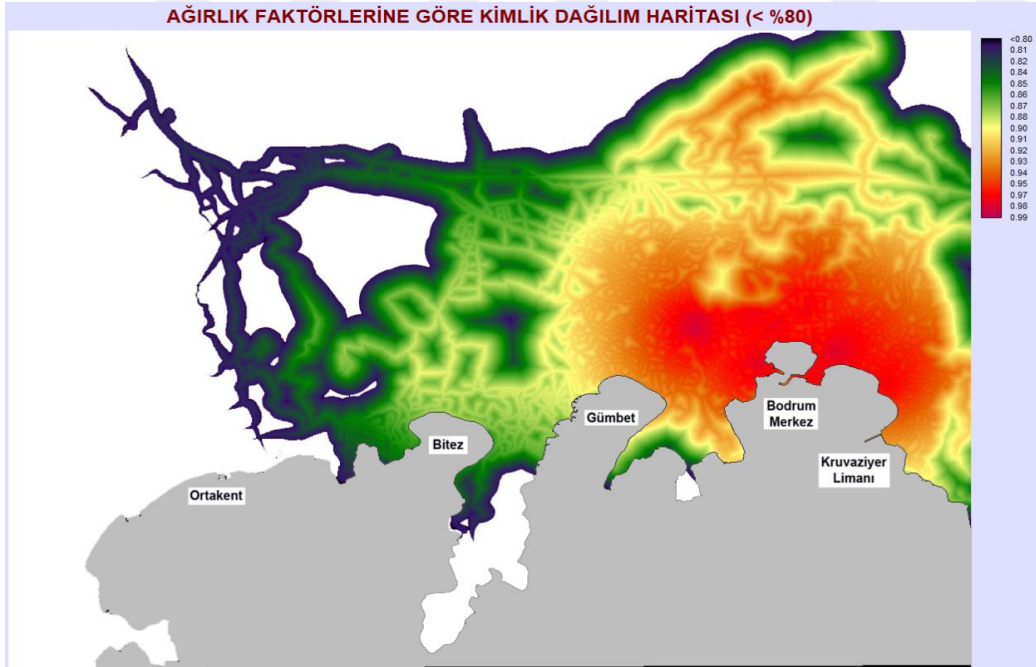
Şekil 4.50 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %60).

Oluşturulan liman kimliği dağılım haritasında liman kimliğini %70 oranında yansıtan yerler Şekil 4.51'deki gibi tespit edilmiştir.

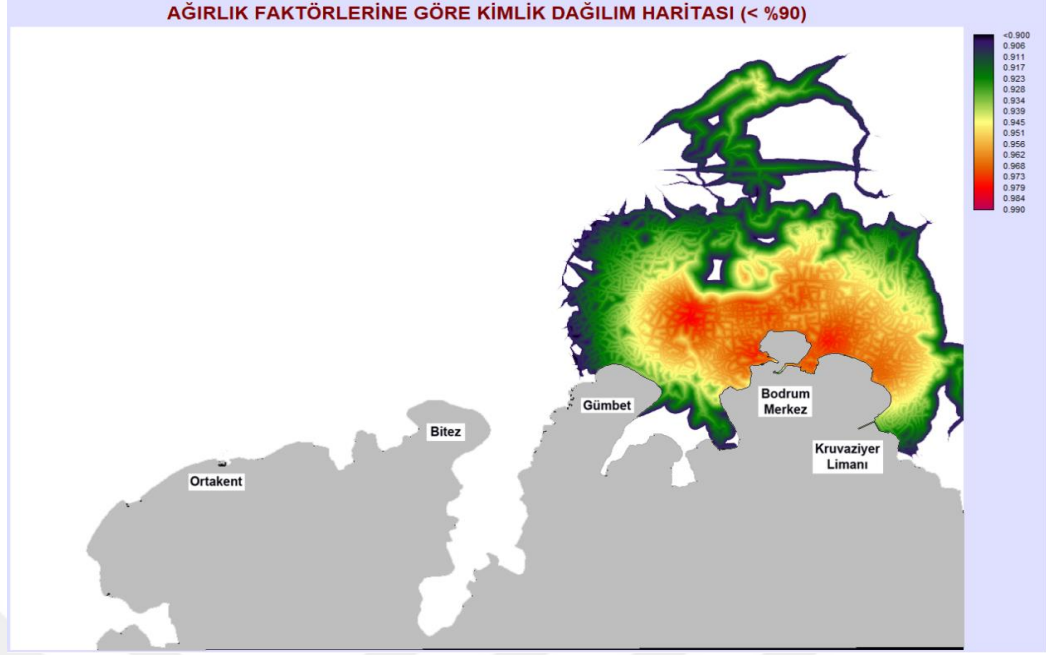


Şekil 4.51 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %70).

Oluşturulan liman kimliği dağılım haritasında liman kimliğini %80 oranında yansıtan yerler Şekil 4.52'deki gibi, liman kimliği dağılım haritasında liman kimliğini %90 oranında yansıtan yerler Şekil 4.53'deki gibi tespit edilmiştir.



Şekil 4.52 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %80).



Şekil 4.53 : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimlik dağılım haritası (< %90).

AŞAMA-6: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için Liman Kimliği Kapsamında Uygunlukların Tespiti ve Eylem Planı Yapılması

Bu aşamada, uygunlukların tespiti üç farklı boyutta gerçekleştirilmiştir. Bunlar: (i) CBS uygulamaları sonucunda elde edilen nihai liman kimlik dağılım haritası sayesinde çeşitli kısıtlara göre hızlı ve anlık senaryolar üretilerek, hangi önemli kriter tarafından hangi sebepten dolayı istenilen sonuçlara ulaşamadığının tespiti, (ii) paydaş ve ziyaretçilerin liman kimliğini meydana getiren kriterler konusunda değerlendirmelerinin karşılaştırılması, (iii) yerel halk ile limanın bütünleşmesi durumu. Bu kapsamda:

Liman kimlik kriterlerinin yerel paydaşlar tarafından ağırlıklandırılması neticesinde ortaya çıkan öncelikli niceliksel ve niteliksel kriterler ile, limanın da içinde olduğu bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilere göre alanın öncelikli niceliksel ve niteliksel kriterleri arasındaki farkın yada benzerliğin karşılaştırılması, liman yeri için liman kimliği kapsamında en önemli fiili uygunluk durumunu oluşturmaktadır. Kruvaziyer liman kimliğini oluşturan nicel kriterlerin Bodrum yerel paydaşları tarafından yapılan ağırlıklı önceliklendirilmesi neticesinde, liman kimliğini oluşturan ilk ve en önemli kriterler Tarihi-Kültürel Yerler (%25.15), Doğal Yerler (%20.48) ve Endemik Yerler (%18.62) iken, 2012 yılında yapılmış olan Bodrum Algısı ve Konumlandırma Araştırması'na göre (XSights, 2012); alanı ziyaret eden çeşitli yaş,

meslek ve ülke gruplarına göre ise ilk ve en önemli kriterler Deniz-Kum-Güneş, gece hayatı ve eğlence, manzara olarak tespit edilmiştir. 2016 yılında yapılan bir yüksek lisans çalışmasına göre ise Bodrum'a gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin Bodrum'u tercih etme nedenlerinin başında eğlence/gece hayatı gelmekte olup, buna ek olarak Bodrum deyince ziyaretçilerin aklına ilk gelen şey ise deniz-kum-güneş olarak tespit edilmiştir (Akyürek, 2016). Bu durum, yerel paydaşların belirlediği ve ağırlıklılandığı liman kimliğini oluşturan öncelikli kriterler ile ziyaretçilerin algıladığı ya da belirlediği kimlik kriterleri arasında uyumsuzluk oluşturmaktadır.

Yerel halkın yerel kültürün en önemli parçası olması dolayısıyla, kruvaziyer liman yerine gelen kruvaziyer yolcularının yerel halk ile etkileşimi, kültürel, sosyal ve psikolojik açıdan turizm cazibe unsuru olarak kabul edilmektedir. Yerel halk ile ziyaretçilerin etkileşimi için kruvaziyer limanının yerel halk ile bütünleşmesi gerekmektedir. Yerel halk ile limanın bütünleşmesi kapsamında, kruvaziyer limanının bulunduğu sahanın yalnızca gemiler ve yolcular tarafından kullanılıyor olması, liman kimliği kapsamında önemli bir uyumsuzluk durumu oluşturmaktadır.

Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde yerel halkın kruvaziyer turizmi farkındalığına yönelik anket çalışması ve Bodrum Kruvaziyer Yeri'nde sahada gerçekleştirilen gözlemler neticesindeki bulgular, yerel halkın yaşadıkları yerde gerçekleşen kruvaziyer turizmüne yönelik farkındalıklarının zayıf olduğunu göstermiştir (Bayazıt, 2017). Çalışmaya katılan kişilerin yüzde 88'i Bodrum'da bir kruvaziyer limanı olduğunu bildiğini ifade ederken, katılımcıların yarısından fazlasının (%67) Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın nerede olduğunu bilmedikleri anlaşılmıştır. Bodrum'daki kruvaziyer limanının liman yerinin bilinmemesi bölgenin yerel halk tarafından kullanılmadığının önemli bir sonucu ve göstergesidir. Bununla birlikte, yerinde yapılan saha araştırması esnasında, Temmuz ve Ağustos aylarında gemi geldiğinde açık bulunan yalnız bir adet hediyelik eşya dükkanı tespit edilmiş ancak bu dükkanında gemi gelmediği tarihlerde kapalı olduğu gözlenmiştir. Hediyelik eşya dükkanı yetkilisi ile yapılan görüşmeyle de bu durum teyid edilmiştir. Liman yeri ve çevresinde yerel halkın imkanlarından faydalanacağı herhangi bir sosyal alan bulunmaması Bodrum Kruvaziyer Limanı'nı yolcular açısından da oldukça atıl bir görünüme sokmaktadır. Özetle, liman kimliği kapsamında liman ile yerel halk etkileşiminin ve limanın yerel ile bütünleşmesinin sağlanmamış olması uyumsuzluk oluşmaktadır. Bu sonuç, 2007 yılında yapılan bir çalışma, tespit edilen uyumsuzluğu desteler niteliktedir:

Bodrum'da yeni yapılanma ve yeni açılımlar kapsamında 2023'e doğru vizyon belirleme ile ilgili Bodrum Ticaret Odası, BOSİAD ve Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık ve Şehir Plancılığı Bölümünden çeşitli uzmanların değerlendirmesine göre o dönemde yapımı devam eden bugünkü kruvaziyer limanın Bodrum Yarımadası'nın tümüyle entegre olmaması durumunda bölge için ileride Bodrum'un önemli bir kruvaziyer yeri olmasının önünde bir problem olacağı belirtilmiştir (Bakır, 2007). Sonuç olarak, 10 yıldan uzun bir süre önce tespit edilen liman-şehir etkileşimi ile ilgili öngörülen probleminin gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Karşılaşılabilecek diğer önemli uygunsuzluklar, liman kimliğini oluşturan niceliksel kriterlerin yerel paydaşlar tarafından ağırlıklandırılması ile oluşturulan liman kimlik dağılım haritası aracılığıyla belirlenmiştir. Bodrum Kruvaziyer Limanı için, kullanılan CBS'de MCE uygulaması neticesinde elde edilen liman kimliği dağılım haritası üzerine ağırlıklarıyla birlikte kriter görüntüleri yerleştirildiği zaman elde edilen nihai harita; hangi öncelikli kriterlerin, hangi zayıf alanında kaldığı konusunda bilgi vererek, bu uygunsuzluğun giderilmesi için o alanlarda eksik olan kriterlerin sağlanması veya yerine getirilmesi ile ilgili alternatif senaryolar anlık olarak tespitini sağlamıştır. Örneğin, Bodrum Kruvaziyer Liman kimliğini oluşturan en öncelikli ikinci kriter olan Doğal Yerler, kimlik dağılım haritasında %75'in dışında kalmaktadır, dördüncü derece önemli olan sahil-plaj kriteri ise Ortakent'te %70'in altında kalmaktadır, Böylece seçilen araştırma sahasında liman kimliği için önemli olan bu kriterlerin, liman kimliğine yeterince yansıtılmadığı ortaya çıkmıştır. Uygulama neticesinde elde edilen liman kimlik dağılım haritası kullanılarak liman kimliğini oluşturan öncelikli kriterlerin istenilen ölçekteki alana yansıtılabilmesi için o alanda diğer hangi kriterlerin (çarşı-pazar, turistik bilgi danışma, yol-ulaşım vb.) eksik olduğu anlık görülerek, bu eksikliklerin nasıl giderilmesi gerektiği yönünde alternatif görsel çözümler üretilebilmektedir.

AŞAMA-7: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde Liman Kimliğinin Yerele Yansıtılması için Faaliyetler, Planlamalar Yapılması

Liman kimliğinin yerele yansıtılması için faaliyetler ve planlamalar yapılmalıdır. Limana kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntemin bu aşamasında amaç kimliğin yerele yansıtılmasıdır. Bu aşama için Şekil B.1'deki paydaş anketindeki ilgili sorulara verilen yanıtlar ve başarılı kruvaziyer liman varış yerlerindeki uluslararası

uygulamalar incelenerek, liman kimliğinin yerele yansıtılması için yapılabilecek faaliyetler tespit edilmiştir. Neticede, liman yerinde liman kimlik organizasyonu veya kurumsal bir yapı tarafından halk ile limanı ve liman kullanıcıları (yolcular, mürettebat vd.) ile şehrin niteliklerini birleştiren çeşitli faaliyetler tespit edilmiştir.

Paydaş anketleri (Şekil A.1) ile toplanan bilgiler aşağıda gösterildiği gibidir. Sorulara verilen yanıtlar, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde liman kimliğinin yerele yansıtılması için yapılabilecek faaliyetler ve planlamalar hakkında LKO'na yardımcı nitelikte bilgiler içermektedir.

Soru: Sizce liman yerinde kruvaziyer turizminin geliştirilmesi için liman kimliği çatısı altında hangi faaliyetler düzenlenebilir?

“Eğitim vermek”

“Limanın fiziki sahasında festivaller düzenlenmelidir. Bu konuda limanın hiç eforu yok. Bunu yerel kurumsal bir yapı başarabilir. Limanı ikna edebilir”.

“Tarih ve kültürü yansıtacak tanıtıcı faaliyetler, kampanyalar, gelen gemi tarihlerine göre ayarlanacak olan şenlikler, karşılama törenleri vb. etkinlikler düzenlemek”

“Liman sahasında ve çevresinde sıcak bir atmosfer yaratacak olan sosyo-kültürel faaliyetler düzenlenmelidir”

“Yolcular limana gelmeden o liman yerini tanımaları lazım. Limanı ve destinasyonu tanıtıcı faaliyetler düzenlensin. Mesela limanın web sitesi. Mevcut limanın websitesi dışında kruvaziyer yolcularına yönelik belediyenin ya da bir kurumun tarafından ciddi bir websitesi oluşturulmalı ve güncellenmelidir”

“Özel bir şirket tarafından işletilen liman sahasında faaliyet düzenlemek kolay değil, ancak dünyaca ünlü kruvaziyer limanları bir çok tanıtım organizasyonuna ortak oluyor. Bodrum'da da bunun yapılması gerekmekte”

“Uluslararası gemi firmalarını destinasyona davet etmek gerekir. Bu davetler sadece yemek ve içmek üzerine değil sosyo kültürel değerleri tanıtmak, etkinliklere katılım sağlanması şeklinde olmalıdır. Dünyadaki örneklere bakılabilir”

Liman kimliği çatısı altında Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için kruvaziyer turizminin geliştirilmesi sürecinde liman kimliğinin yerele yansıtılması için gerekli faaliyetler, paydaş yanıtlarına göre aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

- ✓ Eğitim vermek
- ✓ Etkinlik düzenlemek
- ✓ Tanıtıcı faaliyetler (on-line olarak ve yerinde)
- ✓ Uluslararası paydaşlarla sosyal ağ kurarak iletişimi kuvvetlendirmek

Paydaş anketinde eğitim konusunda paydaşlara yöneltilen sorulara katılımcıların verdiği yanıtlar bir liman yerinde düzenlenecek eğitim faaliyetlerinin nasıl olması gerektiği konusunda LKO'na yardımcı niteliktedir.

Soru: Liman kimliği konusunda kimlere eğitim verilmelidir?

“yerel kamu ve sivil toplum örgütü yöneticilerinden, turizm esnafına (otelci, lokantacı, dükkan, taksici...) ve hatta vatandaşlara kadar herkese eğitim verilmelidir”

“Taksicilere, liman personeline, gümrük ve polis görevlilerine (çünkü yolcular ile ilk teması onlar yapıyor), acentelere”

“Tur acenteleri yetkillilerine, rehberlere, liman çevresindeki restoranlara ve esanfa”

“Yerel halk eğitilmelidir. Esnaf eğitilmelidir. Ancak esnafın eğitimi pek işe yaramayabilir. Çünkü Bodrum'da esnaf sürekli değişiyor. Bir sezon çalışan kişiler bir sonraki yıl ortada yok. Bu nedenle eğitim dışında çözümler bulunmalı. Esnafa yönelik özellikle. Tek başına eğitim yetersiz kalabilir ve çabalar boşa çıkar. Bu yüzden liman kimliği, denizcilik gibi konular ülke çapında ilk öğretim düzeyinde verilmelidir”

“yalnızca liman personeline değil, o liman yerinde yaşayanlara kitlesel eğitimler verilmelidir”

“Gümrük.ü, taksici, minübüs şöförü, ayrıca limanı kullanan profesyoneller”

“Liman çevresindeki araziyi kullanan, mülk sahipleri, dükkan işletenleri”

Soru: Sizce kimliği konusundaki bir eğitimi kimler vermelidir?

Katılımcılardan yalnızca 7'si bu soruyu yanıtlamış, diğerleri boş bırakmıştır. Soruya verilen ifadeler aşağıdaki gibidir:

“Akademisyenler, ulusal ve uluslararası kruvaziyer turizmi örgütlerinin yöneticileri, kruvaziyer liman yöneticileri”

“destinasyonu bilen birileri vermelidir”

“Turizmciler, rehberler”

“Çok boyutlu kişiler ve kurumlar eğitim vermeye destek olmalıdır”

“İlgili akademik kurumlar”

“Liman yöneticisi ve rehberler”

“Sosyologlar, şehir plancıları, arkeologlar, sanat ve kültür uzmanları, reklamcılar”

Soru: Sizce eğitimin içeriği ne olmalıdır?

“Kruvaziyer endüstrisi ve bileşenlerini (gemi, yolcu, turlar vb.) tanıtıcı, bunların ihtiyaç ve beklentilerini öğretici olmalıdır”

“Kişilere kendi yaşadıkları yer, çalıştıkları şehir ve çevresindeki tarihi kültürel yerler, liman ve limanın amacı öğretilmelidir. Eğitimin içeriği deniz kültürü olmalıdır”

“Lisan eğitimi, gelenlere karşı tutum ve davranış”

“limanın kente faydası”

Paydaş anketleri ve paydaş görüşmelerine (Çizelge E.1 ve Çizelge E.2) göre liman kimliğinin yerele yansıtılması için liman ile şehrin bütünleşmesinin gerektiği anlaşılmıştır. Bu kapsamda, LKO, kruvaziyer turizmi sezonu dışında kruvaziyer limanı ve çevresinin yerel halk tarafından etkin kullanımını özendirmek için çeşitli etkinlikler düzenleyebilir. Örneğin, kültürün bir parçası olan Karaova Bağbozumu festivali gibi. Etkinlikler ciddi planlama, uzmanlık, iş gücü ve zaman gerektiren ve bir maliyeti olan faaliyetlerdir. Bu tip faaliyetlerin bütçesini tespit etmek, sponsor bulmak, planlama yapmak ve faaliyetlerin başarılı bir şekilde icra edilmesi gibi konuların önceden planlanması gerekmektedir.

LKO, kruvaziyer limanı ve çevresinin yalnızca gemiler yanaştığında değil sezon dışında da sosyal canlılık kazanması için karar alıcıları ve yatırımcıları teşvik etmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, tespit edilen liman kimliği hakkında karar alıcılar bilgilendirilebilir, liman kimlik dağılım haritasında oluşturulacak çeşitli senaryolar ile bölgenin liman kimliğini geliştirmeye yönelik mekan kullanımı için bildirimler yayınlanabilir. Bu konuda medya önemli bir araç iken yerel halkın bilinçlendirilmesi de önemli görülmektedir.

Liman kimliğinin yerele yansıtılması için anketler ile tespit edilen faaliyetlerin dışında, destinasyon çekiciliğinin artırılması ve yerel halk ile yolcuların olumlu etkileşiminin

sağlanması için yenilikçi kavramlara ihtiyaç vardır. Bu kapsamda *liman gönüllüsü* konsepti LKO tarafından daha da geliştirilerek pilot uygulamalar yapılabilir.

Liman gönüllüleri: Yerel halk arasından, gönüllülük esasına göre oluşturulacak takımın her bir üyesine liman gönüllüsü denir. Liman gönüllülerinin yabancı dil bilmesi ve yerel kalkınmaya yardımcı olmak için gönüllü olması takımın bir üyesi olmak için gerekli şartlardır. Liman gönüllülerinin temel görevi, kruvaziyer liman yerinde yolcuları karşılamak, yöreyi tanıtmak gibi küçük faaliyetleri içermelidir. LKO, gönüllü kişilerin faaliyetlerini izleme ve değerlendirme, gönüllü olacak kişilerin tanıtım faaliyetlerini liman kimliğine göre gerçekleştirebilmesi için eğitilmesi konularını da belirlemelidir. Tıpkı lokal rehberler gibi liman gönüllüleri bir yaka kartına ve bir sertifikaya sahip olabilirler. Bununla birlikte, yenilikçi bir adım olarak önerilen liman gönüllülerini teşvik edecek yeni fikirler geliştirilebilir.

AŞAMA-8: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde Yerel Halkın Liman Kimliği Yönetim Sürecine Dahil Edilmesi

Yerel kültürün önemli bir parçası olan yerel halk, liman kimliğini meydana getiren nitelik kriterlerinin bir kısmının (folklor, güvenlik, hoşgörü, dış kültürlere olan açıklık gibi) temel yapıtaşdır. Bu nedenle, yerel halkın liman kimliği yönetim sürecine dahil edilmesi, limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin önemli bir aşamasıdır. Dolayısıyla, yerel halkın kimlik yönetim sürecine katılması sağlanmalıdır. Bu kapsamda, LKO tarafından liman kimliği, kruvaziyer turizmi gibi önceden belirlenen ilgili konular hakkında yerel halkın bilgi, farkındalık ve algısını anlamaya yönelik çalışmalar yürütmesi yönetim sürecine katılacak olan halkın mevcut durumunun analizi için gereklidir. Tez kapsamında, limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin sekizinci aşaması için karar alıcılara örnek olması amacıyla yerel halka yönelik bir uygulama yapılmıştır. Uygulama, Bodrum'da yerel halkın kruvaziyer turizmi konusunda bilgi ve farkındalık düzeyini ölçmeyi amaçlamıştır.

316 örneklem sayısı olan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgular aşağıda maddeler halinde özetlenmiştir (Bayazıt, 2017).

- Araştırmaya katılan 316 yanıtlayıcının %57'si kadın, %42'si erkektir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde %65'inin 55 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Herhangi bir işte çalışanların oranı %61 olarak bulunmuştur.

- Katılımcıların %80'i daha önce hiç kruvaziyer gemi seyahatine katılmadıkları tespit edilmiştir.
- Katılımcıların %88'i Bodrum'da bir kruvaziyer limanının olduğunu bildiğini belirtirken, %67'si Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın nerede olduğunu bilmediklerini ifade etmiştir.
- Bilgi ve farkındalık sorularının ikili çapraz tablo testi, daha önce bir kruvaziyer gemi seyahatine çıkmayan yolcuların %84'ü (212 kişi) gibi büyük bir bölümünün liman yerinin nerede olduğunu bilmediklerini; ayrıca, kruvaziyer limanın varlığının farkında olan katılımcıların da %68'inin (188 kişi) mevcut kruvaziyer liman yerini tam olarak bilmediklerini göstermektedir.
- Kruvaziyer turizminin yerel ölçekte öneminin farkında olmayan anket katılımcılarının %79,9'unun, kruvaziyer turizminin yerele sağladığı katkı hakkında bilgisi olmadığı anlaşılmıştır.
- Katılımcıların %96,2'si Bodrum yerelinde turizmin gelişmesini istemektedir. Bununla birlikte, yerelde geliştirilmesi gerekli görülen turizm çeşitleri arasında

“kruvaziyer turizmi, gemi seyahati turizmi” yanıtlarının sıklığı yaklaşık %13 olarak bulunmuştur. Yani katılımcıların büyük bir bölümü kruvaziyer endüstrisini yerelde geliştirilmesi gerekli bir turizm faaliyeti olarak algılamamaktadır.

Yerel halkın kruvaziyer turizmi farkındalığına yönelik anket çalışması ve Bodrum Kruvaziyer Yeri'nde sahada gerçekleştirilen gözlemler neticesinde bulgular, yerel halkın yaşadıkları yerde gerçekleşen kruvaziyer turizmüne yönelik farkındalıklarının zayıf olduğuna işaret etmiştir. Yerel halka yönelik yapılan çalışma sonuçları, yerel ölçekte kruvaziyer turizmi faaliyetlerini geliştirme ve kruvaziyer turizminden daha fazla pay almasına yönelik liman kimliğinin tespiti, geliştirilmesi ve yönetimi konularında politikalar belirleyecek olan LKO'na, yerel halkın kimlik yönetim sürecine katılması gerektiğini gösterir niteliktedir. Çünkü yerel katılımcıların çoğunluğunun Bodrum'da kruvaziyer limanın varlığını bilmesine rağmen Şehir Merkezi'ne yaklaşık iki kilometre mesafedeki Bodrum Kruvaziyer Liman yerini bilenlerin sayısının oldukça düşük olduğu bulgusu, katılımcıların Bodrum kruvaziyer limanına yönelik bilgilerinin yetersiz olduğunu ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla, limanlara kimlik kazandırılması kapsamında yerel halkın kimlik yönetim sürecine dahil edilmesi için öncelikle yerel halkın kruvaziyer turizmi konularındaki bilgi ve algı

düzeylerinin tespiti strateji belirleme sürecinin önemli bir parçası olarak görülmektedir.

LKO tarafından yerel halkın kruvaziyer turizmi konusunda bilgi ve farkındalık düzeyleri değerlendirildiğinde, uygulama sahasında olduğu gibi yerel halkın bilgi ve farkındalığının düşük olduğu durumunda, ilk olarak yerel halkın bilgilendirilmesi için çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmelidir. Liman kimlik yönetim sürecine katılacak olan yerel halkın eğitilmesi, farkındalık düzeyinin artırılması, kruvaziyer turizminin yerel ekonomiye sağlayacağı katkının sürdürülebilirliği açısından gereklidir. Çünkü, liman kimliği en başta yerel halkın yaşadığı mekanın kimliğidir. Yerel halk, liman kimliğinin geliştirilmesi ve yerele yansıtılması sonucunda kruvaziyer turizminden yerel ölçekte daha fazla pay alınmasının neticelerinden olumlu bir şekilde faydalanacak olan birincil paydaştır. Yöre sakinlerinin bu süreçte birincil paydaş olma algısının yerelde oluşturulması LKO'nun, liman kimliğinin önemi hakkında yapacağı faaliyetler ile sağlanabilir.

Aşama-9: Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için İzleme, Değerlendirme, Revizyon ve Raporlama Sistemi Kurulması

Tez kapsamında limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntemin seçilen pilot bölgede uygulanması neticesinde Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde ilgili herhangi bir organizasyonel yapı olmadığı tespit edilmiştir. Bodrum uygulama alanında yerel halkın da katılımıyla, paydaş analizi ile tespit edilen tüm tarafların birlikte yöneteceği Liman Kimlik Organizasyonu'nun liman kimliğinin sürdürülebilir yönetimi için liman kimliği yönetimini Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı (MÇY) ile yürütmesi önerilmektedir.

LKO tarafından planlanan faaliyetleri gerçekleştirmek, sonuçları elde etmek, limana kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi amaçlarına ve böylece Türkiye'nin kruvaziyer turizminden daha fazla pay almasına katkı sağlamak için mevcut durum analizi ve faaliyet planlaması yapılmalıdır. Mevcut durum analizinde, CBS yöntemlerine dayalı olarak oluşturulan liman kimlik dağılım haritası LKO için en önemli karar destek aracıdır. Bununla birlikte, yerel halk anketleri, taraflar ile görüşmeler, istatistikler ve ikincil kaynaklar mevcut durum tespiti için organizasyona yardımcı olabilir. Limana kimlik kazandırılması, kimliğin korunması geliştirilmesi ve yerele yansıtılması hedefine ulaşmak için mevcut durum analizini göz önünde

bulundurarak tespit edilen eksiklikler ve uygunsuzluklara göre faaliyet planlaması gerçekleştirilir. Faaliyetlerin finansmanı, LKO yönetsel giderleri için kaynak temini konusunda gönüllülük dışında, sponsorluklar veya proje destekleyen kuruluşlar araştırılmalıdır. Mevcut durum analizi bulguları, planlanan faaliyetler ve bütçe kaynakları izleme, değerlendirme, revizyon ve raporlama sisteminin temel girdileridir.

MÇY'na göre izleme, değerlendirme, revizyon ve raporlama sisteminin kurulması aşamasında aşağıdaki hususlar göz önünde bulundurulmalıdır:

Liman kimlik yönetimi açısından izleme, limana kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi amaçlarına ulaşmak için verimlilik ve etkinliği tespit etmeye yönelik yönetsel bir faaliyettir. Limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemdeki (Şekil 3.1) aşamaların uygulanması esnasında beklenmeyen sonuçların ortaya çıkmasını kontrol altına almak için izleme, önemli bir araçtır. İzleme süreci öğrenme süreci olarak algılanmalı ve 3 ay, 6 ay, 1 yıl gibi izleme periyotları belirlenerek periyodik izleme sonuçları raporlarla kayıt altına alınmalıdır. Raporlama neticesinde gerekli durumlarda planların revize edilmelidir. İzleme, uzman kişiler tarafından bağımsız olarak yapılmalı ve MÇY kapsamında temel olarak faaliyetlere ve elde edilen sonuçlara odaklanılmalıdır (Tekindağ, 2005).

Değerlendirme, izleme sonuçlarının yorumlanmasıdır. Liman kimliğini sürdürülebilir yönetimi için LKO'nun faaliyetlerinin çeşitli zamanlarda değerlendirilmesi gerekmektedir. Değerlendirme sürecinde, limanlara kimlik kazandırılması ve liman kimliğinin kruvaziyer turizmi üzerinde tercih edilme ve sosyo ekonomik açıdan etkileri kısa, orta ve uzun vadede mevcut durumda yarattığı olumlu değişiklikler izlenerek geniş bir bakış açısı ile değerlendirilmelidir.

Liman kimliğinin yerel ölçekte kruvaziyer turizmi üzerinde tercih edilme ve sosyo ekonomik açıdan etkilerinin belirlenmesi için gerçekçi doğrulama kaynakları ile değerlendirme yapılmalıdır. LKO, mevcut durum analizinde kullanmış olduğu doğrulama kaynaklarını değerlendirme aşamasında da kullanmalıdır. Bu şekilde, liman kimliği yönetim sürecinin başarı ve başarısızlığı tespit edilerek, geleceğe yönelik eylem planları yapılabilir.

Doğrulama kaynakları, ikincil ya da birincil veri kaynakları olabilir. Kruvaziyer turizmi kapsamında yolcu istatistikleri, yolcu memnuniyet anketleri, yerel halk anketleri, paydaş görüşmeleri, güvenilir kaynaklardan elde edilen sosyo-ekonomik

göstergeler LKO'na izleme ve değerlendirme sürecinde kullanacağı başlıca doğrulama kaynakları olarak önerilmektedir.

Değerlendirme sürecinde, LKO'nun yönetim sürecindeki paydaşların tam ve eksiksiz katılımı kritik önemdedir. Katılım ve danışma seviyesindeki paydaşlar da mümkün olduğu kadar sürece dahil edilmelidir. Çünkü, liman kimliğinin geliştirilmesi, korunması ve yerele yansıtılması hedeflerine yeni fikirler üreterek tüm paydaşların çözümde yer alması ortak sorumluluk duygusunun paylaşımını beraberinde getirecektir.

En önemlisi, limanlara kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi devamlı-döngüsel-sürekli bir uygulamadır. Dolayısıyla, LKO tarafından yürütülecek çalışmaların belirli periodlarla izlenmesi, değerlendirilmesi, gerekli revizyonların yapılması ve sonuçların kamuoyuna açık olarak raporlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, LKO'nun kalite yönetim sistemi esaslarına dayanan bir Liman Kimlik Yönetim Sistemi (LKYS) kurması ve işletmesi önerilmektedir. LKYS kurulurken mevcut kalite yönetim sistemlerinin işleyişinden faydalanılabilir veya organizasyon doğrudan kalite yönetim sistemini kurabilir.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gerçekleştirilen tez çalışması kapsamında liman kimliğinin kruvaziyer turizmi üzerindeki tercih edilebilme ve sosyoekonomik açıdan etkilerinin belirlenmesi ile limanlara kimlik kazandırılması için uygulanabilir bir yöntem önerilmiştir. Limanlara kimlik kazandırılmasına yönelik geliştirilen yöntem dokuz aşamalı bir yöntem olup; liman yerinde başta liman kimliği olmak üzere kruvaziyer turizmi konularından sorumlu bir organizasyonun kurulması, liman kimliğinin kriterlerine göre seçilen çalışma alanı için tanımlanması, liman kimliği kapsamında liman destinasyonunda (varış yeri) CBS destekli bir karar destek sistemi oluşturulması ve liman kimliğinin korunması, geliştirilmesi, sürekli olarak iyileştirilmesi esaslarına dayanmaktadır. Bu kapsamda:

- Önemi önceki çalışmalarda bir çok kez vurgulanmış, soyut bir kavram olan liman kimliği (Broeze, 1985; Hooydonk, 2009; Port Everglades Final Art Master Plan, 2009; CGP, 2012; Mccarthy ve Romein, 2012; GEKA, 2014; OECD, 2015); somut ve ölçülebilir kriterler ile ilk defa bu tez çalışmasında tanımlanmış ve böylece literatüre katkı sağlanmıştır;
- Bir karar destek sistemi olan CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) yöntemleri; coğrafi yaklaşımların oldukça kısıtlı olduğu kruvaziyer endüstrisi alanına (Tsiotas ve diğ., 2018) ilk defa uygulanmıştır;
- Liman kimliği: Niceliksel (konumsal, grafik) ve konumla ilişkilendirilebilen (tanımlayıcı, niteliksel) bir çok farklı kriterden meydana gelen doğası gereği; CBS destekli MCE (Çok Kriterli Değerlendirme) metoduyla görselleştirilmiştir. Böylece, önceki çalışmalar tarafından kabul kabul görmüş yöntemler olan AHP ve MCE/WLC metotları (Saaty, 1977; Voogd, 1983; Carver, 1991; Eastman, 2003; Estoque, 2011) bir karar destek sistemi olan CBS ile başarılı bir şekilde entegre edilerek kruvaziyer turizmi alanına uygulanmıştır;

- Limanlara kimlik kazandırılması ve böylece kruvaziyer endüstrisinden daha fazla pay alınması genel hedefine katkı sağlamak amacıyla, liman kimliğinin kruvaziyer liman yerleri için tanımlanması ve bir gelişim aracı olarak kullanılmasına yönelik dokuz aşamalı bir yöntem önerilmiştir;
- Önerilen yöntemin nasıl uygulanacağını göstermek amacı ile Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde ölçülebilir temel aşamalarının pilot uygulaması yapılmıştır. Yapılan uygulamanın ileriki çalışmalarda yol gösterici olması öngörülmüştür;
- Tez kapsamında limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntem sayesinde; kruvaziyer turizminin sürdürülebilir gelişimi, liman destinasyon yönetimi, liman hinterlandında etkin arazi kullanımı, kruvaziyer destinasyonlarında mekansal planlama alanlarına yeni ve farklı bir bakış açısı getirilmiştir.

Uluslararası başarılı kruvaziyer liman örnekleri incelendiğinde kruvaziyer turizminden yerel ve bölgesel ölçekte sürdürülebilir bir pay almak isteyen liman varış yerlerinde kamu, özel sektör ve STK işbirliğine dayanan çeşitli oluşumların yerel ve bölgesel ölçekte faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Örneğin, kruvaziyer gemilerinin uğrak ve ana limanı olan Valetta (Malta) destinasyonunda; Turizm Bakanlığı temsilcileri, Malta Turizm Otoritesi, Valletta Kruvaziyer Limanı, Malta Uluslararası Havaalanı, ulaştırma işletmeleri, gemi acenteleri, kültürel miras sivil toplum kuruluşları, perakendeciler, tüccarlar birliği, turizm bölgelerini geliştirme vakfı gibi bir çok paydaşın bir araya gelerek oluşturduğu kar amacı güdmeyen bir kuruluş aracılığıyla, kruvaziyer turizminin gelişimi için birlikte çalışmalar yürütülmektedir (Url-19). Bölgesel ölçekte ise, Unesco Dünya Kültür Mirası olan Dubrovnik şehrinin liman otoritesi, kruvaziyer turizmini geliştirmek amacıyla 2015 yılında Adriatik Denizi çevresinde bölgesel turizm kalkınmasını destekleyen bir kuruluş olan Adriatic Sea Forum'a (ADF) katılmıştır (Url-20). ADF, kruvaziyer gemi işletmeleri, yerel yöneticileri, ilgili bakanlıkları, ticaret odalarını, liman otoriteleri ve işletmecilerini, profesyonel araştırmacıları ve makro ölçekte Avrupa Birliği temsilcilerini bünyesine almış bir kuruluş olarak önemli bir oluşum örneği teşkil etmektedir. Fransız Rivierası (*Alpes-Maritimes*)'nda ise dört limanın birlikte kurduğu *French Riviera Cruise Club* isimli kuruluş, destinasyonun kimliğine uygun olarak kruvaziyer turizminin geliştirilmesine yönelik başarılı faaliyetler gerçekleştiren başka bir örnek kuruluştur (Url-21). Bir

kruvaziyer yerinde kurulan yerel bir oluşum olarak Medcruise gibi bölgesel ve CLIA gibi uluslararası organizasyonların içinde yer almak; destinasyonun tanınırlığı için iletişim ağının bir parçası olma bakımından önemli olup, gelişen küresel eğilimlerin takibi ile sorunların önceden görülmesi ve fırsatlardan haberdar olabilme açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte, küresel kruvaziyer işletmeleri ve ortakları ile yerel liman destinasyonları arasında doğrudan da kurulabilecek ilişkilerin, CLIA gibi kuruluşlar aracılığıyla sağlanması durumunda her iki tarafın da iletilen bilgilerin doğruluğu ve güncelliği konusunda emin olmasını gerektirmektedir (CGP, 2012). Bu nedenle, liman yerinde kurulacak bir organizasyonun uluslararası ilişkilerinde aracı kuruluşlar ile işbirliği içinde olması bilgi akışı için önemli iken, bu süreçte kontrolü doğrudan sağlamak için gerekli tedbirleri alması önerilmektedir. Valetta örneğinde olduğu gibi yerel ölçekte ya da Fransız Riveryası örneğinde olduğu gibi ortak hinterland bağlamında belirli sınırlar içinde kümelenen limanları kapsayan bölgesel ölçekte, paydaşlarla birlikte kurulmuş yapıların yerel çıkarları gözeterek, ortak kimlik oluşturmaya ve geliştirmeye yönelik faaliyetlerinde, tez kapsamında limanlara kimlik kazandırılması amacıyla önerilen yöntemin ve araçların kullanılması; yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte sürdürülebilir kruvaziyer turizmi gelişimi için kritik önemde bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Tez çalışması kapsamında yapılan saha araştırmasında, kruvaziyer turizminden yerel ölçekte daha fazla pay alınabilemesi için uygulama sahası olan Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde faaliyet gösteren bir organizasyon örneğine rastlanmamıştır. Bu bağlamda, yerel paydaşların da fikir birliği ile kruvaziyer turizminden daha fazla pay alınmasına yönelik yerelde kurulacak bir organizasyonun oldukça gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde yapılan anket çalışmasında paydaşlar, LKO (Liman Kimlik Organizasyonu)'da hangi kurum ve kuruluşların katılım, hangi kurum ve kuruluşların yönetim seviyesinde olması gerektiğini belirtmiştir. LKO için paydaş analizi ile tespit edilen taraflar, Sheehan ve Ritchie (2005) tarafından geliştirilen turistik DMO (Destinasyon Yönetimi Organizasyonu) teorisine de büyük ölçüde uymaktadır. Sonuçta, araştırılan uluslararası kruvaziyer destinasyonu yönetim örneklerinden, literatürden ve Bodrum Kruvaziyer Yeri'ndeki paydaş görüşmelerinden elde edilen bulgular neticesinde, yerelde ihtiyaç duyulan LKO organizasyon yapısı Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tespit edilmiştir. Diğer limanlara da örnek teşkil etmesi beklenerek, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde

krvaziyer turizminin geliştirilmesine yönelik önerilen ilk organizasyonel yapı olarak LKO için paydaş analizi neticesinde toplam 20 kurum ve kuruluş tespit edilmiştir.

Uluslararası başarılı kruvaziyer liman örnekleri ve önceki çalışmalara göre (Klein, 2011; McCharity, 2018), liman yerinde ilgili taraflarca kurulan kurumsal yapıların kruvaziyer turizminden yeterli düzeyde pay alması için, kruvaziyer turizmini geliştirmeye yönelik faaliyetlerinde, küresel partnerlerle yerel çıkarları gözeterek işbirliği içinde olması gerektiği anlaşılmıştır. Aksi takdirde Klein (2011) ve McCharity (2018)'in de belirttiği gibi destinasyonda gerçekleşen kruvaziyer turizmi faaliyetlerinin sürdürülebilirliği tehlikeye girebilir (Klein, 2011; McCharity, 2018). Kruvaziyer işinin bir çok unsurdan meydana gelen simbiotik doğası gereği, kruvaziyer endüstrisinde gemi, destinasyon ve limanlar ile diğer ilgili tarafların yerel-küresel çıkar dengesi sorumluluğu altında ilişki içinde olması, sürdürülebilir bir gelecek için de önemli görülmektedir (Weeden & Lester, 2011). Dolayısıyla, kendi bölgesi içinde yerel; diğer bölgelerdeki limanlar ile bölgesel düzeyde rekabet edebilmek için, bir liman yerinde tez kapsamında önerilen yöntemle göre oluşturulan organizasyonel yapının; yerel ölçekte sosyal, ekonomik ve çevresel katkıları sürdürülebilir seviyede arttırmaya yönelik faaliyetlerinde, liman yerini limanın kimliğiyle birlikte geliştirme ve tanıtma sürecinde uluslararası oluşumlar ve ilgili taraflarla birlikte çalışması önerilmektedir. Çünkü, birçoğu küresel işletmeler tarafından idare edilen gemi operatörleri, tur operatörleri, gemi ikmal işletmeleri gibi bir çok taraf, kruvaziyer değer zincirinin önemli birer halkasıdır (UNWTO, 2016).

LKO, limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemi uygulayacak olan kurumsal yapı olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda, bir destinasyonda kruvaziyer liman yapılması konusu henüz fikir aşamasındayken, limanlara kimlik kazandırılması için tezde geliştirilen yöntemin uygulanması ve sürdürülmesi için yerel çıkarları ön planda olan fakat uluslararası işbirlikleri de yapan kurumsal bir yapının kurulması önerilmiştir. Bu sayede, bir liman destinasyonunda karar alıcıların karar verme sürecinde, tezde nitel ve nicel kriterlere göre tanımlanan ve liman kimliği kriterleri ile oluşturulan liman kimlik dağılım haritasına bakılarak alternatif liman yerleri tespit edilebilir veya öngörülen liman yeri için en baştan uygunsuz uygulamaların önüne geçilebilir. Mevcut kruvaziyer limanları için ise, limanın hinterlandıyla birlikte kimliğine uygun olarak geliştirilmesi, etkin ve verimli kaynak kullanımı için gerekli görülmektedir. Çünkü, çoğu zaman liman yerinin belirlenmesi ya da liman varış

yerinde kruvaziyer turizmini geliştirmek için alınacak kararlar bir çok paydaşı etkilediğinden ve bir çok kriter ve kısıttan etkilendiğinden dolayı, ya yanlış kararlar alınmakta ya da doğru kararlar için uzun süre beklenmektedir. Bodrum örneğinde, ihtiyaç dahilinde bir yolcu iskelesi yapımının kararlaştırılması ile fiilen kruvaziyer liman inşaatına başlanması arasında geçen yaklaşık 30 yıllık kayıp süreyi açıklayan temel problemin de benzer şekilde, yerelde ilgili paydaşların karar verme sürecinde zorluk çekmesi ve ortak bir noktada buluşamamaları olduğu belirtilmektedir (Kayalar, 2008).

Liman kimlik kavramı; ortak bir kimlik bilinci oluşmasında kullanılabilecek bir araç olup, limanlara kimlik kazandırılması için geliştirilen yöntem kapsamında paydaşların bir araya gelmesini de teşvik edecek bir potansiyele de sahiptir. Kruvaziyer turizminin sürdürülebilir gelişimi kapsamında da, tüm paydaşların işbirlikçi planlama süreçlerine katılması veya katılmaya teşvik edilmelerinin yanı sıra bir liman bölgesinin vizyonu konusunda hem fikir olmalarının önemi vurgulanmıştır (Lester & Weeden, 2004).

Belirli bir liman yerinde liman kimliğinin tespit edilmesinde liman kimliği organizasyonunda yer alan paydaşlar, niceliksel ve niteliksel kriterlerini ayrı ayrı kendi içinde değerlendirmelidir. Bu değerlendirme sonucunda önem derecesine göre ağırlıklandırılarak önceliklendirilen öncelikli kriter veya kriterler o limanın kimliğini temsil etmektedir. Bu noktada, “peki bireysel yargılara dayalı olarak yapılan değerlendirme ne ölçüde geçerlidir?” sorusu akıllara gelebilir. Bu doğrultuda, tezde önerilen yönteme göre, liman kimliğini oluşturan kriterlerin ağırlıklarının tespitinde Saaty (1980) tarafından geliştirilen AHP yönteminin kullanılması, öznel değerlendirmelerin kendi içinde ve birbiri ile tutarlılığı hakkında bilgi vermesi açısından çalışmanın geçerliliğini ve akla yatkınlığını desteklemektedir. İkili karşılaştırma (*pairwise rating*) yönteminin bir avantajı olarak (Eastman, 2006), kriterlerin birleştirilmiş grup kararındaki ağırlıklarına göre önem sıralamasının geçerliliği konsensus yani fikir birliği göstergesiyle ölçülmüştür. Bu kapsamda, karar alıcı bireyler arasında sağlanan konsensus oranı ne kadar yüksek ise değerlendirme o kadar geçerli sayılmaktadır. Tez kapsamında, seçilen çalışma alanında gerçekteştirilen uygulamada liman kimliğini meydana getiren nicel kriterlere göre yapılan ağırlıklı önceliklendirilmesi neticesinde, paydaşlar liman kimliğini oluşturan ilk ve en önemli kriterleri Tarihi-Kültürel Yerler (%25.15), Doğal Yerler (%20.48) ve Endemik Yerler (%18.62) olarak tespit edilmiştir. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri’nde 20 farklı

paydaş, liman kimliğini 10 kriteri değerlendirerek %82.9 oranında fikirbirliği (konsensus) ile belirlenmiştir. Çoğu zaman bir çok karar alıcının birden fazla kritere bağlı olarak bir konuda ortak bir fikir etrafında toplanması zor iken, yapılan uygulama sonucunda liman kimliğinin, paydaşların hızlı ve etkin karar almasını sağlayan birleştirici bir etkiye sahip olduğu da görülmüştür. Böylece, kruvaziyer turizminden daha fazla pay alınması için limanlara kimlik kazandırılması kapsamında, liman kimliğinin maliyet gerektirmeyen, kayıp sermayenin (turistik, tarihi, kültürel değerlerin) yeniden canlandırılmasıyla, kruvaziyer limanının yerele ve bölgeye daha faydalı bir hale getirilmesine yönelik uygunsuzlukların tespiti ve yerine uygun stratejilerin belirlenmesi sürecinde, tüm paydaşları biraraya getirme gücü olan önemli bir araç olduğu anlaşılmıştır. Diğer yandan, liman kimliğini ortak fikir birliği ile tespit eden paydaşların; kimliği geliştirme ve korumaya yönelik uygunsuzluk tespiti, izleme ve değerlendirme süreçlerinde, mevcut durumda Bodrum Kruvaziyer Yeri'nde gerçekleştirilen faaliyetlerin, öncelikli öneme sahip kriterler olarak tespit edilen tarihi-kültürel, doğal ve endemik kriterlerine uygun geliştirilip geliştirilmediğini araştırması ve buna yönelik çalışmalar yapması önerilmektedir.

Gerçekleştirilen uygulamada, belirlenen paydaşlar her ne kadar Bodrum için liman kimliğini en iyi yansıtan kriterleri tarih ve kültürel, doğal, endemik yerler olarak belirlemiş olsa da, liman kimliğinin yerele ve yerli-yabancı ziyaretçilere yansıtılamadığı anlaşılmıştır (XSights, 2012; Akyürek, 2016) Buna karşılık, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri oluşturulan liman kimlik dağılım haritası incelendiğinde, Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın, niceliksel kriterlere göre tespit edilen liman kimliğini % 93 oranında yansıttığı yansıtan alan sınırları içinde kaldığı tespit edilmiştir. Öte yandan, tez çalışması kapsamında liman kimliği konusunda çalışma sahası için saptanan uygunsuzluklara göre liman kimliğinin yerele yansıtılmasında Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın etkin bir rol almadığı tespit edilmiştir. Tez kapsamında liman yeri ve çevresinde yapılan gözlem, görüşme ve anketler neticesinde limanın yerel halk ve şehir ile yeterince bütünleşmediği anlaşılmıştır. Yerel halk anketleri de ulaşılan sonucu desteklemiştir. Anket sonuçlarına göre, yerel halkın yüzde 68'inin şehir merkezine yaklaşık 2 km yürüme mesafede bulunan kruvaziyer limanının liman yerini tam olarak bilmedikleri belirtmiştir. Uluslararası tanınmış kruvaziyer limanları incelendiğinde (örneğin Barselona, Amsterdam, Port Everglades) liman sahası ve hinterlandının yalnızca yolcu indi-bindi operasyonları için değil; yerel halkın ve

yolcular dışındaki ziyaretçilerin de kullanımı için çeşitli sosyal imkanlar ve mekanlar tasarladığı görülmektedir. Bodrum Kruvaziyer Limanı'nı ve yakın çevresinde saha araştırmaları esnasında tespit edilen olanaklar; bir adet mini market, bir adet yalnızca gemi ziyaretlerinde açık olan hediyelik eşyacı ve bir adet kebab restoranıdır. Bu bakımdan, Bodrum Kruvaziyer Limanı lokasyonu bakımından, oluşturulan liman kimlik dağılım haritasına göre liman kimliğini %93 oranında yansıtırken, nitelik açısından atıl bir liman örneği teşkil etmektedir. Oysa ki, gelişmiş liman destinasyonları kruvaziyer limanını yalnızca bir terminal binası değil halka açık alanlarla da birlikte kimliklerine uygun bir şekilde planlamaktadır (Port Everglades Final Art Master Plan, 2009; Mccarthy J.P. & Romein A. (2012). Bu sayede, nicelik ile nitelik kriterleri kruvaziyer limanı çevresinde birleşmekte, liman kimliğinin yerele ve gelen ziyaretçilere yansıtılması mümkün olabilmektedir.

Liman destinasyonlarının yönetimi yalnızca limanı ziyaret eden gemi ve yolcuların ihtiyaçlarını karşılamayı kapsamaz, bununla birlikte; liman ile şehrin entegrasyonunu da gerektirmektedir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), liman ve şehir etkileşiminin, sürdürülebilir liman faaliyetleri için önemli olduğunu belirtirken, liman kimliğinin bir çok liman geliştirme planlarında göz ardı edildiğini vurgulamaktadır (OECD, 2015). Güney Ege Kalkınma Ajansı 2023 Stratejik Planı'nda ise limanlara kimlik kazandırılması faaliyetlerinin destekleneceği duyurmuştur (GEKA, 2014). Limanlara kimlik kazandırılması konusunun; bölgesel ölçekte kruvaziyer turizminin sürdürülebilir gelişimine, ulusal ölçekte ise kruvaziyer turizminden daha fazla pay alınmasına yönelik stratejilerin belirlenmesinde göz ardı edilmemesi gereken kritik hedeflerden biri olmasının gerekliliği, ulusal ve uluslararası alandaki çalışmalar ile de desteklenmektedir.

Tez çalışmasının, mekansal planlamacılar, destinasyon yöneticileri, uygulayıcılar, politika belirleyiciler ve akademik araştırmacılara; liman kimliğinin somut olarak tespitine, objektif olarak uygunsuzlukların anlaşılmasına ve buna yönelik geliştirme planlarının yapılmasına yönelik nasıl bir yol izleneceğine ilişkin yol göstermesi beklenmektedir. Limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntem, ilk kez çalışma yeri olarak seçilen pilot sahada, ileriki araştırmalara ve uygulayıcılar örnek teşkil etmesi için uygulanmıştır. Uygulama sonuçları, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için, kruvaziyer turizminin geliştirilmesine yönelik yönetici ve karar alıcılara yön gösterici tespitler içermektedir. Her limanın kendine özgü bir kimliğinin olabileceği göz önünde

bulundurulduğunda, geliştirilen yöntemin, liman destinasyonlarında uygulanması sonucunda destinasyon boyutuna ve özelliklerine göre farklı liman yerlerinde uygulanması sonucunda seçilen çalışma alanı coğrafi sınırlarına ve özelliklerine göre farklı sonuçlar elde edileceği öngörülmüştür. Bununla birlikte, yöntem ileriki çalışmalar ile desteklenmeye veya farklı bakış açıları ile geliştirilmeye açıktır. Örneğin, liman kimliğini oluşturan niceliksel ve niteliksel kriterler, değişen sektörel ihtiyaçlar ve küresel eğilimler doğrultusunda yeniden tanımlanabilir. Yöntemin, gelişime açık ve esnek olma özelliği güçlü yanlarından biridir. Burada önemli olan nokta, limanları birbirinden ve modern kruvaziyer gemilerinden ayıran, onu benzersiz yapan kriter bileşimini elde etmektir. Doğru kimlik kriter bileşimi doğru liman kimliği, doğru kimlik ise sürdürülebilir kruvaziyer gelişim stratejilerini meydana getirecektir.

Limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin, tez kapsamında geliştirilmesi ve uygulanması sürecinde kullanılan verilerin yeryüzü referanslı olması nedeniyle çalışılacak sahanın coğrafi sınırlarının belirlenmesi süreci önem arz etmektedir. Yöntemin uygulandığı sahanın sınırları: liman etki alanı (hinterlandı), bütçe, zaman, personel yeterliliği, problemin boyutu, çözümün aciliyeti gibi kısıtlara bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Yöntemin başarısı ise uygulandığı yerin kapladığı coğrafi alanın büyüklüğü ve yöntemi uygulayan kişilerin uzmanlığı ile CBS yöntemlerini etkin kullanabilme yetisinden etkilenir. Bu yüzden, kruvaziyer limanının etki alanı yani hinterlandı dikkate alınarak sınır haritası oluştururken uzman kişilerden yardım alınması önerilmektedir. Tez kapsamında, yöntemin uygulaması için belirlenen sınırlar saha araştırması ve paydaş görüşmeleri ile desteklenerek Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için zaman kısıtı da dikkate alınarak belirlenmiş olup, Bodrum için kurulan LKO, farklı sınırlar belirleyerek de yöntemi uygulayabilir.

Kruvaziyer turizminin gelişimine yönelik bölgesel kalkınma sürecinde Avrupa Birliği Interreg programı kapsamında yapılan bir araştırmada Kuzey Denizi Bölgesi'nin, kruvaziyer gemi işletmelerini cezbetmeye yönelik sahip olduğu oldukça zengin varlıklara ve bölgede konuşlanmış limanlarının uygun yaşama koşullarında olmasına rağmen, bölgenin ayırd edici özelliklerini sunmaya yönelik bir kimlikten yoksun olduğu tespit edilmiştir (CGP, 2012). Bu nedenle, tez kapsamında limanlara kimlik kazandırılması için önerilen yöntemin yerel ölçekte uygulanması önerilirken bununla birlikte, sonuçların bölgesel rekabete de katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, geliştirilen yöntemin liman yerinde uygulanması sonucunda, limanlara kimlik kazandırılması ile birlikte yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte kısa, orta ve uzun vadede çeşitli kazanımlar olması beklenmektedir. Kısa vadedeki kazanımlar olarak: kruvaziyer liman yerinde kruvaziyer turizmi konusunda ulusal ve uluslararası çapta muhatap kabul edilebilecek kurumsal bir yapının oluşturulması; liman kimliğine göre oluşturulan kimlik dağılım haritasına bakılarak kararların desteklenmesi, uygunsuzlukların tespiti ve buna göre uygun stratejilerin geliştirilmesi; liman ile şehrin bütünleşmesi için faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ve bu sayede liman kimliği konusunda yerelde farkındalık kazanılmasıdır. Orta ve uzun vadedeki kazanımlar ise: liman varış yerinin kimliğine uygun olarak tanınırlığının artması, küresel ve bölgesel ölçekte olumlu bir destinasyon imajı yaratılması, kruvaziyer turizminin küresel partnerleri ile kurumsal iletişim ağı kurulması, böylece yabancı yatırımcıların bölgeye çekilmesi, kruvaziyer varış yerini ziyaret eden yolcuların ziyaretleri sonrasında limandan memnun ayrılmasını sağlayarak tekrar tercih davranışlarının gelişmesi, kruvaziyer kaynaklı turizm gelirlerinin artırılması, küresel ve bölgesel ölçekte rekabet üstünlüğü sağlanması, fiziki ve somut olmayan cazibe unsurlarının liman kimliği kapsamında korunarak sonraki kuşaklara aktarılmasına katkı sağlanacağı öngörülmektedir.



KAYNAKLAR

- Aktaş, S. ve Batman, O.** (2010). Efsanelerin turistik çekicilik üzerine etkileri: profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (4), 368-395. Erişim: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/187120>
- Akyürek, S.** (2016). *Rekreasyon alan ve faaliyetlerinin yurt içi turizm talebi ve yeniden ziyaret etme niyetine etkisi: Bodrum Örneği* (Master Tezi). Erişim: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Alonso, J. A. ve Lamata, M. T.** (2006). Consistency in the analytic hierarchy process: a new approach. *International Journal Of Uncertainty, Fuzziness And Knowledge-Based Systems*, 14 (4), 445–459.
- Akova, İ.** (2012). Turizm Coğrafyası. In Günay, S. (Eds.), *Turizm Coğrafyası ve Planlama, 1. Baskı. Eskişehir*: T.C. Anadolu Üniversitesi AOF yayımı.
- ArcUser Spring** (2010). *The Magazine for ESRI Software Users*. Erişim: <http://www.esri.com/news/arcuser/0410/files/arcuser49/arcuser49-lowres.pdf>
- Barbera, G.** (2004). Project Cycle Management and Logical Framework. Erişim: <https://europa.eu/capacity4dev/file/26852/download?token=ZjHp5eyZ>
- Bayazıt, Ş.** (2015). *Kruvaziyer pazarı ve destinasyonların analizi: Türk yolcuları ve kruvaziyer limanları hakkında ampirik bir çalışma / Analysis of the cruise market and destinations: An empirical study on Turkish passengers and homeports* (Master Dissertation). Erişim: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Bayazıt, S., Sune, A., Kirval L.** (2015). Main factors to select a cruise homeport in the Mediterranean region: *A perspective from the cruise industry agents, IEEE Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS 2015)*, DOI: 10.1109/LISS.2015.7369622
- Bayazıt, Ş.** (2017). Yerel halkın kruvaziyer turizmi farkındalığına yönelik uygulamalı bir çalışma: Bodrum Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 151-169.
- Beşirli, H.** (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Millî Folklor*, 22 (87), 159-169. Erişim: <http://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=87&Sayfa=156>
- Bakır, İ.** (2007). Sempozyumdaki katılımcı soruları ve görüşler (Bölüm-III). In Bakır, İ. (eds). *Vizyon 2023 Bodrum 'da Yeniden Yapılanma ve Yeni Açılımlar Sempozyumu Bildiriler Kitapçığı*. Bodrum Sanayici ve İşadamları Derneği (BOSİAD) Yayını, Yayın No:1.
- Bodrum Ticaret Odası (BODTO)** (2012). *Bodrum Ticaret Odası Veri Setleri Serisi*.

- Bodrum Ticaret Odası (BODTO)** (2013). *Sayılarla Bodrum Yarımadası Sosyoekonomik ve Demografik Verileri*. 2011-2012.
- Bodrum Ticaret Odası (BODTO)** (2015). *Sayılarla Bodrum 2013-2014*. İzmir: BODTO Yayını. 2015/44
- Bodrum Belediyesi Stratejik Planı 2015-2019**. Erişim: <http://bodrum.bel.tr/ckfinder/userfiles/files/BODRUM-BELEDIYESI-STRATEJIK-PLAN-2015-2019.pdf>
- Boratav, P. N.** (1969). *100 Soruda Türk Halk Edebiyatı*, 1. Baskı. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Braun, B. M., Xander J. A., White K. R.** (2002). The impact of the cruise industry on a region's economy: A case study of Port Canaveral, Florida. *Tourism Economics*, 8 (3), 281–288.
- Broeze, F.** (1985). Port Cities. The Searching for an Identity. *Journal of Urban History*, 11 (2), 209-225.
- Bull, A.** (1996). The economics of cruising: an application to the short ocean cruise market. *Journal of Tourism Studies*, 7 (2), 28-35.
- Caligiuri, P. M., Jacobs, R. R. ve Farr, J. L.** (2000). The attitudinal and behavioral openness scale: scale development and construct validation. *International Journal of Intercultural Relations*, 24, 27-46. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0147176799000218>
- Castells, M.** (1983). *The city and the grassroots: a cross-cultural theory of urban social movements*. Berkeley: University of California Press.
- Caric, H. & Mackelworth, P.** (2014). Cruise tourism environmental impacts - The perspective from the Adriatic Sea. *Ocean & Coastal Management*, 102, 350-363. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2014.09.008>
- Carver, S.** (1991). Integrating Multi-Criteria Evaluation with Geographical Information Systems. *International Journal of Geographical Information Systems*, 5 (3), 321-339.
- Chen, J. M. & Nijkamp, P.** (2018). Itinerary planning: Modelling cruise lines' lengths of stay in ports. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 55-63. Erişim: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.005>
- Chuvieco, E.** (1993). Integration of Linear Programming and GIS for Land-Use Modelling, *International Journal of Geographical Information Systems*, 7 (1), 71-83.
- Christmann, G. B.** (2003). Städtische Identität als kommunikative Konstruktion. Institute for Advanced Studies. *Reihe Soziologie Sociological Series* (57). Erişim: https://www.researchgate.net/profile/Gabriela_Christmann/publication/48667110_Stadtische_Identitat_als_kommunikative_Konstruktion/links/54ecf6f20cf28f3e653512a7/Staedtische-Identitaet-als-kommunikative-Konstruktion.pdf
- Cohen, E. & Avieli, N.** (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*. 31 (4), 755-778. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738304000623>

- Crompton, J. L. Ve McKay, S. L.** (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 425-439. Erişim:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738397800102>
- Cruise Gateway Project** (2012). *Decision criteria for cruise port selection in the North Sea Region*. The Interreg IVB North Sea Region Programme.
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA)** (2012). *2012 Industry Update*. Erişim: [https://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2012cliaindustryupdate\(1\).pdf?sfvrsn=0](https://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2012cliaindustryupdate(1).pdf?sfvrsn=0)
- Cruise Lines International Association (CLIA)** (2014). *North American cruise market profile*. Erişim https://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/clia_naconsumerprofile_2014.pdf
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA-EU)** (2015). *Europe Economic Contribution Report, 2015 Edition*, Contribution of cruise tourism to the economies of Europe. Prepared by G.P. Wild (International Limited and Business Research Economic Advisors).
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA)** (2015). *2015 Cruise industry Outlook*. Cruising to New Horizons and Offering Travelers More. Erişim: <https://www.cruising.org/docs/default-source/research/2015-cruise-industry-outlook.pdf>
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA-EU)** (2016). *Statistics and Market Europe*. Erişim:https://www.cliaeuropa.eu/images/downloads/CLIA_Europe_Stats_and_marts_2016_V4.pdf
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA)** (2016a). *2016 Cruise industry Outlook*. Erişim: https://www.cruising.org/docs/default%20source/research/2016_clia_sotci.pdf
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA)** (2016b). *2015 The Global Economic Contribution of Cruise Tourism (Prepared by Business Research & Economic Advisors - BREA for CLIA)*. (November 2016). Exton, PA.
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA)** (2017a). *2018 Cruise industry Outlook*. Erişim: <https://cruising.org/docs/default-source/research/cli-2018-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=2>
- Cruise Lines International Association (CLIA)** (2017b). *Cruise Travel Report*. Erişim:https://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/clia_cruisetravelreport_2017.pdf?sfvrsn=8
- Cruise Lines International Association (CLIA)** (2017c). *Asia Cruise Trends*. Erişim: <https://www.cruising.org/docs/default-source/research/cli-2017-asia-cruise-trends-report.pdf?sfvrsn=0/>
- Demirel, N.Ç. & Yücenur, G. N.** (2011). The Cruise Port Place Selection Problem with Extended VIKOR and ANP Methodologies under Fuzzy Environment. *Proceedings of the World Congress on Engineering, 2, WCE 2011, July 6-8. London*.
- Dill, W. R.** (1975). Public participation in corporate planning-strategic management in a Kibitzer's world. *Long Range Planning*, 8 (1), 57-63. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0024630175901181>

- Doğanay, H. ve Zaman, S.** (2013). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dowling, R.** (2006). *Cruise Ship Tourism*. Oxford: CABI.
- Dowling, R. & Weeden, C.** (2017). Cruise Ship Tourism. In Dowling R. & Weeden C. (Eds.). *The World of Cruising*, 2nd. Edition. Oxford: CABI.
- Dredge, D. & Jenkins, J.** (2003) Destination place identity and regional tourism policy, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 5 (4), 383-407, DOI:10.1080/1461668032000129137.
- Drobne, S. & Lisec, A.** (2009). Multi-Attribute Decision Analysis in GIS: Weighted Linear Combination and Ordered Weighted Averaging. *Informatica*, 33, 459–474.
- Düzgün, Ş.** (2010). Coğrafi Bilgi Sistemlerine Giriş. Unite-1. *Ulusal Açık Ders Malzemeleri Konsorsiyumu (UADMK)*. Erişim: <http://www.acikders.org.tr/course/view.php?id=30>
- Dwyer, L., Douglas, N., & Livaic Z.** (2004). Estimating The Economic Contribution of A Cruise Ship Visit. *Tourism In Marine Environments*, 1, 01-12.
- Eastman, J. R.** (2003). *IDRISI Kilimanjaro Guide to GIS and Image Processing-Tutorial*, Clark Labs., Clark University, Worcester: MA.
- Eastman, J. R.** (2006). *Idrisi Andes-Tutorial*, Clark Labs., Clark University, Worcester: MA.
- Estoque, R. C.** (2011). *GIS-based multi-criteria desicion analysis*. [Powepoint slides].
- Fernández Guerrero, J. I., Martí Selva L. and Puertas Medina R.** (2008). Economic Impact of Western Mediterranean Leisure Ports. *International Journal of Transport Economics*, 35 (2), 251-272.
- Florida Carribean Cruise Association (FCCA)** (2008). *Cruise industry overview. State of the Cruise Industry*. Erişim: <http://www.f-cca.com/downloads/2008-Cruise-Industry-Overview.pdf>
- Florida Carribean Cruise Association (FCCA)** (2013). *Cruise industry overview. State of the Cruise Industry*. Erişim:<http://www.f-cca.com/downloads/2013-cruise-industry-overview.pdf>
- Florida Carribean Cruise Association (FCCA)** (2018). *Cruise industry overview. State of the Cruise Industry*. Erişim: <http://www.f-cca.com/downloads/2018-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf>
- Franek, J. and Krestaa ,A.** (2014). Judgment scales and consistency measure in AHP. *Procedia Economics and Finance*, 12, 164-173.
- Gale, T. Bosakb, K. & Caplinsc, L.** (2013). Moving beyond tourists' concepts of authenticity: place-based tourism differentiation within rural zones of Chilean Patagonia, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11 (4), 264-286, DOI:10.1080/14766825.2013.851201.
- Gamiero Santos, A. M.** (2015). *Cruise Tourism In Lisbon - Cruise Tourism Activity And Its Impact On The City*. (Master Dissertation). Erişim:https://run.unl.pt/bitstream/10362/15549/1/Santos.A_2015.pdf

- Gidoni, O. G.** (2000). The Production of Tradition and Culture in the Japanese Wedding Enterprise. *Ethnos*, 65 (1), 33-55.
- Global Yatırım Holding (GYH)** (2012). *2012 Faliyet Raporu*.
- Global Yatırım Holding (GYH)** (2013). *01 Ocak-31 Aralık 2013 Dönemi Faliyet Raporu*.
- Global Liman İşletmeleri A.Ş.** (2015). *Fiyat Tespit Raporu*.
- Goepel, K.D.** (2013). Implementing the Analytic Hierarchy Process as a Standard Method for Multi-Criteria Decision Making In Corporate Enterprises – A New AHP Excel Template with Multiple Inputs, *Proceedings of the International Symposium on the Analytic Hierarchy Process*.
- Green Paper** (2006). *Towards a future Maritime Policy for the Union: A European vision for the oceans and seas "How inappropriate to call this planet Earth when it is quite clearly Ocean"*. Brussels, 7.6.2006. COM (2006) 275 final.
- Gui, L. & Russo, A.P.** (2011). Cruise Ports: A Strategic Nexus Between Regions and Global Lines Evidence From the Mediterranean, *Maritime Policy & Management*, 38 (2), 129-150. Erişim: <http://imarest.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03088839.2011.556678>
- Gümüüşü, O., Uğur, A. ve Önger, S.** (2008). Türkiye'nin Sıhhi İçtimaii Coğrafyası, Muğla Sancağı (1922)'ye göre Bodrum. Osmanlı'dan günümüze. *1. Uluslararası her yönüyle Bodrum sempozyumu*. Erişim: http://bodrum.bel.tr/ckfinder/userfiles/files/1_ULUSLARARASIIHER%20YONUYLE%20BODRUM%20SEMPOZYUMU%20I.pdf
- Gümüüşel, D.** (2004), *Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı*, REC Türkiye.
- Güngör, A.** (2018). *Cruise Industry Overview* [Powepoint slides]. *Panel Presentation of National Marine Tourism Conferece Symposium*. Izmir. 23-24 February 2018.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA)** (2014). *TR32 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı 2014-2023*. Erişim: http://geka.gov.tr/Dosyalar/o_19utnqk2s1t bcm0h1g 6i1973po38.pdf
- Hall, C. M., Timothy, D. J. & Duval, D. T.** (2003). Safety and Security in Tourism. In Hall, C. M., Timothy, D. J. & Duval, D. T. (Eds). *Safety and Security in Tourism: Relationships, Management and Marketing*, 15, (2).
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S.** (2012). Usage Levels of Local Foods on The Menus of Rural Tourism Establishments: Sample of Gelveri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3 (1), 07-12.
- Henderson, J. C.** (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111 (4), 317-326, <https://doi.org/10.1108/00070700910951470>
- Henthorne, T. L.** (2000). An Analysis of Expenditures by Cruise Ship Passengers in Jamaica. *Journal of Travel Research*, 38, 246-250. Erişim: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728750003800306>
- Hooydonk, E. V.** (2009). Port City Identity & Urban Planning. *Asociación para la Colaboración entre Puertos y Ciudades // Association for the*

Collaboration between Ports & Cities (RETE), PORTUS (Rete Publications), 18. 16-23.

Hudson, S. (2008). *Tourism and Hospitality Marketing A Global Perspective*. London: SAGE.

Institut de Recerca en Economia Aplicada Regional i Pública (IREA). Grup de Recerca Anàlisi Quantitativa Regional. (2016). Economic Impact of Cruise Activity: The Port of Barcelona. *Working Paper, 19*. Erişim: http://www.ub.edu/irea/working_papers/2016/201613.pdf

İMEAK Deniz Ticaret Odası (DTO) (2015). Kruvaziyer Turizmi. *Deniz Ticareti Dergisi (Temmuz Sayısı)*. Erişim:http://www.denizticaretodasi.org.tr/dergi/Sayfalar/Deniz-Ticareti-Dergisi.aspx?YIL=2015&SAYI=EK_7

James, P. & Gittins J. W. (2007). Local landscape character assessment: An evaluation of community-led schemes in cheshire. *Landscape Research, 32* (4), 423-442. Erişim: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01426390701449794>

Jankowski, P. (1995). Integrating geographical information systems and multiple criteria decision-making methods. *International Journal of Geographical Information Systems, 9* (3), 251-273, DOI: 10.1080/02693799508902036

Jordan, E. J. & Vogt, C. A. (2017). Residents' Perceptions of Stress Related to Cruise Tourism Development, *Tourism Planning & Development*, DOI: 10.1080/21568316.2017.1287123

Karuk, M ve Chala, K. (2015). History of Cruise Tourism. *National University of Food Technologies (Kiev, Ukraine)*. Erişim:http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/20650/1/77Karuk_M.pdf

Kayalar, E. (2007). *Belgelerle Gemi Yanaşma İskelesi Seyir Defteri (1977-2007)*.

Kiper, H. P. (2004). *Kensel Küreleşme Sürecinde Kentlerin Tarihsel-Kültürel Değerlerinin Korunması -Türkiye-Bodrum Örneği-* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Kirk, G. S. (1974). *Myth: Its Meaning and Functions in Ancient and Other Cultures*, Berkeley & LA: University of California Press.

Kişioğlu, E. ve Selvi, M. S. (2013). Yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın destinasyon imajına etkisi: yerel paydaşlar açısından bir değerlendirme. *International anatolia online journal, iaaoj, social science,1* (1), 68-102. Erişim: <https://iaaoj.org/dergi/sbd0104.pdf>

Klein, R.A. (2011). Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 18*, 107-116. DOI 10.1375/jhtm.18.1.107

Kol, Ç. ve Küpçü, S. (2008). *Spatial Analiz*. Ankara: İşlem Şirketler Grubu Eğitim Dökümanları, İşlem Coğrafi Bilgi Sistemleri Mühendislik ve Eğitim Ltd. Şti. Yayını.

Kuleli, T. (1998). *Adana-Hatay İl Sınırından Yumurtalık'a Kadar Olan Kıyı Şeridi İçin Coğrafi Bilgi Sistemi İle Kıyı Yönetim Planı Oluşturulması*. (Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

- Krause, C. L.** (2001). Our visual landscape: Managing the landscape under special consideration of visual aspects. *Landscape and Urban Planning*, 54, 239-254. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0169204601001396>
- Koç, A.** (1973). *Bodrum. Coğrafya, Tarih, Folklor ve Turizm*. Milas: Yeni Milas Matbası.
- Kozak, M.** (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28 (3), 784–807. Erişim:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738300000785>
- Kôvári, I. & Zimányi, K.** (2011). Safety and security in the age of global tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism). *Applied Studies in Agribusiness and Commerce-APSTRACT*, 59-61 Erişim: http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/104672/2/10_Kovari_Safety_Apstract.pdf
- Lalli, M.** (1992). Urban related identity: Theory, Measurement and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12 (4), 285-303. Erişim:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494405800787>
- Law, C.** (2002). *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. London: Continuum.
- Lee, S. & Ramdeen, C.** (2013). Cruise ship itineraries and occupancy rates. *Tourism Management*, 34. 236-237. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517712000544>
- Ho-Jeong, L.** (2015, May 8). Cruises seen as new profit engine. *Korea Joong Ang Daily*, Erişim:<http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=3003921>
- Lekakou, M. B., Pallis, A. & Vaggelas, G.** (2009). Which Homeport in Europe: The Cruise Industry's Selection Criteria. *Tourismos: An International Multidisciplinary*, 4 (4), 215-240).
- Lester, J. & Weeden, C.** (2004). Stakeholders, the Natural Environment and the Future of Caribbean Cruise Tourism. *International Journal Of Tourism Research*, 6, 39–50. DOI: 10.1002/jtr.471
- Lew, A. A. & McKercher, B.** (2002). Trip destinations, gateways and itineraries: the example of Hong Kong. *Tourism Management*, 23 (6), 609-621. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517702000262>
- Littrell, M. A., Paige, R. C. & Song, K.** (2004). Senior travellers: Tourism activities and shopping behaviours. *Journal of Vacation Marketing*, 10, 348-362. Erişim: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/135676670401000406>
- Lukovic, T.** (2013). Nautical Tourism. Z. Grzetic, T. Lukovic (ed.), K. Bozic, Part-2, *The Market of Nautical Tourism in Europe*. CABI.
- Lynch, K.** (1960). *The image of the city*. Cambridge: MIT Press.
- Lynch, K.** (1981). *A theory of good city form*. Cambridge: MIT Press.

- Mancini, M.** (2003). *Cruising: A Guide to the Cruise Line Industry*. (2nd ed.) Albany NY: Delmar.
- MacNeill, T. & Wozniak, D.** (2018). The economic, social, and environmental impacts of cruise tourism. *Tourism Management*, 66, 387-404.
- Malczewski, J.** (2000). On the Use of Weighted Linear Combination Method in GIS: Common and Best Practice Approaches. *Transactions in GIS*, 4 (1), 5-22.
- Manley, S. & Guise, R.** (1998). Conservation in the built environment. In Greed, C. & Roberts, M. (eds.), *Introducing urban design: interventions and responses*. Harlow: Longman.
- Mansfield, Y. & Pizam, A.** (2006). *Tourism, Security and Safety From Theory to Practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Marti, B. E.** (1990). Geography and the cruise ship port selection process. *Maritime Policy & Management*, 17 (3), 157-164.
- Marti, B.E.** (2004), Trends in world and extended-length cruising (1985–2002), *Journal of Marine Policy*, 28 (3), 199–211. Erişim: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308597X03001131>
- Mccarthy, J.P. & Romein, A.** (2012). Cruise Passenger Terminals, Spatial Planning and Regeneration: The Cases Of Amsterdam and Rotterdam. *European Planning Studies*, 2033-2052. Erişim: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654313.2012.722914>
- McCalla, R. J.** (1998). An Investigation into Site and Situation: Cruise Ship Ports. *Journal of Economics and Social Geography*, 89 (1), 3-128. Erişim: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9663.00005>.
- McCaughey, R., Mao I. & Dowling R.** (2018). Residents' perceptions towards cruise tourism development: the case of Esperance, Western Australia. *Tourism Recreation Research*, DOI: 10.1080/02508281.2018.1464098
- McMillan, D. W. & Chavis D. M.** (1986). Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6-23.
- Neuman, W. L.** (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Cilt 1-2 (S. Özge Çev.)*, 8. Baskı. Ankara: Yayın Odası Yayınları.
- Obst, P. L. & White, K. M.** (2005). An exploration of the interplay between psychological sense of community, social identification and salience. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 15, 127-135.
- Odo Maritime Research (in Association with Cruise Business Review)** (2014). *Global Ocean Cruise Market Analysis & Forecast*. Alan Lam & Kari Reinikainen.
- Oktay, D.** (2005). How can urban context maintain urban identity and sustainability? Evaluations of Taormina (Sicily) and Kyrenia (North Cyprus). *The Intenational Conference for Integrating Urban Knowledge and Pactice*. Gothenburg, Sweden.
- Oktay, D.** (2011). Kent Kimliğine Bütüncül Bir Bakış. *Idealkent Dergisi*, 3 (Mayıs), 8-19. Erişim: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/460600>

- Oelrich, I.** (1992). Endemic tourism: a profitable industry in a sustainable environment. *Proceedings of the Conference Ecotourism Business in the Pacific Organized by Environmental Science*, 12-14 October 1992, University of Auckland and East-West Center, Hawaii Auckland. New Zealand.
- Ostrowski, P.** (2006). *Cruise Market Profile Report of Findings* [Powerpoint slides].
- Örtengren, K.** (2004), *Swedish Agency for International Development Cooperation (SIDA), The Logical Framework Approach, A Summary of the Theory Behind the LFA Method*. Erişim: [http:// unpan1.un.org /intradoc/groups/public/documents/un/unpan032558.pdf](http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan032558.pdf)
- Özgülç, N.** (2007). *Turizm Coğrafyası, Özellikler-Bölgeler*. İstanbul: Çantay Yayınevi.
- Pallis, T. & Rodrigue, J.P.** (2014a). *What about Cruise Ports? A Research Agenda*. [Powepoint Slides]. *11th Port Performance Research Network (PPRN) Workshop*, Marseille, France. Erişim: https://www.pprn.network/downloads/PPRN2013_Pallis_Rod.pdf
- Pallis, A. A., Rodrigue, J.-P. & Notteboom, T. E.** (2014b). Editorial: Cruises and Cruise Ports: Structures and Strategies, *Research in Transportation Business and Management*, 13, 1-5. Erişim: https://www.researchgate.net/profile/Jean_Paul_Rodrigue/publication/270053627_Editorial_Cruises_and_cruise_ports_Structures_and_strategies/links/5aca96cea6fdcc8bfc84f043/Editorial-Cruises-and-cruise-ports-Structures-and-strategies.pdf
- Penco, L. & Profumo, G.** (2017). Mergers, acquisitions and alliances in the cruise tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 0 (0), 1–15. DOI: 10.1177/1467358417742686.
- Pritchard, A. & Morgan, N. J.** (2001). Culture, identity and tourism representation: marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*, 22, 167-179. Erişim:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151770000479>.
- Port Everglades Final Art Master Plan.** (2009). *Art and, Moment and Transformation, Art in Flux*. Erişim: <http://www.broward.org/Arts/PublicArt/Documents/Milestone5FinalMasterplan090626.pdf>
- Quertermaine, P. & Peter, B.** (2006). *Cruise Identity, Design and Culture*. New York. Rizzoli.
- Raagmaa, G.** (2002). Regional Identity in Regional Development and Planning. *First European Planning Studies*, 10 (1), 55-76. Erişim: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654310120099263>
- Richards, G.** (2002). Tourism and Gastronomy. In Hijalager, A. M. & Richards, G. (Eds), *Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? Chapter 1*. London & Newyork: Routledge.
- Rodrigue, J. P. & Notteboom, T.** (2013). The geography of cruises: Itineraries, not destinations. *Applied Geography*, 38, 31-42. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0143622812001373>
- Rodrigue, J. P.** (2017). *The Geography of Transport Systems*. New York: Routledge. Erişim: https://transportgeography.org/?page_id=7173

- Roszkowska, E.** (2013). Rank Ordering Criteria Weighting Methods—A Comparative Overview. *Optimum Studia Ekonomiczne NR, 5* (65), 15-33.
- Saaty, T. L.,** (1977). A scaling method for priorities in hierarchical structures. *Journal of Mathematical Psychology, 15* (3), 234–281.
- Saaty, T. L.** (1980). *The Analytical Hierarchy Process*. McGraw-Hil, New York.
- Schmucker, K.J.** (1982). *Fuzzy Sets, Natural Language Computations and Risk Analysis*, Berkeley: Computer Science Press.
- SEA Europe, Ships & Maritime Equipment Association** (2014). *2014 Market Forecast Report*. Erişim: <https://maritimetechnology.nl/media/2014-Market-Forecast-Report-total-Cor-28-05-LR.pdf>
- Shao, Y.** (2014). *Local Identity Identification and Assessment. The Theory, Methodology and Practice of Discovering Local Identity in Yantai, China*. (Doctoral Dissertation), University of Sheffield, UK. Erişim: <http://etheses.whiterose.ac.uk/7240/>
- Sheehan, L.R. & Ritchie J.R.B.** (2005). Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research, 32* (3), 711–734.
- Smith, J. W., Davenport, M. A., Anderson, D. H. & Leahy, J. E.** (2011). Place meanings and desired management outcomes. *Landscape and Urban Planning, 101*, 359-370. Erişim: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0169204611001332>
- Stewart, D. W., & Kamins, M. A.** (1993). *Secondary research: Information sources and methods*. Sage: Newbury Park, CA. Erişim: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412985802>
- şahin, H. İ.** (2009). Dalyan ve Kyeğiz çevresinde gelenek, turizm ve folklorizm. *Milli Folklor, 82*, 50-58. Erişim: <http://www.millifolklor.c5om0>
- Tecim, V.** (2008). *Coğrafi Bilgi Sistemleri, Harita Tabanlı Bilgi Yönetimi*. Ankara. Erişim: <https://ybs.deu.edu.tr/e-kitap/cbskitap/index.html#p=3>
- Tekindağ, F. C.** (2005). *Proje döngüsü yönetimi mantıksal ereve yaklaşımı*. Sicil Toplum Geliştirme Derneği [Powepoint slides].
- Tichavska, M. & Tovar, B.** (2015). Port-city exhaust emission model: An application to cruise and ferry operations in Las Palmas Port. *Transportation Research Part A, 78*, 347–360.
- T.C. Muğla Valiliği Kültür ve Turizm Müdürlüğü** (1987). *1987 yılı Muğla İli Kültür Turizm Envanteri*.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı** (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları: Ankara. Erişim: <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)** (2015). *The Competitiveness of Global Port-Cities: Synthesis Report*. Erişim: <https://www.oecd.org/gov/regional-policy/Competitiveness-of-Global-Port-Cities-Synthesis-Report.pdf>

- Timothy, D. J. & Ron, A. S.** (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: identity, image, authenticity, and change. *Journal of Heritage Tourism*, 8, 2-3, 99-104, DOI: 10.1080/1743873X.2013.767818.
- Tsiotasa, D. Niavisa, S. & Sdrolisb, L.** (2018). Operational and geographical dynamics of ports in the topology of cruise networks: The case of Mediterranean. *Journal of Transport Geography*, 72, 23-35.
- Tranci, R.** (1986). *Finding lost space. Theories of urban design*. New York: John Wiley.
- Töreayen, G., Özdemir, İ., ve Kurt, T.** (2010). *ArcGIS 10 Desktop Uygulama Dokümanı*. İşlem Şirketler Grubu Eğitim Dökümanları. İşlem Coğrafi Bilgi Sistemleri Mühendislik ve Eğitim Ltd. Şti. Yayını.
- Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (UDHB), Deniz Ticareti GenelMüdürlüğü (DTGM).** (2014). *Kruvaziyer Sektör Raporu*. Erişim: http://www.ubak.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/documan/20140611_162858_64032_1_64480.pdf
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO)** (2016). *Sustainable Cruise Tourism Development Strategies-Tackling the Challenges in Itinerary Design in South-East Asia*, UNWTO, Madrid. Erişim:<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417292>
- Url-1** < <https://www.pocruses.com.au/about/history>>, erişim tarihi 08.29.18
- Url-2** < <http://cruiselinehistory.com/albert-ballin-inventor-and-father-of-the-pleasure-cruise/>>, erişim tarihi 08.06.18
- Url-3** < <https://www.cruising.org/about-the-industry/research> >, erişim tarihi: 30.08.2018
- Url-4** < <https://www.cruisemarketwatch.com/> >, erişim tarihi: 19.09.2018
- Url-5** < <https://www.cruisetimetables.com/#destports>>, erişim tarihi 15.04.2018
- Url-6** < https://atlantis.udhb.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx>, erişim tarihi 08.06.2018
- Url-7** < <https://www.marinetraffic.com/en/ais/home/centerx:-12.0/centery:25.0/zoom:4> >, erişim tarihi 15.04.2018
- Url-8** <<https://www.qualityguidedtours.com/marquee-destination-vs-boutique-ports/>>, erişim tarihi: 30.08.2018
- Url-9** < <http://artiproje.com.tr/yap-islet-devret-liman-projeleri/>>, erişim tarihi: 30.08.2018
- Url-10** < <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~hcingi/ist376a/>>, erişim tarihi: 30.08.2018
- Url-11** < <http://www-eio.upc.es/~pau/index.php?q=node/18>>, erişim tarihi: 25.05.2018
- Url-12** < http://clarklabs.org/wp-content/uploads/2016/03/TerrSet18-2_Brochure_WEB.pdf>, erişim tarihi: 08.08.2018
- Url-13** < https://www.nufusu.com/ilce/bodrum_mugla-nufusu>, erişim tarihi: 04.05.2018

- Url-14** < <https://www.endeksa.com/analiz/mugla/bodrum/demografi>>, erişim tarihi: 14.05.2018
- Url-15** < <http://www.globalportsholding.com/ports/6/bodrum-cruise-port>>, erişim tarihi: 14.08.2018
- Url-16** < <http://bodrum.bel.tr/>>, erişim tarihi: 18.05.2018
- Url-17** < <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,159812/bodrum-yarimadasi-antik-yerlesimleri.html>>, erişim tarihi: 19.05.2018
- Url-18** < <https://www.hero3a.com/tr/2014/12/ancient-halicarnassus-and-its-monuments/>>, erişim tarihi: 30.08.2018
- Url-19** < <https://www.vallettawaterfront.com/content.aspx?id=412620>>, erişim tarihi: 01.09.2018
- Url-20** < <http://www.adriaticseaforum.com/partecipating2013/>>, erişim tarihi: 01.09.2018
- Url-21** < <http://www.frenchrivieracruiseclub.com/>>, erişim tarihi: 01.09.2018
- Url-22** < http://www.wou.edu/~miriver/classes/cs195/assignment_four/seven_wonders/index.htm>, erişim tarihi: 13.09.18
- Url-23** < <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1516368670426&uri=CELEX:32010R1177>>, erişim tarihi: 19.01.18
- Url-24** <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1516369216749&uri=CELEX:32009L0042>>, erişim tarihi: 19.01.18
- Url-25** <<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/04/20180413-8.html>>, erişim tarihi: 15.05.2018
- Uslu, A. ve Kiper, T.** (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3 (3). 305-314. Erişim:<http://dergipark.gov.tr/jotaf/issue/19056/201551>
- Uyguçgil, H.** (2018). Konumsal Veritabanı-I. In Ergün E., Bektöre M. E. (Eds). *Bölüm 1-Temel Kavramlar* (3-4), Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yayınları
- Vaggelas, G.** (2016). An empirical model for assessing the effect of ports' and hinterlands' characteristics on homeports' potential The case of Mediterranean ports, *Maritime Business Review*, 1 (3), 186 - 207.
- Vale, L. J.** (2008). *Architecture, power, and national identity*. London: Routledge.
- Voogd, J. H.** (1982). *Multicriteria evaluation for urban and regional planning*. Delft: Delftsche Uitgevers: Maatschappij DOI: 10.6100/IR102252
- XSigts** (2012). *Bodrum Algısı ve Konumlandırma Araştırması*. Erişim:<http://www.bodto.org.tr/images/other/Bodrum%20Raporu%20Final.ppt>
- Yomraloğlu, T.** (2000). *Coğrafi Bilgi Sistemleri: Temel Kavramlar ve Uygulamalar*, 5.Baskı (2009): İstanbul.
- Wang, Y., Jung, K., Yeo, G. & Chou, C.** (2014). Selecting a cruise port of calllocation using the fuzzy-AHP method: A case study in East Asia. *Tourism Management*, 42, 262-270.

- Ward, D.** (2002). *Complete Guide to Cruising and Cruise Ships*. USA: Beritz Publishing Company, Inc.
- Weeden, W. & Lester, J.** (2011). Cruise Tourism: Emerging Issues and Implications for a Maturing Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18 (1), 26-29.
- Williams, B. A. O.** (1973). *Problems of the self: philosophical papers, 1956-1972*. Cambridge: Cambridge University Press.





EKLER

EK A : Birinci tip anket formu: Paydaş tanıma anketi

EK B : İkinci tip anket formu: Liman kimlik kriterlerini AHP ile ikili karşılaştırması, paydaş anketi-2

EK C : Üçüncü tip anket formu: Yerel halk anketi

EK Ç : Liman gönüllüsü uygulaması sonucu yolculardan alınan geri bildirim

EK D : Liman gönüllüsü uygulamasına ilişkin fotoğraflar

EK E : Bodrum'a gelen kruvaziyer yolcularının görüşlerine göre güçlü yönler ve zayıf yönler

EK F : Bodrum yolcu iskelesi alternatif inşa yerleri

EK G : Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ndeki yerel uzmanlar ile yapılan görüşmeye ilişkin çıktılar

EK H : Bodrum Kruvaziyer Liman sahasına ilişkin fotoğraflar

EK I :Dünyanın yedi harikasının haritası

EK İ : Bodrum'a 2016, 2017, 2018 yılları arasında gelen (transit) kruvaziyer gemi bilgileri

EK J : Kruvaziyer Terimleri Sözlüğü

EK A

Katılımcı Bilgileri

Kurum Bilgisi: Kamu Yarı Kamu Niteliğinde Özel Sektör STK
 Şahıs Diğer

Katılımcının Çalıştığı Yerdeki Görevi :

Katılımcının Bodrum'da (ikamet ediyorsa) yaşadığı süre:

Katılımcının Bodrum ile ilgili Çalışmalar Yürüttüğü Süre:

Katılımcının Yaşı: **Cinsiyeti:** **Eğitim Durumu:**

Proje Bilgi Toplama Soruları

1. Liman kimliği deyince aklınıza ne gelmektedir?

2. Bodrum Kruvaziyer Limanı size nasıl bir liman kimliğini çağrıştırmaktadır?

3. Bir kruvaziyer limanının liman kimliği sizce yerelde kruvaziyer turizminin geliştirilmesinde ne derecede önemlidir?
 Son derece önemli Önemli Hiç Önemli Değil Fikrim Yok

4. Sizce liman kimliği tanımlanabilir mi?
 Evet Tanımlayınız:
 Hayır

5. Sizce bir kruvaziyer limanının liman kimliğinin bileşenleri nedir/nelerdir?
.....

6. Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'nde kruvaziyer liman kimliği ile ilgili herhangi kişi, kurum veya kuruluşlara eğitim verilmekte mi? (Yerel halka, kurumlara veya kurum içinde sizin kurumunuzda).
 Evet (detay veriniz)
 Hayır

7. Sizce limanlara kimlik kazandırılması için kruvaziyer liman kimliği konusunda kimlere eğitim verilmelidir?
.....
.....

8. Sizce liman kimliği eğitimini kim vermelidir?
Eğitimci:

9. Kruvaziyer limanını ve kruvaziyer turizmini geliştirmek için limanlara kimlik kazandırılması konusunda liman kimliği eğitiminin içeriği sizce ne olmalıdır?
Eğitim İçeriği:

10. Bodrum'da kruvaziyer liman kimliği konusunda faaliyet gösteren bir STK var mıdır?
 Evet Hayır

11. Bodrum'da Kruvaziyer Limanlarına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda bir STK kurulursa bu STK'da kimler yer almalıdır?
STK:

12. Bodrum'da Kruvaziyer Limanlarına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda bir STK kurulursa bu STK'nın görev ve sorumlulukları ne olmalıdır?
Görev ve Sorumluluklar:

Şekil A.1 : Paydaş anketi-1.

13. Bodrum'da Kruvaziyer Limanlarına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda kurulacak bir STK'yı destekler misiniz?

Evet Hayır

14. Bodrum'da Kruvaziyer Limanlarına kimlik kazandırılması, kimliğin korunması ve geliştirilmesi konusunda kurulacak STK'da yer almak ister misiniz?

Evet Hayır

15. Bodrum'da kruvaziyer liman kimliği ile ilgili faaliyetler düzenleniyor mu?

Evet Hayır

16. Sizce Bodrum Kruvaziyer Limanının olduğu yerde (Liman Sahasında) kruvaziyer turizminin geliştirilmesi için liman kimliği çatısı altında hangi faaliyetler düzenlenebilir?

Liman kimliği faaliyetleri:

17. Bodrum'da kruvaziyer liman kimliği yönetiminden sorumlu bir organizasyonel yapı var mıdır?

Evet Hayır

18. Sizce kruvaziyer liman kimliği yönetiminden sorumlu organizasyonel yapıda hangi kurum/kuruluş/kişiler yer almalıdır?

Yönetim seviyesinde yer alacaklar:

Katılım seviyesinde yer alacaklar:

19. Kruvaziyer Liman kimliğinin yönetiminden sorumlu bir organizasyonel yapının içinde yer almak ister misiniz?

Evet Hayır

20. Bu çalışma sorularının size yöneltilmesinden önce liman kimliği kavramını daha önce duymuş muydunuz?

Evet (nereden duydunuz?) Hayır

21. Bu çalışma sorularının size yönlendirilmesinden önce, bir limanın kimlik sahibi olması gerektiği konusunu farketmiş miydiniz?

Evet (nasıl fark ettiniz?) Hayır

Şekil A.1 : (devam) Paydaş anketi-1.

Aşağıdaki ifadelere "katılma durumunuzu" tablodaki talimatı dikkate alarak belirtiniz. Eğer bilmiyorsanız lütfen "bilmiyorum" seçeneğini işaretleyiniz.

Aşağıdaki verilen ifadelere, katılma durumunuzu 1 ile 5 arasında (1: Kesinlikle Katılmıyorum' dan 5: Kesinlikle Katılıyorum'a doğru) derecelendirecek şekilde puanları işaretleyiniz. Eğer konu hakkında fikriniz yok veya bilmiyorsanız lütfen "0" puanı işaretleyiniz.

	1	2	3	4	5	0
Liman kimliği kavramının bilinmesi, kruvaziyer limanlarına kimlik kazandırılması sürecini olumlu yönde etkiler						
Liman kimliği hakkında eğitimi verilmesi, kruvaziyer liman kimliği kavramının bilinmesi sürecini olumlu yönde etkiler						
Liman kimliği farkındalığının artırılması, kruvaziyer limanlarına kimlik kazandırılması sürecini olumlu yönde etkiler						
Liman Kimliği ile ilgili çalışan bir STK, kruvaziyer liman kimliği farkındalığının artırılması sürecini olumlu yönde etkiler						
Liman Kimliğine ilişkin yapılan faaliyetler, kruvaziyer liman kimliği farkındalığının artırılmasını olumlu yönde etkiler						
Liman kimliğinin yönetiminden sorumlu bir organizasyonel yapısının oluşturulması, kruvaziyer limanlarına kimlik kazandırılması sürecini olumlu yönde etkiler						

Çalışma Değerlendirme Soruları:

	1	2	3	4	5	0
Liman kimliği konusunda yapılan doktora tezi çalışması "liman kimliği" kavramını literatüre kazandırma açısından oldukça faydalıdır.						
Liman kimliği konusunda yapılan doktora tezi çalışması, konusu itibarıyla özgün bir çalışmadır.						
Liman kimliği konusunda yapılan doktora tezi çalışması konusu itibarıyla orjinal bir çalışmadır.						
Liman kimliği konusunda yapılan doktora tezi çalışması kruvaziyer turizminin gelişmesini olumlu yönde etkiler.						
Liman kimliği konusunda yapılan doktora tezi çalışması Türkiye'nin kruvaziyer turizminden daha fazla pay almasını olumlu yönde etkiler.						

Anketimize katılımınız için teşekkür ederiz.

Araştırmacı:

Şeyma Bayazıt / İstanbul Teknik Üniversitesi Deniz Ulaştırma Mühendisliği

Şekil A.1 : (devam) Paydaş anketi-1.

EK B

Bilimsel Bilgi Toplama Formu

İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi Çalışmasında kullanılmak üzere yapılan araştırma ve incelemeler sonucunda, liman kimliğini meydana getiren faktörler aşağıdaki gibi tespit edilmiştir.

Kimliği oluşturan bu faktörler şunlardır:

- A- Tarihi Yerler: Tarihi ve kültürel özelliklere sahip yapılar, yerler, kalıntılar vd.
- B- Doğal Yerler: Doğal koruma statüsü bulunan veya bulunmayan halka açık doğal yerler.
- C- Şehir Merkezi: Yöre sakinlerinin günlük yaşantılarında sosyal faaliyetlerini gösterdiği nüfus yoğun yer
- D- Çarşı-Pazar: Dükkan, mağaza küçük ve orta büyüklükteki alışveriş yerlerini barındıran alanlar
- E- Sahil-Plajlar: Yüzme, güneşlenme amacı ile kullanılan, işletilen veya serbest kullanıma sunulan rekreasyon yerleri
- F- Yöresel Yeme-İçme Yerleri: Yalnızca yöresel yemekleri ile hizmet veren yerler.
- G- Endemik Yerler: Dünyanın hiçbir yerinde bulunmayan, yalnızca değerlendirilen yöreye özgü yerler
- H- Spor Yerleri: Her türlü spor etkinliğinin yapılabildiği spor yerleri
- I- AVM'ler: Çarşı-pazarlardaki yöreselliğin bulunmadığı, alış-veriş merkezi tipi yerler
- J- Turistik Bilgi Danışma Yerleri: Turistleri yönlendirici bilgi ve donanımına sahip yabancı dil bilen personeli olan, turistlere yöreye ait bilgi sunacak broşür, harita ve benzer amaçlı materyel ve hizmet sunan kamu veya özel danışma büroları, danışma masaları veya bu amaca hizmet eden yerler.

Bu çalışma kapsamında, bir sonraki sayfada ikili gruplar halinde verilen, liman kimliğini oluşturan faktörleri karşılıklı olarak birbirine göre değerlendirerek çalışmaya katkıda bulunmanız beklenmektedir.

Verilen ikili grupları Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri'ni dikkate alarak, aşağıdaki açıklamayı okuduktan sonra 1 ile 9 arasında puanlayınız.

Açıklama: İkili karşılaştırmaları yaparken puanı işaretlediğiniz yöne dikkat ediniz. Puanlama 1 ise her iki faktör de "eşit önemde" anlamına gelmektedir. Eğer, size göre cetvelin sol ucundaki faktör sağ ucundaki faktöre göre daha önemli ise o zaman 1 'in soluna doğru işaretleme yapınız. Tersi durumda ise 1'in sağ tarafına doğru puan veriniz.

9	7	5	3	1	3	5	7	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

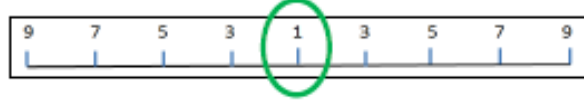
Puanların anlamları:

- 1: Eşit Önemde
- 3: Biraz daha önemli (az üstünlük)
- 5: Oldukça önemli (fazla üstünlük)
- 7: Çok önemli (çok üstünlük)
- 9: Son derece önemli (kesin üstünlük)

Şekil B.1 : Paydaş anketi-2.

Bilimsel Bilgi Toplama Formu

Örnek-1: Bence, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimliğini oluşturan faktörlerden Tarihi Yerler ile Şehir Merkezi eşit önemlidir. O halde,



Örnek-2: Bence, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için liman kimliğini oluşturan faktörlerden Endemik Yerler Alışveriş Merkezlerinden biraz daha önemlidir. O halde,



Aşağıda ikili gruplar halinde verilen liman kimliğini oluşturan faktörleri karşılıklı olarak, yukarıda örneklendiği gibi birbirine göre değerlendiriniz. Değerlendirmeyi yaparken, Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için her bir faktörün diğerlerine göre önem ve üstünlük sıralarını göz önünde bulundurarak 1-9 arasında puanlayınız.

Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Doğal Yerler
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Şehir Merkezi
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Çarşı-Pazar
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Sahil-Plajlar
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Yöresel Yeme-İçme Y.
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Endemik Yerler
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Tarihi Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Şehir Merkezi
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Çarşı-Pazar

Değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

Şekil B.1 : (devam): Paydaş anketi-2.

Bilimsel Bilgi Toplama Formu

Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Sahil-Plajlar
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Yöresel Yeme-İçme Y.
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Endemik Yerler
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Doğal Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Çarşı-Pazar
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Sahil-Plajlar
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Yöresel Yeme-İçme Y.
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Endemik Yerler
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Şehir Merkezi	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.
Çarşı-Pazar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Sahil-Plajlar
Çarşı-Pazar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Yöresel Yeme-İçme Y.
Çarşı-Pazar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Endemik Yerler
Çarşı-Pazar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri

Değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

Şekil B.1 : (devam): Paydaş anketi-2.

Bilimsel Bilgi Toplama Formu

Çarşı-Pazar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Çarşı-Pazar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Yerleri
Sahil-Plajlar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Yöresel Yeme-İçme Yerleri
Sahil-Plajlar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Endemik Yerler
Sahil-Plajlar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri
Sahil-Plajlar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Sahil-Plajlar	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Yerleri
Yöresel Yeme-İçme Y.	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Endemik Yerler
Yöresel Yeme-İçme Y.	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri
Yöresel Yeme-İçme Y.	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Yöresel Yeme-İçme Y.	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.
Endemik Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Spor Yerleri
Endemik Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Endemik Yerler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.
Spor Yerleri	9 7 5 3 1 3 5 7 9	AVM'ler
Spor Yerleri	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.
AVM'ler	9 7 5 3 1 3 5 7 9	Turist Bilgi Danışma Y.

Değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

Şekil B.1 : (devam): Paydaş anketi-2.

EK C

	Sorular	Yanıtlar Seçenekleri ve Ölçek
D1	Cinsiyet	Kadın/Erkek
D2	Yaş	Sıralı aralıklı seçenek (46-55; 56-65 gibi)
D3	Çalışma Durumu	Çalışan/Emekli
BF1	Daha önce bir kruvaziyer gemi seyahatine çıktınız mı?	Evet/Hayır
BF2	Bodrum'da bir kruvaziyer limanı var mıdır?	Evet/Hayır/Bilmiyorum
BF3	Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın yerini biliyor musunuz?	Biliyorum/Bilmiyorum
BF4	Kruvaziyer turizminin Bodrum için önem seviyesi sizce nedir?	Düşük / Orta / Bilmiyorum / Orta ve üzeri / Yüksek
BF5	Kruvaziyer turizminin Bodrum'a faydası sizce ne düzeydedir?	Düşük / Orta / Bilmiyorum / Orta ve üzeri / Yüksek
TD1	Turistler adres sorduğunda yardımcı olurum.	Hiç katılmıyorum / Az katılıyorum / Kısmen katılıyorum / Çok katılıyorum / Tamamen Katılıyorum
TD2	Turistlerle rahatlıkla iletişime geçerim.	Hiç katılmıyorum / Az katılıyorum / Kısmen katılıyorum / Çok katılıyorum / Tamamen Katılıyorum
TD3	Genel anlamda turistler beni rahatsız etmez.	Hiç katılmıyorum / Az katılıyorum / Kısmen katılıyorum / Çok katılıyorum / Tamamen Katılıyorum
TG1	Bodrum'da turizmin gelişmesini istiyor musunuz?	Evet/Hayır
TG3	Bodrum'da hangi turizm çeşidinin gelişmesini istersiniz?	Yapılandırılmamış

D: Demografik sorular; BF: Bilgi ve farkındalık soruları; TD: Tutum ifadeleri; TG: Turizmin gelişimi hakkındaki sorular

Şekil C.1 : Yerel halk anketi.

EK Ç

Çizelge Ç.1 : Liman gönüllüsü uygulaması¹.

Yolcuların ana dilinde yazılı metin (Flemenkçe)	Yazarın çevirisi
<p>Hello Seyma Hier een berichtje van ons uit Holland Alweer een week geleden zijn we weer thuisgekomen. Het was een heel mooie vakantie en belevenis. Het was onze eerste cruise op de Middellandse zee. Hierbij in het kort onze reis. Dag 1 en 2 waren we op Malta, we hebben gelijk de hoofdstad Valletta bezocht en daar door de stad gewandeld. Mooie stad maar veel klimmen. De tweede dag een excursie naar het eiland Gozo en naar de blue laagoon waar we de gelegenheid hadden om te zwemmen. Dag drie spannend we werden met een taxi naar de haven gereden waar ons schip ,met de naam Mein Schiff zwei lag. Dag vier om even tot rust te komen een dag op zee en een mooi boek lezen. Dag vijf Piraeus (Athene Griekenland) Een excursie gemaakt en een hele klim gemaakt naar de Akropolis, zeer indrukwekkend en de moeite waard. De oude volksbuurt Plaka bekeken maar dat viel ons tegen omdat er te weinig tijd was. Vervolgens een rondrit door de stad. Dag zes naar het mooie eiland Mykanos ,de hoofdstad met zijn kronkelende steegjes en windmolens , heel gezellig. Dag zeven naar Bodrum de levendige havenstad. En bij toeval hebben we jou daar ontmoet, het begon met een interview en vervolgens heb je ons als een volleerde gids Bodrum met zijn hoogtepunten laten zien. Het klikte goed en voor ons een leerzame en geslaagde dag dank zij Seyma , onze dank daarvoor. Tot aan de boot ben je meegelopen en ons uitgezwaaid, super.</p>	<p>Merhaba Seyma İşte sana Hollanda'dan yazdığımız e-mail. Bir hafta önce eve döndük. Çok güzel bir tatil ve deneyimdi. Bu bizim Akdeniz'de yaptığımız ilk kruvaziyer seyahatiydi. Özetle, bizim seyahatimiz: Birinci ve ikinci günde Malta'daydık. Başkent Valetta'yı ziyaret ettik ve şehri yürüyerek dolaştık. Güzel bir şehir fakat çok fazla tırmanış mevcut. İkinci günde ise Gozo Adası'na tur satın aldık. Bu turda Mavi Lagün'de yüzme fırsatı bulduk. Üçüncü günde, gemiye katılmak üzere araba kiralayarak, Mein Schiff isimli gemimizin olduğu yere aracımızı sürdük, heyecan vericidi. Dördüncü günde, gemi denizde seyrederken dinlendik ve ben güzel bir kitap okudum. Beşinci gün Pire (Yunanistan). Burada kara turu aldık ve Akropolis'in tamamını tırmanarak dolaştık. Oldukça etkileyici ve görmeye değer. Yine eski yerleşim yeri olan Plaka'ya uzaktan baktık ancak fazla zamanımız olmadığı için gidemedik. Daha sonra, şehir turu yaptık. Altıncı gün güzel Mikanos Adası'na, yel değirmenleri ve dar sokakların başkentine, çok konforlu. Yedinci gün, canlı liman kenti Bodrum'a Ve şans eseri seninle tanıştık, görüşmemiz kısa bir röportaj ile başladı ve sen bize sanki tam gün rehber gibi Bodrum'un ilgi çekici yerlerini gösterdin. Kulağa oldukça güzel geldi, başarılı ve başarılı günümüz için Seyma'ya teşekkürlerimizi sunuyoruz. Gemiye kadar bize eşlik ettin, harika.</p>

Çizelge Ç.1 (devam) : Liman gönüllüsü uygulaması¹.

Yolcuların ana dilinde yazılı metin (Flemenkçe)	Yazarın çevirisi
<p>Dag acht weer lekker luieren op zee. Dag negen Catania (Sicillie). Daar hadden we een prive chauffeur Mario en die heeft ons mooi rond gereden. Als hoogtepunt de mooie tocht naar de Etna , ook weer een mooie belevenis,het voelde aan alsof je op de maan wandelde. Dag tien in de ochtend kwamen we weer aan in de haven van Valletta. Na ontschepping werden we weer met de taxi naar ons hotel gebracht waar we nog 1 nacht bleven. Dag elf transfer naar de luchthaven van Malta en terugvlucht naar Amsterdam. Samenvattend was het een geslaagde vakantie met veel afwisseling,leuke mensen etc. Mein Schiff zwei was super,vriendelijke bemanning enz. Er waren 42 nationaliteiten en in totaal 890 personeelsleden. Lieve Seyma ik hoop dat dit voldoende is. Wij wensen je succes toe met je studie ,het was ons een genoegen je telerekenen. Lieve groeten uit Holland. Tonnie-Tinie-Toos -Gerrie</p>	<p>Sekizinci gün, denizde eğlence ve dinlence zamanı. Dokuzuncu gün Katanya (Sicilya). Orada, Mario isminde özel bir sürücü bizi gezdirdi. Önemli bir cazibe yeri olarak güzel Etna ile yeni bir deneyim daha yaşadık, ayda yürüyor hissi verdi. As a highlight the beautiful trip to Etna, again a nice experience, felt like walking on the moon. Onuncu gün, tekrar Valetta Limanı'na vardık. Gemiden indikten sonra, taksi tuttuk ve bir gece konaklayacağımız otele gitik. On birinci gün, Malta havaalanına transfer olduk ve Amsterdam'a döndük. Özetle, bir çok iyi insan tanıdığımız başarılı bir tatildi. Mein Schiff gemisi harikaydı, personeli oldukça arkadaş canlısı... Gemide, 42 farklı milletten toplam 890 gemi personeli çalışmaktaydı. Sevgili Seyma, umarım bunlar yeterlidir. Sana çalışmalarında başarılar dileriz. Görgülü davranışından dolayı da ayrıca teşekkür ederiz. Hollanda'dan saygılarımızla, Tonnie-Tinie-Toos-Gerrie</p>

¹ Tez kapsamında, önerilen liman gönüllüsü yaklaşımı ilk defa bu tez çalışmasında, Bodrum Krüzaziyer Liman Yeri'nde bir grup ziyaretçi ile uygulanmıştır. Araştırmacı akademik kimliğini açık fakat liman gönüllüsü uygulamasını gizli tutmuştur. Diğer bir deyişle, uygulama esnasında yolcular sadece bilimsel bir çalışma için kendilerini izleyen bir araştırmacı ile dolaştıklarını sanmaktadır. Yolcular ile ilk karşılaşma yeri, limanda değil Mozole Müzesi'ndedir. Sonuçta, sadece Kale ve Mozole'yi ziyaret ettikten sonra öğlen yemeğine gemiye gideceklerini söyleyen yolcular, 6 saatten fazla karada, araştırmacının rehberliği eşliğinde hedeflenen fazla zaman geçirmiştir. Bu esnada, yolcular öğlen yemeğini yerel bir restoranda yemiş ve bir kafede atıştırma yapmış, Şehir Merkezi, Tarihi Yerler ve Müzeleri ziyaret etmişlerdir. Gün sonunda, yolculara 17:00 civarında gemiye katılmak üzere liman yerine kadar eşlik edilerek yolcuların destinasyondan mutlu ayrılmaları sağlanmıştır. Pilot uygulamanın başarılı olduğunun kanıtı, yolculardan alınan e-mail ile sağlanmıştır.

EK D



Şekil D.1 : Liman gönüllüsü uygulaması¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt).

¹ Soldaki fotoğraf Denizciler Derneği Kafetaryası'nda Mozole, Anfi Tiyatro, Milta Marina güzergahından sonraki mola; sağdaki fotoğraf Anfi Tiyatro'nun tam karşısında bulunan seyir tepesi

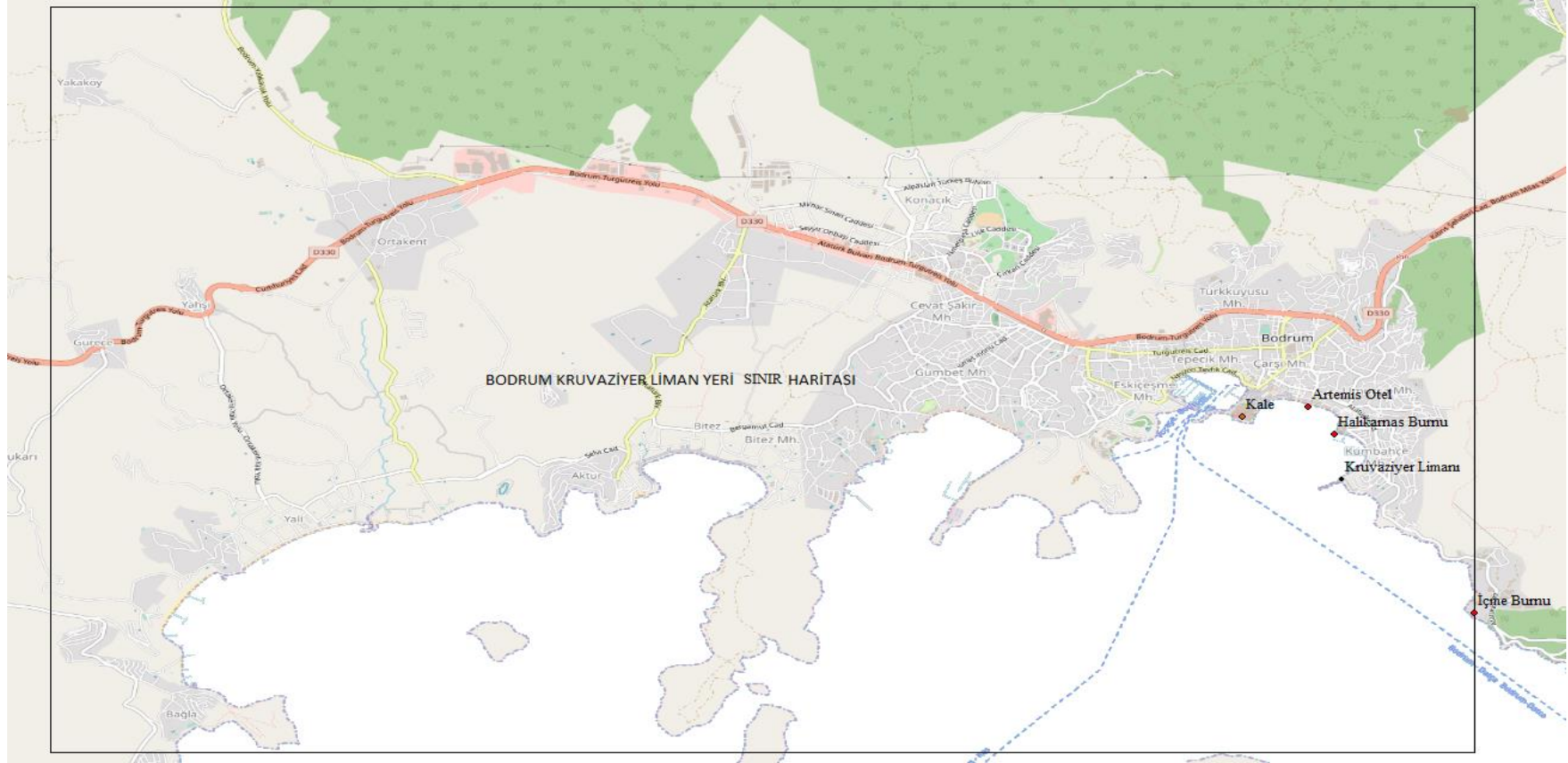
EK E**Çizelge E.1 : Yolcu geribildirimleri, 2016 yılı.**

Yolcu geri bildirimleri (Türkçeleştirildi)	Güçlü yönler	Zayıf yönler	Değerlendirme ve Öneriler
“Gemiden Kale turu satın almıştık. Pahalı olmayan ve iyi bir tur. Tur sonunda biraz yürüme imkanı bulduk. Dönüşü botla denizden yaptık. Bu da turun bir parçasıydı. Yürüyüş sırasında biraz alışveriş yaptık çarşı esnafı Kuşadası’ndaki kadar saldırgan değil”	Tur fiyatları uygun, Çarşıdaki satıcılar saldırgan değil	Tur ve alışveriş sonunda gemiye yürüme mesafesi	Oldukça maliyetli olarak inşa edilen limanın yeri taşınamayacaktır. Bu nedenle yolcuların daha konforlu ve keyifli olarak Kale’ye yürüme mesafesi göz önüne alınarak yollar geliştirilmelidir.
“Kale ve Müze oldukça basamaklı ve hareket kabiliyeti kısıtlı olan kişiler için çok zorlu”		Bodrum Kalesi ve Kale içindeki müze çevresi ve basamakları hareket kabiliyeti kısıtlı olan kişiler için oldukça uygunsuz.	Bodrum Kalesi engelli kişiler için ziyaret edilebilir hale getirilmelidir. Kale dışında en azından engelli vatandaşların üç boyutlu sinema şeklinde oturarak kaleyi izleyebilecekleri bir simülasyon yapılabilir.
“Santorini’den sonra uğradığımız en güzel liman. Ayrıca, alışveriş olarak burası oldukça iyi. Limana yakın sahilleri var. Herşeye rağmen su güzel görünüyor”	Santorini’den sonra en güzel lokasyon Bodrum; Alışveriş imkanı iyi ve plajlardaki su güzel olarak değerlendirilmekte.		Tanıtım faaliyetleri artırılmalıdır.
“Tur satın almadım çünkü yürümeyi seviyorum. Güzel geçti ancak biraz sıkıldım çünkü alışveriş dışında bir aktivite bulamadım”		Lokasyon tur almadan gezildiğinde oldukça sıkıcı	Serbest grup halinde veya bireysel gezinmeyi seven yolcular için özel alternative faaliyetler geliştirilmeli ve tanıtılmalıdır. Böylece lokasyon daha fazla kazanacaktır.
“Bu benim Bodrum’daki ilk zamanım, daha önce bu şehir hakkında hiçbir şey duymamıştım. İkinci defa ziyaret etmek güzel olabilir”	Tekrar gelinebilecek bir lokasyon		Marka ve kimlik kazandırmak şehrin insanlar arasında yayılmasını ve tanıtımını sağlayacak bir gerekliliktir.
“Şehir içinde çok fazla satıcı var ve rahatsız edici, agrasif”.		Satıcıların ısrarla rahatsız edici boyutta satış yapma davranışı	Çarşı esnafı müşteri ilişkileri ve davranışları hakkında eğitilmeli, düzenli olarak bilgilendirilmeli

Çizelge E.1 (devam) : Yolcu geribildirimleri, 2016 yılı.

Yolcu yorumları (Türkçeleştirildi)	Güçlü yönler	Zayıf yönler	Değerlendirme ve Öneriler
“Kale, Müze, Mindos Kapısı ve Mozole için gemide bir tur satın aldık. Tur güzeldi ancak tur boyunca öğlen yemeği için hiç bir yerde durulmadı, gemiye gider gitmez yemek yiyeceğim”	-	Kale, Mousellium ve Myndos Kapısı turu boyunca hiç bir yerde yeme ve içme için mola verilmemiş olması nedeni ile tur bitiminde limana oldukça yorgun dönülmesi	Tur acenteleri denetlenmeli, yolcuların tur başlangıcında ve bitiminde değerlendirilmeleri akademik veya bağımsız bir kuruluş tarafından alınmalı ve geliştirilme çalışmalarına başlanmalı
“Tur güzel geçti ancak liman ve çevresinde pek birşey yok. Liman içinde küçük bir freeshop bulunuyor ve bir restoran”	-	Kara turu bitiminde limana dönen yolcu, gemiye binmeden önce liman sahasının içinde yapacak hiç bir aktivite imkanı bulamamış; free-shop dışında hiç bir şey yok olarak eleştirilmiştir.	Liman sahasında gümrüksüz sahada yoğun sezonda hem yolcuların hem de az yoğun sezonda ve sezon sonunda halkın faydalanabileceği faaliyet (restoran, bar, kafe, çocuk parkı, okuma salonu, küçük bir kütüphane gibi) alanları yapmak
“Limandan merkeze yürümek biraz zor, taksi tutmak en iyisi”	Taksi imkanı	Liman sahasından merkeze yürüme mesafesi	Yürüme mesafesinde peyzaj çalışmaları yapmak, yol boyunca restoran ve kafe dışında etkinlikler sergilemek, taksilerin park alanına genişletmek
“Kale oldukça ilgi çekici ve güzeldi. Burada oldukça fazla zaman geçtik. Daha sonra Myndos ve Mozole’ye gittik. Rehber eşliğinde aldığımız tur bizi ayrıca Antik Tiyatro’ya da götürdü. Tur bitiminde zaman kalsaydı Halikarnas yerleşimini daha fazla gezmek isterdim. Ancak tur aralıksız devam etti ve uzun sürdü”	Kale ve Kale içindeki yapılar ve su altı arkeoloji müzesi oldukça ilginç olarak değerlendirilmekte. Not: Tur satın alarak kaleye gelen bir yolcu kaleyi ziyaret ettikten sonra şu yorumu yapmıştır: “Do not book excursion for the Castle of St. Peter! Cost only 10 Euros to do on your own”. Yolculara kale ziyaretini bireysel yapabileceklerinin gösterilmesi önemlidir.	Kale, Mindos Kapısı, Halikarnas Antik Tiyatrosu’nu kapsayan kara turu oldukça yorucu olup; tur otobüsünün hiç ara vermeden cazibe noktaları arasında hareket etmesi	Tur esnasında yolcular mola verip dinlenmeyi istemektedirler. Tur acenteleri denetlenmeli, yolcuların tur başlangıcında ve bitiminde değerlendirilmeleri akademik veya bağımsız bir kuruluş tarafından alınmalı ve geliştirilme çalışmalarına başlanmalı Liman’dan çıkışında cazibe yerleri serbest giriş ücretlerini gösteren bir tanıtım broşürü koyulabilir

EK F



Şekil F.1 : Bodrum Yolcu İskelesi (bugünkü Bodrum Kruvaziyer Limanı) alternatif iskele inşa noktaları¹.

¹ Bodrum Yolcu İskelesi inşaatı için belirlenen alternatif yerlerin: Kale, Artemis Otel, Halikarnas Burnu ve İçme Burnu) harita üzerinde gösterimi

EK G

Çizelge G.1 : Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktılar¹.

Değerlendirilen Konu Başlıkları	Limanın Kanumu	Limanın Ayırd Edici Özellikleri	Limana Yerleşkesindeki Cazibe Yerleri	Kruvaziyer Turizmi Açısından Güçlü Yönler	Kruvaziyer Turizmi Açısından Zayıf Yönler	Limana Kimlik Tanımı	Problem Tespiti
Katılımcı-1	Limanın bulunduğu konum şehir içine yürüme mesafesi olup, liman daha şehre yakın inşa edilemez. Bu nedenle konumunu iyi	Limana yapay bir limandır. Bu nedenle antik herhangi bir özelliği ve kültürel niteliği yoktur	Bodrum'un dağlık bölgelerinde endemik yerler bulunmaktadır (Pedesa gibi). Ayrıca Deniz Müzesi, Bir adet merkezde kilisesi, sağlık turizmi açısından Basınç Odası ve engelli çocuklar için çalışan bir sağlık vakfı bulunmaktadır.	Yerleşik nüfusunun eğitim, kültür düzeyi değerlendirildiğinde nitelikli bir lokal yerleşik halkın varlığı. İnsan profili.; limandan tarihi yerler (kale, değirmenler) görünmekte	Öne çıkarılmayan endemik yerlerin (Mars tapınağı , Mozole gibi) yok olması, unutulması; nitelikli bir iş gücü oluşturmak için yerel halkın turiste hizmet verecek alanlarda çalışmıyor olması, Limanın yöreye ekonomik ve sosyal açıdan katkısı olmaması, Cruise port'un Bodrum a uygun bir kimliği, görünüşü, kültürü olmayışı; Halk ile cruise yolcuları arasında herhangi bir etkileşim gerçekleşmemesi; Turistin halk ile temas kuracağı herhangi bir etkinlik, aktivite bulunmaması	Bodrum Limanı (eski liman) antik tarihi bir limandır. Cruise limanı Bodrum limanından ayrıdır. Bu nedenle de bir kimliği yoktur.	Ulaşım problemi başta gelmektedir

¹ Paydaş görüşlerine göre Bodrum Kruvaziyer Limanı ve Bodrum'da Kruvaziyer Turizmi hakkındaki tespitler

Çizelge G.1(devam) : Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktılar¹.

Değerlendirilen Konu Başlıkları	Limannın Kanumu	Limannın Ayırd Edici Özellikleri	Limana Yerleşkesindeki Cazibe Yerleri	Kruvaziyer Turizmi Açısından Güçlü Yönler	Kruvaziyer Turizmi Açısından Zayıf Yönler	Limana Kimlik Tanımı	Problem Tespiti
Katılımcı-2	Kale'önündeki liman kruvaziyer limanına göre Yunan adaları turlarından gelen gemiler için daha uygundur.	Cruise limanının kendi başına ayırt edici bir özelliği yoktur.	Bodrum, Mavi Turu ile bilinir. Korunması, sürdürülmesi gerekir. Dalış turizmi de ayrıca cruise turistinin sıklıkla tercih ettiği bir turistik üründür. Bodrum da bu spor için oldukça uygundur. "Windstar" işletmesinin gemileri ile gelen turist çoğunlukla dalış yapar.	Mavi tur, temiz denizi koy ve körfezler, sivil toplum örgütlerinin varlığı	Limana gecekondularla yapılmıştır. Hiçbir mimari ve estetik öğe yansıtılmamıştır. Bisiklet yollarının olmaması. Çarşı gemiye hitap etmiyor, kültür ve tarihi öğeler çarşı kültürü yansıtılmıyor, çarşı içinde planlama ve denetim bulunmuyor bu da yolcuların liman yeri alışveriş davranışlarını olumsuz etkiliyor.	Bir kimliği yoktur. Bodrum'un kimliğini cruise limanına gelen operatörler belirlemektedir. Kruvaziyer limanı ile Bodrum'un kimliği entegre olmalıdır. Mavi yolculuk, koy ve körfezler, tarihi ve kültürel öğelerin eğlence ile birleşmesi kimliği oluşturur.	Kruvaziyer limanının görünür problemi liman-şehir entegrasyonundaki eksikliklerdir.

¹ Paydaş görüşlerine göre Bodrum Kruvaziyer Limanı ve Bodrum'da Kruvaziyer Turizmi hakkındaki tespitler.

Çizelge G.1(devam) : Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktılar¹.

Değerlendirilen Konu Başlıkları	Limanın Kanumu	Limanın Ayrıld Edici Özellikleri	Limana Yerleşkesindeli Cazibe Yerleri	Kruvaziyer Turizmi Açısından Güçlü Yönler	Kruvaziyer Turizmi Açısından Zayıf Yönler	Limana Kimlik Tanımı	Problem Tespiti
Katılımcı-3	Limana yapay bir limandır. Doğal limana yerine inşa edilmesi gündemdedi. O zaman limana yeri kabul edilmiş olsaydı ve kaleye yakın inşa edilsedi daha iyi olabilirdi. Bodrum Limanı ile cruise limanını ayırı ayrı ele almak gerekir. Bu iki limana birbirinden kopuktur. Ayrıca limanın ard bölgesi genişlemek için uygun değildir.	Cruise limanının tek başına ayıt edici bir özelliği yoktur. Ancak Bodrum Limanı antik bir limana, doğal korunaklı bir limana ve eski tersane özellikleri ile öne çıkar.	Salmakis Koyu mitolojik özelliklere sahiptir. Yine cruise limanının bulunduğu yer olan Şalvarağa burnunun tepesinde Karaada'nın karşısında denk gelen bir konumda kral mezarı bulunduğu söylenir. Bununla ilgili de mitolojik efsaneler vardır.	Bodrum cruise yolcuları için bisiklet turlarının düzenlenebildiği özellikte bir yerdir. Dar sokaklarda gezinmek yolcuların hoşuna gitmektedir.	Limana etrafında sosyalleşme imkanı bulunmamaktadır, limana yolcuya hiçbir konfor, hizmet vs. sağlamamaktadır. Yolcular yorgun argın gemiye gitmeden önce limanda veya limana yakın bir meydana ferah ferah oturamıyor veya bir faaliyette (hafif spor gibi) bulunamamaktadır. Bodrum her ne kadar beyaz evleri ile kendine özgü bir yapıda olsa da burada bir mimari söz konusu değildir. Badana! Beyaz ın Bodrum'u yansıttığı söylenemez. Turistik information noktaları cruise turisti için yetersiz. Bir tane denizciler kahvesinin arkasında var fakat yeterli değil. İş gücü niteliğinde de zayıf. Limana ile yörenin örtüşmemesi de zayıflık olarak söylenebilir.	Bodrum cruise limanı butik bir limandır (kuşadası ile karşılaştırıyor). Kültür felsefe, tarih öğelerini taşımaktadır. Bodrum limanı ve kenti eski Helenistik dönemden günümüze hem ticari hem de tarihi / kültürel bir yoldur. <input checked="" type="checkbox"/> Bodrum Kalesi, Mavi Yolculuk, Cevat Şakir kimlik sembolü olabilir.	Limana ve kent birbirinden kopuktur. Limana bölgesi sosyal açıdan oldukça zayıftır. Gelen turist karşısında soğuk binalar görmektedir. Limana içinde yolcu rahat konfor gözetilmemiştir.

¹ Paydaş görüşlerine göre Bodrum Kruvaziyer Limanı ve Bodrum'da Kruvaziyer Turizmi hakkındaki tespitler.

Çizelge G.1(devam) : Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktılar¹.

Değerlendirilen Konu Başlıkları	Limanın Kanumu	Limanın Ayırd Edici Özellikleri	Liman Yerleşkesindeki Cazibe Yerleri	Kruvaziyer Turizmi Açısından Güçlü Yönler	Kruvaziyer Turizmi Açısından Zayıf Yönler	Liman Kimlik Tanımı	Problem Tespiti
Katılımcı-3	<p>Liman bana göre hem bulunduğu konumun yanlışlığı ile hem de şehir ve diğer turistik yerler ile kopukluğu nedeniyle bana göre kesinlikle bir cruise limanı değildir.</p> <p>Şehir geliştikçe ve limana olan gemi talebi arttıkça örneğin 15 sene sonra mevcut cruise limanının genişlemesi mümkün değil. Bu nedenle alternatif düşünmek gerekiyor. Alternatif olarak Gümüşlük önerilebilir. Yapılacak olan ileriye dönük planlar en az 40-50 yılı düşünmelidir. Yıllık nüfus artışı dikkate alınmalıdır, bunun yanında yoğun sezonda milyonlara ulaşan nüfus da planlamada göz önüne alınmalıdır.</p>	<p>Kruvaziyer limanının tek başına bir ayırd edici özelliği bulunmuyor</p>	<p>Bodrum'da kültürel, tarihi, doğal, endemik, dini ve daha sayısı artırılabilir bir çok turistik değer vardır. Karya / Dorlar Ülkesi: Karya dönemi limancılık faaliyetleri; Milas Beçini (40 km mesafe); Menteşe beyliğinin Başkenti (Havaalanına 5 km mesafede) Dini ve mitolojik yerler: Lagina Kutsal Alanı, (Bodrum'a 60 km) - Hakate Tapınağı - Pagan Kabesi niteliğindedir (dünyada 3.5 milyona yakın pagan dini mensuplarının ziyareti gerçekleştirilebilir)</p> <p>Kültürel yerler: Dibeklihan Doğal yerler: Bargilya (kuş, habitat) – burayla ilgili bir proje mevcut: "kuş gözlem evi"</p> <p>Tarihi yerler: Pedasa, Karaova Gastronomi : Karaova şarap bağları projesi hayata geçirildiğinde olacak Kültürel aktiviteler: Bale Festivali, D-marine müzik festivali</p>	<p>Tarihi, kültürel, doğal yerleri ; Başka kültürlere açıklık; halkın eğitim kültür düzeyi Türkiye'nin diğer yerlerine oranla yüksek, STK ların sayısındaki fazlalık gelişim için önemli bir güçlü yön (132 dernek var)</p>	<p>turistik işletmelerde temel dil bilgisi düzeyinde değil. İşgücü yetersiz.</p> <p>Turizmde devamlılık yok. Dört mevsim turizm olmaması nedeniyle turistlere hizmet veren kadro her sene hatta sezonluk değişiyor bu nedenle de esnaf ve işletmeler arasında birlik beraberlik ve ekip çalışması yapılamıyor. Bodrum da klasik deniz kum güneş eğlence üzerine ağırlık verilmiş alternatif turizm çeşitlendirmeye gidilmemiş.</p> <p>Güvenlik zayıf. Uyuşturucu kullanımı kontrol edilemiyor.</p> <p>Lokal ulaşım zayıf. Akbük, Yalıkavak ve Didim'e denizden düzenli hatlar koyulmalı.</p> <p>Sokaklar pis, altyapı eksik. Lokal yerli üretim eksik. Çok fazla ithal ürün kullanılıyor. Güçlü bir üniversitesi yok. Özellikle turizm işletme alanında lokal nitelikli işgücü yaratmaya yönelik hiçbir kurum yok.</p>	<p>Limanın tek başına kimlik tanımı yapılamamaktadır.</p>	<p>Şehir bağlantı yolları çok zayıf.</p> <p>Liman çevresindeki yapılaşma, liman çevresindeki esnafın günü kurtarmaya yönelik yaptığı uygulamalar geleceği ipotek altına alıyor.</p> <p>Bodrum Limanı Bodrum'un bir parçası değildir. Lokal ile liman bütünleşmemiştir. Oysa ki cruise limanları buldukları kentin adresi olmalıdır.</p>

¹ Paydaş görüşlerine göre Bodrum Kruvaziyer Limanı ve Bodrum'da Kruvaziyer Turizmi hakkındaki tespitler.

Çizelge G.2 : Yerel uzman görüşmesine ilişkin çıktıların özeti.

Değerlendirilen Konu Başlıkları	Limanın Kanunu	Limanın Ayrıld Edici Özellikleri	Limana Yerleşkesindeki Cazibe Yerleri	Kruvaziyer Turizmi Açısından Güçlü Yönler	Kruvaziyer Turizmi Açısından Zayıf Yönler	Limana Kimlik Tanımı	Problem Tespiti
ÖZET	"Şehir içine yürüme mesafesinde"; "Kale önünde bulunan Bodrum Limanı Doğal, Cruise Limanı yapay bir limandır". "genel olarak konumu iyi fakat ard bölgesi genişlemek için uygun değil"	Yapay liman bu nedenle kendi başına ayrıld edici özelliği yok"	"endemik yerler vardır: Mars tapınağı, Pedasa gibi"; "Mavi tur, dalış ve sus porları merkezi"; "Salmakis Koyu gibi mitolojik özellikleri olan yerler"; "Kral mezarları gibi anıtlar"; "Eski medeniyetlere ev sahipliği yapmış"; "Karya'nın Başkenti: Halikarnassos"; "Doğal yerler: Bargilya (kuş habitatu); "Kültür ve Sanat aktiviteleri"; Tarihi kültürel yerleri: Dineklihan"	Güçlü yönler: Halkın dışa dönük, eğitilmiş olması; STK'ların etkin olması; iyi planlanırsa çeşitli cazibe yerleri var; doğal koy körfezleri.	Turizm sağlayıcıları yerel halktan oluşmuyor; Cruise Port Bodrum'un kültürü ve kimliğiyle bütünleşmemiş, halk ile yolcular hiç etkileşime girmiyor; çarşı gemi yolcularına hitap etmiyor, planlama ve denetim yok; limanda ve çevresinde sosyalleşme imkanı yok; liman halka açık değil, liman yerel mimariyi yansıtmıyor, turist danışma büroları çok yetersiz, liman ile yerel örtüşmüyor, liman gecekondu gibi yapılmış (hiçbir estetik değer gözetilmemiş), yabancı dil bilen personel eksik, turizmde devamlılık yok, esnaf ve çalışanlar her sezon değişiyor bu da denetleme ve planlamayı engelliyor, güvenlik zayıf, sokaklar pis, lokal yerli üretim eksik, çok fazla ithal ürün kullanılıyor, turizm işletme alanında güçlü bir eğitim kurumu yok (üniversite gibi)	"Cruise limanının kimliği yoktur". "Limana bir kimliği varsa o Bodrum'a gemi getiren tur operatörlerince belirlenmektedir"; "Bodrum Cruise limanı butik bir limandır ancak kimliği yoktur"; "Yerelde mevcut kültür, felesefe ve tarihi öğeler limanda yansıtılmamaktadır" "Bodrum'da uluslararası sulara açılan iki kapıdan birisi olan Bodrum cruise portunun bir sembolü olacağı bu Kale veya Cavat Şakir olabilir"	"Ulaşım problem başta gelir"; "Limana şehir entegrasyonu problemlidir"; "Limana ile kent birbirinden kopuktur"; "Limana çevresi sosyal olarak oldukça zayıftır, gelen yolcular soğuk beton yığınları görmektedirler"; "Limana içinde de yolcu konforu düşünülmemiştir"; "şehiriçi bağlantı yolları zayıftır; "lokal ile limana bütünleşmemiştir"; "Bodrum cruise limanı Bodrum'un bir parçası değildir"

EK H



Şekil H.1 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın hemen arkasındaki hediyelik eşya dükkanının genel durumu¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 2017).

¹ Soldaki fotoğraf 2017 yılının Haziran ayında gemi ziyaretinin olduğu bir günün sabahı çekilmiş olup, sağdaki resim aynı hediyelik eşya dükkanının 2017 yılı Kasım ayında çekilmiştir. Gemi gelmedi zaman, turistik sezonda da ilgili hediyelik eşya dükkanının açık olmadığı tespit edilmiştir.



Şekil H.2 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın hemen arkasındaki kafeteryanın genel durumu¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 2017).

¹ Soldaki fotoğraf 2017 yılının Haziran ayında gemi ziyaretinin olduğu bir günün sabahı çekilmiş olup, sağdaki resim aynı hediyelik eşya dükkanının 2017 yılı Kasım ayında çekilmiştir. Gemi gelmedi zaman, turistik sezonda da ilgili hediyelik eşya dükkanının açık olmadığı tespit edilmiştir.



Şekil H.3 : Bodrum Kruvaziyer Limanı, gemi yanaşma iskelesi¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 2016).

¹Celebrity Reflection ve Thomson Dream adlı gemi ziyareti esnasında 2016 yılında çekilmiştir.



Şekil H.4 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'na giden tek araç yolu, İskele Caddesi¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 2018).

¹ Soldaki fotoğraftaki, İskele Caddesi olarak adlandırılan caddenin Atatürk Caddesi'ne bağlandığı yerden (yaklaşık liman yaya çıkış kapısına 500 metre mesafesinde) şehir içi dolmuşlarının durağı bulunmaktadır. Ancak, limandan yürüyerek çıkan yolcuları bu yöne yönlendiren herhangi bir işaret olmadığı gibi yol üzerinde her iki fotoğrafta da görüleceği üzere yaya yolu bulunmamaktadır.



Şekil H.5 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın bitişiğinde bulunan sahil¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 2018).

¹Liman bitişiğindeki bu sahil herhangi bir otel ya da işletmeye ait olmayıp atıl bir durumda bulunmaktadır (soldaki fotoğraf). Yerel halk tarafından oldukça nadir kullanıldığı tespit edilen sahilin arkasında bulunan site ile arasında rekreasyon faaliyetleri için potansiyel boş bir arazi (sağdaki fotoğraf) bulunmaktadır.



Şekil H.6 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'nın kara tarafından bir görünüş¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 2017-2018).

¹ sınırları içindeki araç park sahası ve limanın bitişiği sezon sonunda park yeri olarak kullanılmaktadır.



Şekil H.7 : Bodrum Kruvaziyer Limanı yolcu çıkışı ¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, 5 Eylül 2017, saat 10:38).

¹ Gelen yolcuların terminal binasına geçiş yolu (soldaki fotoğraf), yolcuların kontrol işlemlerinden yolcuların limandan yürüyerek veya taksi ile çıkışı (sağdaki fotoğraf).Kruvaziyer gemileri ile gelen yolcuların bir bölümü serbest olarak fotoğraf sağda görüldüğü gibi limandan ayrılmaktadır. Bir bölümü ise liman sahası içinde tur otobüsleri ile kara turlarına katılmaktadırlar. Kara turları, gemilerin işbirliği içinde olduğu tur operatörleri tarafından düzenlenirken, yerel bir otobüs işletmesi ile yolcular taşınmaktadır. Gelen gemi büyüklüğüne göre değişmekte iken, Mein Schiff-2 gemisinin yaklaşık 500-600 yolcusunun tur otobüsleri ile cazibe yerlerine gittiği tespit edilmiştir. Yolcuların bir kısmı gemiden inmezken, taksi şoförlerinden alınan bilgilere göre 500 kişiden daha azı serbest olarak şehre gitmeyi tercih etmektedir.



Şekil H.8 : Bodrum Kruvaziyer Limanı yolcu çıkışı ² (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, Ekim, 2017, 11:05).

² Kruvaziyer Limanı'ndan yürüyerek, tur satın almaksızın destinasyonu gezmek isteyen yolculara taksiciler rehberlik etmektedir. Fotoğraftaki ayaklı harita, Bodrum Şehir Haritası olup, üzerindeki bilgiler yalnızca Türkçe dilinde yazılmıştır.



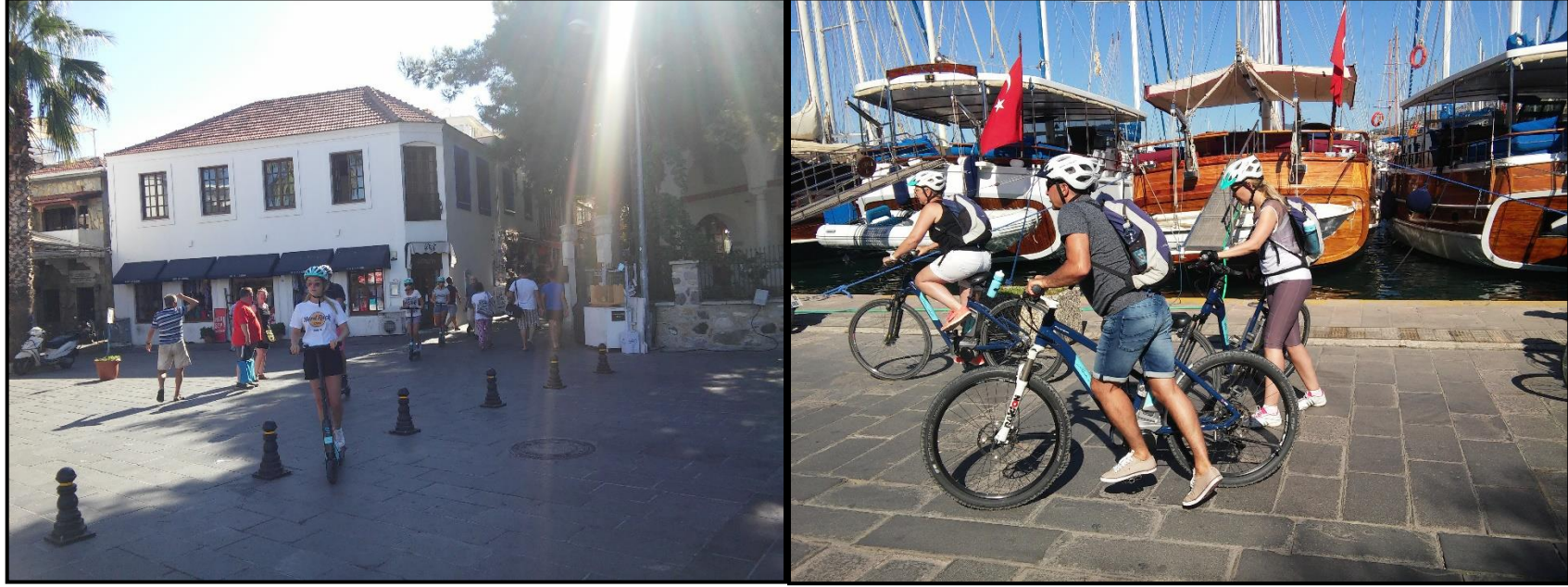
Şekil H.9 : Bodrum Kruvaziyer Limanı yolcu çıkışı Kumbahçe mevki¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, Eylül, 2017, 11:20).

¹ Bodrum Kruvaziyer Limanı'ndan yürüyerek ayrılan yolcular Kumbahçe mevkiine doğru yürümekte iken.



Şekil H.10 : Kumbahçe Mevkii'nden Şehir Merkezi'ne doğru yönelen yolcular ¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, Eylül, 2017, saat 11:35).

¹ Kruvaziyer gemi ziyaret gününde Kumbahçe'deki yürüme yolu üzerinde ikmal faaliyetlerinin sürdüğü sabah saatlerinde yolcular da Şehir merkezine doğru yürümekte



Şekil H.11 : Yolcuların Şehir Merkezi'ne ulaşım aracı, Segway ¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, Eylül, 2017, saat 09:54).

¹ Yolcuların segway (soldaki fotoğraf) ve bisiklet (sağdaki fotoğraf) kullanarak Şehir merkezi ve diğer cazibe merkezlerine gezinti yapmakta¹ Fotoğraftaki yolcular geminin sunduğu imkanlar (bisiklet, segway ve rehber) eşliğinde kara turları gerçekleştirmektedir.



Şekil H.12 : Yolcuların Şehir Merkezi'ne ulaşım aracı, Bisiklet¹ (Fotoğraf: Şeyma Bayazıt, Eylül, 2017, saat 09:56).

¹ Gemiden bisikletleri ile Kale önüne gelen kruvaziyer yolcularının Mendirek'e doğru seyri¹ . Bodrum Kruvaziyer Liman Yeri için tur operatörlerinin yolculara sattığı kara turlarında bisiklet ve segway gibi araçlar ile gezintiler olmasına ve bu kara turlarına yolcuların mevcut talebine rağmen, altyapı, üst yapı itibariyle çalışma alanının bu tür aktiviteler için uygun hale getirilmemiş olduğu tespit edilmiştir.

EK I



Şekil I.1 : Dünya'nın yedi harikası¹ (Url-22).

¹ Herodot'un gemi seyahati boyunca gördüğü en ilginç insan yapımı varlıkların bir listesi, bugün Dünya'nın Yedi Harikası (SWW) olarak adlandırılmaktadır (Mancini, 2003). Bunlardan iki tanesi Türkiye'de bulunmaktadır. Mısır Piramitleri (Giza, Mısır), Babil'in asma bahçeleri (Babil, Irak), Zeus Tapınağı (Olimpia, Yunanistan), Artemis Tapınağı (Efes, Türkiye), Rodos Heykeli (Rodos), İskenderiye Feneri (İskenderiye, Mısır), Mozole (Bodrum, Türkiye).

EK İ

Çizelge İ.1 : Bodrum Kruvaziyer Limanı'nı ziyaret eden (transit) kruvaziyer gemi bilgileri¹.

Yıllar	Gemi adı	Draft (m.)	LOA (m.)	Tonaj (GT)	Yolcu Kapasitesi (Maksimum)	Çalışan sayısı	Uğrak bölgeler	Geminin güzergah tanıtım sloganı (İngilizce)
2016	Celebrity Reflection	8.2	319	122000	3000	1500	Yunanistan, Türkiye, İtalya	<i>11 Night Greece, Turkey & Italy Cruise</i>
2016	Celebrity Equinox	8.9	319	122000	3000	1500	Atlantis, Barselona, Yunanistan	<i>10 Night Atlantis Barcelona To Athens Cruise</i>
2016	Mein Schiff 2	8.5	263	77713	2114	909	Doğu Akdeniz	<i>7 Nacht Östliches Mittelmeer Mit Bodrum*</i>
2016	Thomson Dream	<i>Şimdiki adı: Marella Discovery, teknik özellikleri aynı</i>					Adalar (Ege, Iconic Island)	<i>7 Night Iconic Islands</i>
2016	MV Voyager	5.8	153	15271	556	215	Türkiye ve Yunanistan	<i>14 Day Tales Of Turkey And A Grecian Escapade</i>
2017	Pacific Princess	5.7	180	30277	824	373	Dünya turu	<i>94 Day World Cruise - Los Angeles to Ft. Lauderdale</i>
2017	Thomson Spirit	7.5	214	33930	1378	560	Adriatik ve Akdeniz	<i>8 Night Adriatic Gems</i>
2017	Star Flyer	5.5	116	2298	170	72	Ege, Adalar	<i>7 Night Southern Cyclades</i>
2017	Mein Schiff 2	8.5	263	77713	2114	909	Doğu Akdeniz	<i>7 Nacht Östliches Mittelmeer Mit Bodrum</i>
2017	Mein Schiff 5	8.1	295m	99800	2534	1000	Akdeniz	<i>11 Nacht Antalya Trifft Mallorca</i>
2017	Thomson Dream	<i>Şimdiki adı: Marella Discovery, teknik özellikleri aynı</i>					Adalar (Ege, Iconic Island)	<i>7 Night Iconic Islands</i>
2017	Seabourn Odyssey	6.4	198	32000	458	330	Doğu Akdeniz	<i>Eastern Mediterranean Empires</i>
2018	MarellaDiscover-2	7.9	264	70000	1836	765	Adalar (Ege, Iconic Island)	<i>7 Night/Iconic-Islands</i>
2018	MeinSchiff2	8.5	263	77713	2114	909	Ege	<i>7-Nacht/ÄGais-Mit-Kreta</i>
2018	StarFlyer	5.5	116	2298	170	72	Ege, Adalar	<i>7 Night-Southern Cyclades</i>
2018	Mein Schiff4	8.1	295	99700	2506	1000	Doğu Akdeniz	<i>8 Nacht/Östliches-Mittelmeer-Mit-Athen**</i>

¹ Bodrum'a 2016, 2017, 2018 yılları arasında gelen kruvaziyer gemiler incelendiğinde, tonajlarının: 2292-122000 gros ton; yolcu kapasitelerinin ise 170-3000 yolcu arasında gözlenmiştir.

EK J

Çizelge J.1 : Tezde kullanılan kruvaziyer terimleri sözlüğü¹

<p>Draft (draught): Su çekimi olarak da bilinen geminin su altında kalan derinliği. Kruvaziyer gemilerinin kıyı yapılarına yanaşma olanağını etkileyen önemli bir ölçüttür. Kruvaziyer gemileri hacimsel olarak büyük boyutlarına rağmen yük gemileri ile kıyaslandığında daha az su çekimine sahiptir. Geminin su çekimi yanaşacağı liman, sığ sular ve adalar gibi kıyı alanlarındaki kıyı yapılarının tesisi açısından önem taşımaktadır.</p> <p>Gemi boyu (Length overall): Gemi gövdesinin su hattına paralel olarak hesaplanan maksimum boyudur. Kruvaziyer gemilerinin yanaşma ve manevra olanaklarını etkileyen önemli bir ölçüttür.</p> <p>Gros ton (gross tonnage): 1969 tarihli International Convention on Tonnage Measurement of Ships sözleşmesi hükümlerine göre bir geminin toplam büyüklüğünün ölçüsüdür. Geminin tüm kapalı alanlarının kalıplanmış hacmidir. Bir geminin gros tonajı yönetmelikler, güvenlik kuralları ve tescil ücretlerinde temel alınan büyüktür.</p> <p>Kruvaziyer (cruise): Gemi ile gerçekleştirilen seyahattir (Mancini, 2004). Denizde veya iç sularda, yalnızca konaklama veya diğer tesislerle tamamlanan, rekreasyon amaçlı çalışan, gemide iki gecedan fazla konaklamayı aşan bir ulaşım hizmeti olarak tanımlanmaktadır (Url-23). Gemi seyahati anlamına gelen kruvaziyer; turistik amaçlara hizmet etmek üzere çeşitli güverte olanakları (restoran, tiyatro, sinema gibi eğlence yerleri, farklı özelliklerde kamaralar, havuzlar vd.) ile donatılmış olan esasen birer yolcu gemisi niteliğindeki kruvaziyer gemileri aracılığıyla deniz yolculuğu, liman yeri ziyaretleri ve liman yerlerindeki kara turlarını (<i>shore excursion</i>) kapsayan turistik faaliyetler bütünüdür (Ward, 2002; Gibson, 2006). Kelime anlamı dolaşmak, gezinti, ağır ağır gezinmek, gemi ile yolculuk vd. olan “cruise” kelimesi, genellikle tatil, seyahat, turistik gemi seyahati, yüzer otel gibi anlamları çağrıştırmaktadır. Türk Dil Kurumu’nda henüz “kruvaziyer” tanımı yapılmamıştır.</p>	<p>Kruvaziyer endüstrisi (cruise industry): Deniz ve kıyı turizminin önemli bir alt dalı olan (OECD, 2016), kruvaziyer endüstrisi; seyahat ve eğlence sektörünün deniz ulaşımı ile iyi entegre edilmiş özel bir bölümü olarak tanımlanmaktadır (Gibson, 2006’da atıfta bulunduğu gibi).</p> <p>Kruvaziyer ürünü (cruise product): Kruvaziyer literatüründe geçen bu kavram, turizm literatüründeki turistik ürün veya turizm ürünü tanımına yakın bir biçimde tanımlanabilir. Turizm ürünü temel unsurları belirli bir coğrafi alandaki çekicili unsurları (festival gibi etkinlikler ve müze gibi fiziksel yapılar gibi) ve ulaşılabilirlik olan, yapısı gereği hizmet sektöründe pazarlanan ayrıca somut ve somut olmayan ürünlerin bileşiminden oluşan bir kavram olarak tanımlanır (Şengül ve diğ., 2018). Kruvaziyer ürünü ise, gemi seyahati ve liman yerlerinde gerçekleştirilen turistik faaliyetlerin bir bütünü olarak tanımlanır.</p> <p>Kruvaziyer gemi operatörü (cruise ship operator): Kruvaziyer gemi sahibi veya işleticisi olan, yalnızca geminin teknik ve/veya ticari yönetimine ilişkin konularla ilgilenen denizcilik işletmeleridir.</p> <p>Kruvaziyer Gemisi (cruise ship): Kruvaziyer gemileri, turistik amaçla yolcularını birden fazla liman yerine taşıyan birer yolcu gemisidir. Bir yolcu gemisi, yalnızca bir noktadan diğerine yolcu taşıma yani ulaştırma amacıyla suda hareket ediyorsa işlevsel olarak kruvaziyer turizmi faaliyetinde bulunmadığı için kruvaziyer gemisi sayılmamaktadır. Avrupa Birliği kurallarına göre yolculara eksiksiz bir turizm deneyimi olan bir yolcu gemisi anlamına gelir (Url-23). Ayrıca kruvaziyer gemisinde her yolcu için kabin bulunmaktadır ve eğlence amaçlı tesisler kruvaziyer deneyimine dahil olup; seyir halinde yolculara gemi işleticisi tarafından kruvaziyer yolcusu gibi hizmet sunulsa dahi feribot gemileri, kabinleri ile sınırlı sayıda yolcu taşıyabilen yük gemileri, günübirlik gezi yapan tekneler kapsam dışındadır.</p>
---	---

Çizelge J.1 (devam) : Tezde kullanılan kruvaziyer terimleri sözlüğü¹.

<p>Kruvaziyer Yolcusu: Bir kruvaziyer gemisi ile deniz seyahati yapan deniz yolcusudur. Günü birlik seyahatler bu kapsama girmemektedir (Url-23). Kruvaziyer yolcuları yolcu sayısı ile ilgili istatistiklerin veya gemi kapasitelerinin ifade edilışinde “pax” birimi ile gösterilebilmektedir. Ayrıca, kruvaziyer endüstrisinde “kaynak Pazar (<i>source market</i>)” olarak ifade edilen kavram ise yolcuların oluşturduğu hedef pazar olarak tanımlanabilir.</p> <p>Kruvaziyer yolcu taşıma kapasitesi (cruise passenger capacity-pax): Bir geminin boyutu hacimsel olarak gros ton olarak ifade edilmektedir. Kruvaziyer gemi kapasitesi ise genellikle gemi sertifikasında belirtilen çift ve maksimum yolcu sayısı ile anlaşılmaktadır. Kruvaziyer gemilerindeki yolcu kapasitesi kabin/kamara başına iki yolcu seyahat edecek şekilde hesaplanmaktadır. Çift yolcu sayısı her bir kabinde en fazla iki kişinin seyahat edeceğini dikkate alırken, maksimum kapasite yolcu sayısı kabinlerde ikiden fazla yolcunun seyahat edebileceği durumda geminin toplam yolcu sayısının hesabıdır (Url-23).</p> <p>Kruvaziyer Gemi Kapasitesi: Bir gemisinin boyutu hacimsel olarak gros ton olarak ifade edilmektedir. Kruvaziyer gemi kapasitesi ise genellikle gemi sertifikasında belirtilen çift ve maksimum yolcu sayısı ile anlaşılmaktadır. Çift yolcu sayısı her bir kabinde en fazla iki kişinin seyahat edeceğini dikkate alırken, maksimum kapasite yolcu sayısı kabinlerde ikiden fazla yolcunun seyahat edebileceği durumda geminin toplam yolcu sayısının hesabıdır (Url-23).</p> <p>Kruvaziyer gemilerinde yatak gün (Available Lower Berth Day-ALBD): Kruvaziyer endüstrisinde yolcu kapasitesinin standart ölçü birimidir. Ölçü, her kabin 2 yolcu alacak şekilde geminin toplam yatak kapasitesine göre hesaplanan gemi kapasitesi ile geminin operasyon yani seyir süresini çarparak hesaplanır.</p> <p>Kruvaziyer güzergahı (cruise itinerary): Çeşitli liman destinasyonlarının dahil edildiği gemi rotası.</p>	<p>Kruvaziyer Kara Turu: Kruvaziyer gemilerinde yolcuların konaklayacağı kabin ve vakit geçireceği eğlence, dinlence mekanları bulunmasına rağmen, turistik cazibe yerlerine yakında bulunan limanlara kısa süreli gerçekleştirilen ziyaretlerdeki gezinti (Url-24).</p> <p>Kruvaziyer Kara Turu: Kruvaziyer gemilerinde yolcuların konaklayacağı kabin ve vakit geçireceği eğlence, dinlence mekanları bulunmasına rağmen, turistik cazibe yerlerine yakında bulunan limanlara kısa süreli gerçekleştirilen ziyaretlerdeki gezinti (Url-24).</p> <p>Kruvaziyer limanlar: Ülkemizde kruvaziyer gemilere hizmet veren, yerli ve yabancı ziyaretçilerin giriş ve çıkış işlemlerini yürüten tüm limanlardır (Url-25), Kruvaziyer limanları, kullanımlarına ve fonksiyonlarına göre literatürde farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Fonksiyonları dışında kruvaziyer limanları söz konusu olduğunda, butik liman, marka liman gibi tanıtm amaçlı tanımlarla da karşılaşılabilir. Akademik literatürde sıklıkla kullanılan liman tanımları aşağıda gösterilmektedir:</p> <p>Ana liman (homeport, turnaround): Ana liman gemi operatörleri (işletmeleri) tarafından belirlenen yolcuya ve gemiye yönelik çeşitli hizmetler veren limanlardır (Bayazit, 2015).</p> <p>Kalkış limanı (Port of departure, embarkation): Çoğu zaman ana liman aynı zamanda kalkış limanıdır. Ancak, gelişen endüstri eğilimleri doğrultusunda geminin ana limanı dışında kaynağa pazara yakınlığı sayesinde kalkış limanı olarak kullanılan kruvaziyer limanlarıdır.</p> <p>Varış limanı (Port of disembark): Tıpkı kalkış limanları gibi, yolcuların seyahat sonunda gemiden ayrıldığı limanlar ana liman olarak bilinmektedir. Ancak, yolcu ihtiyaçları ve endüstri eğilimleri doğrultusunda yolcuların ana liman ve kalkış limanı dışında, gerekli altyapı ve hizmet olanaklarına sahip olan kruvaziyer limanları varış limanı olarak adlandırılır.</p>
---	--

Çizelge J.1 (devam) : Tezde kullanılan kruvaziyer terimleri sözlüğü¹.

Uğrak liman (port of call, destination port): Kruvaziyer güzergahının en önemli parçası olarak literatürde özellikle yolcu motivasyonuna etkisi kapsamında vurgulanan (Lee ve Ramdeen, 2013; CLIA, 2014; Vaggellas, 2016) destinasyon limanları (Marti, 1990; Mccharity ve Romein, 2012), ayırd edici özellikleri ve turistik değerleri ile ön planda olan uğrak limanları olarak tanımlanır. Bu tip limanlarda çoğunlukla yolcular 4 ile 7 saat arasında vakit geçirmekte olup (IREA, 2016), gün sonunda gemiler bir sonraki liman yerine doğru seyahat etmektedir.

Interporting operasyonu: Ana liman ya da turnaround liman dışında, kaynak pazara yakınlığıyla bilinen kalkış ya da varış limanı olarak da adlandırılan kruvaziyer limanlarında başta yolcu indi-bindi operasyonu olmak üzere gemilerin de faydalandığı çeşitli lojistik faaliyetleri interporting operasyonu olarak adlandırılmaktadır (Bayazit ve diğ., 2015). Ana liman dışında gerçekleşen bu tip operasyonlar, özellikle 2008 yılı sonrasında yakıt fiyatlarının artması, özellikle Avrupa'daki yolcuların bütçe ve zaman kısıtı gibi nedenler ile 7 ve 14 günlük uzun seyahat güzergahlarının 2-3 güne kadar kısaltılarak bölünmesi ve bu şekilde yolculara sunulması sonucunda ortaya çıkmış bir eğilimdir.

Liman destinasyonu (port destination): Türk Dil Kurumu (2018) tarafından “varılacak olan yer” şeklinde tanımlanan destinasyon kavramı, kelime kökeni Fransızca “*la destination*” sözcüğünden gelmektedir (Şengül ve diğ., 2018). Destinasyonlar hem fiziksel hem de somut olmayan özellikleri bünyesinde barındıran bir yer (Şengül ve diğ., 2018'de atıfta bulunulduğu gibi), aynı zamanda çeşitli etkinliklere, iyi ulaşım ağına ve gelişme düzeyine sahip olan belirli bir imaj ve markalaşma düzeyinde olan ve turizm tesislerini bünyesinde bulunduran coğrafi alanlardır (Şengül ve diğ., 2018'de atıfta bulunulduğu gibi). Kruvaziyer turizmde ise kruvaziyer limanları ile yolcuların turistik amaçlarla ziyaret edebileceği cazibe yerlerini kapsayan liman hinterlandı birlite liman destinasyonunu meydana getirmektedir.

1 Kruvaziyer turizmi, sürekli gelişen ve denizcilik terminolojisinden bağımsız olarak kavramları gelişen ihtiyaçlar doğrultusunda değişebilen bir endüstridir. Dolayısıyla, Ek J'de gösterilen kavramlar ile sınırlı olmaksızın, literatürde ve uygulamada kullanılan bir çok kavram zamanla değişime uğramaktadır. Bununla birlikte bazı kavramların uluslararası kullanımı gereği Türkçeleştirilmesi zor olup, bu iş tez kapsamı dışında olduğu için gerçekleştirilen tez çalışmasının metin bölümlerinde kullanılan bazı kavramlara Çizelge J.1'de yer verilmiştir.



ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Şeyma BAYAZIT
Doğum Tarihi ve Yeri : 03.08.1990
E-posta : sbayazit@bandirma.edu.tr

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : 2012, İstanbul Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Bölümü
- **Yükseklisans** : 2015, İstanbul Teknik Üniversitesi, Deniz Ulaştırma Mühendisliği Anabilim Dalı, Deniz Ulaştırma Mühendisliği Program

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- 05/2017 tarihi itibariyel Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi'nda araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.
- 2012-2017 yılları arasında yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak çalıştı.
- 09/2014-08/2015 tarihleri arasında 1 (akademik) yılı kapsayan süreçte Universitat Politecnica de Catalunya'da Yüksek Lisans Tezi kapsamında bilimsel araştırmalar yaptı.

DOKTORA TEZİNDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

- **Bayazıt, Ş. & Kırval, L. (2018).** A Method Proposal to Determine Cruise Port Identity, *International Review of Marketing and Management*, 8 (5), 70-78.
- **Bayazıt, Ş. (2017).** Yerel Halkın Kruvaziyer Turizmi Farkındalığına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: Bodrum Örneği, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 151-169.

DİĞER YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

- **Bayazit Ş. & Kuleli T.** (2018). Factors Affecting Cruise Port Site Selection Process, *Book of Proceeding, 3rd International Conference on Engineering Technology and Applied Sciences Congress (ICETAS 2018), Skopje Macedonia.* ISBN: 978-605-4444-13-7
- **Bayazit Ş., Kuleli T.** (2018). Cruise Port Site Selection By Using Geographical Information Systems. *Book of Abstract, 3rd International Conference on Engineering Technology and Applied Sciences Congress (ICETAS 2018), Skopje Macedonia.* ISBN: 978-605-4444-13-7
- **Kuleli, T., Bayazit, Ş.,** (2018). Coastline change detection by using Digital Shoreline Analysis System (DSAS) and Remote Sensing. *Book of Proceeding, 3rd International Conference on Engineering Technology and Applied Sciences Congress (ICETAS 2018), Skopje Macedonia.* ISBN: 978-605-4444-13-7
- **Kuleli, T., Bayazit, Ş.,** (2018). The impact of climate change on maritime infrastructure in Bodrum *Book of Abstract, Peninsula. 3rd International Conference on Engineering Technology and Applied Sciences Congress (ICETAS 2018), Skopje Macedonia.* ISBN: 978-605-4444-12-0.
- **Bayazit, Ş., Kuleli, T.,** (2018). Global sustainable tourism council standarts: as a tool of sustainable cruise tourism. *Book of Proceeding, 4th International Conference on Sustainable Development (ICSD) April 11 to 15, 2018, Athens/Greece.* ISBN: 978-605-67955-6-5.
- **Kuleli, T., Bayazit, Ş.,** (2018). A framework design for sustainable tourism in coastal areas. *Book of Abstract, 4th International Conference on Sustainable Development (ICSD) April 11 to 15, 2018, Athens/Greece.* ISBN: 978-605-67955-7-2.
- **Kuleli, T., Bayazit, Ş., Nalbantoğlu, G., Kurtluoğlu, T., Yılmaz, A., Tezcan, R., Okuyucu, F.,** (2018). Endemik Bir Turizm Türü Olarak Mavi Yolculuk (Blue Voyage As an Endemic Tourism). *4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu "Küresel Eğilimler-Yerel Etkiler" 23-24 Şubat 2018 – İzmir.* DOI: 10.18872/0.2018.122.
- **Kuleli, T., Bayazit, Ş., YILMAZ, A.,** (2018). Deniz Turizminde Yerel Destinasyonların Küresel Sertifikasyonu (Global Certification of Local Destination in the Marine Tourism). *4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu "Küresel Eğilimler-Yerel Etkiler" 23-24 Şubat 2018 – İzmir.* DOI: 10.18872/0.2018.105
- **Bayazit, S., Kırval, L.** (2016) Analysis of The Cruise Market And Destinations In The Mediterranean Region: An Emprical Study To Understand The Profile Of The Turkish Cruisers, *Journal of Marine Tourism, 1 (2),* ISSN: 2536-5215
- **Bayazit, S., Sune, A., Kırval L.** (2015). Main factors to select a cruise homeport in the Mediterranean region: A perspective from the cruise industry agents, *IEEE Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS 2015),* DOI: 10.1109/LISS.2015.7369622