



**T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YAT TURİZMİ PAYDAŞLARI İLE İZMİR YAT TURİZMİNE
YÖNELİK BİR SWOT ANALİZİ**

Günay İLDIRIMLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Tez Danışmanı:
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI**

BURDUR -2017

**T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YAT TURİZMİ PAYDAŞLARI İLE İZMİR YAT TURİZMİNE
YÖNELİK BİR SWOT ANALİZİ**

Günay İLDIRIMLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Tez Danışmanı:
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI
Diğer Jüri Üyeleri
Yrd.Doç.Dr.Gülay BULGAN
Yrd.Doç.Dr.Yusuf ŞAHİN**

BURDUR -2017



**MAKÜ SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

M.A.K.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun tarih ve sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 15 Mayıs 2017 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Günay İLDIRIMLI'nın Yat Turizmi Paydaşları ile İzmir Yat Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi" konulu tez çalışması İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) :Prof.Dr. Kürşat ÖZDAŞLI

ÜYE

:Yrd.Doç.Dr. Gülay BULGAN

ÜYE

:Yrd.Doç.Dr. Yusuf ŞAHİN

ONAY

M.A.K.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ETİK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**YAT TURİZMİ PAYDAŞLARI İLE İZMİR YAT TURİZMİNE YÖNELİK BİR SWOT ANALİZİ**” adlı çalışmanın, proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etik kurallarına uygun bir şekilde hazırlandığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Adı Soyadı : Günay İLDIRIMLI

Tarih ve İmza:15.05.2017

TEŞEKKÜR METNİ

Öncelikle, tez konusunun belirlenmesinde, araştırmanın her aşamasında bana yol gösteren ve tamamlanmasında destek olan, ilminden faydalandığım, insani ve ahlaki değerleri ile örnek edindiğim, değerli hocam ve tez danışmanım sayın, Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI'ya, Yüksek Lisans Eğitimim boyunca yardım, bilgi ve tecrübeleri ile bana sürekli destek olan değerli hocam, Yrd. Doç. Dr. Esmâ ÖZDAŞLI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Anketin uygulanması sırasında her türlü kolaylığı sağlayan ve mülakat yaparak çok değerli vakitlerini ayıran tüm kişi ve kurumlara, özellikle Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Deniz Turizmi Şubesi Bilgisayar İşletmeni Berna Doğan'a, 9 Eylül Üniversitesi, Araştırma Görevlisi Onur Aktaş'a, Elif Koç'a, İzmir Yat Limanları Müdür ve personeline ilgi ve katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Tezimin sonlanmasında yardımlarını esirgemeyen Psikolojik Danışmanı Feride ÇELİĞ'e teşekkür ederim.

Yüksek Lisans Eğitimim boyunca gösterdikleri sabır ve maddi manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan ailem ve arkadaşım Üheyra BABAZADE ve Şamxal VALEHZADE'ye teşekkür ederim.

(ÖZET, Günay, Yat Turizmi Paydaşları ile İzmir Yat Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Burdur, 2017)

ÖZET

Son yıllarda hızla gelişmekte olan Yat Turizmi, denize dönük bir eğlence endüstrisidir. Yat turizmine katılanların üst gelir grubuna mensup olması, yatların yüzen lüks otel olması, bakım-onarım masraflarının ülkelere sunduğu ekonomik fayda, yat turizmine olan talebin devamlı olarak artması ülkeleri yat turizmine yönlendirmektedir. Dünya'da olduğu gibi, Türkiye'de de yat turizmi gelişme gösteren sektörlerden biridir.

Bu çalışmada, Yat turizminin Türkiye'deki gelişimine değinilmiş, İzmir'de Yat Limanı (Marina) İşletmeciliği ve kapasitesi araştırılmış, Akdeniz çanağında İzmir yat turizminin önemi vurgulanmıştır. Paydaş kavramı ele alınmış ve İzmir'deki turizm paydaşları belirlenmiştir.

Araştırmanın amacı, İzmir'in yat turizmi açısından potansiyelini ve mevcut durumunu belirlemektir. Bu amaçla, çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, İzmir'de faaliyetde olan kamu ve özel kurumlardaki 50 adet araştırma görevlisi, yönetim kurulu üyesi, akademisyen, marina müdürü ve işletme sahibi ile yüz yüze görüşme yapılmıştır.

Bu çalışmada katılımcı görüşleri doğrultusunda, Yat Turizm paydaşları ile İzmir Yat Turizmine yönelik bir SWOT analizi yaparak, belirtilen güçlü, zayıf yönler, fırsat ve tehditlerin tarama listeleri oluşturmuştur. Yapılan içerik analizi sonucunda, ilin yat turizmi açısından en güçlü 3 yönü; kıyı uzunluğu, geleneksel türk guletleri imalatı, korunmuş koyların mevcut olması, en zayıf 3 yönü ise, devlet teşviki, yat kapasitesinin düşük olması ve marina sayısının az olmasıdır. Sahip olduğu en önemli 3 fırsat; yatırımcıların yatırım yapma isteği, ilin tarihi ve kültürel değerleri ve koyların yakınlığında antik kentlerin bulunması, en önemli 3 tehdit unsuru ise, körfezin kirliliği, terör örgütü, kıyıların ve koyların kontrolsüz yapılaşmasıdır.

Araştırmada yapılan SWOT analizine göre, İzmir'in Yat Turizmi açısından gelişmeye müsait konumda olduğu; 629 km'lik uzun kıyı şeridine sahip olmasına karşılık yeterince marina olmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler : İzmir, Yat Turizmi , SWOT

(ABSTRACT, Günay, SWOT Analysis for İzmir Yacht Tourism with Yacht Tourism Stakeholders, Graduate Thesis, Burdur, 2017)

ABSTRACT

Yacht tourism in recent years' highly developing entertainment industry depends on the sea tourism. The contributors to yacht tourism are high-income groups, yachts are like floating luxury hotels, maintenance and repair costs are economically beneficial to countries, and demand for yacht tourism is constantly increasing, lead countries to yacht tourism. As in the world, yacht tourism in Turkey is one of the most developing bands.

In this study, the development of yacht tourism in Turkey was mentioned, the management and capacity of yacht harbor (marina) in İzmir was investigated and the importance of İzmir yacht tourism in Mediterranean perspective was emphasized. The concept of stakeholder was addressed and tourism stakeholders in İzmir were identified.

The aim of the research is to determine the potential and recent situation of İzmir in terms of yacht tourism. For this purpose, semi-structured interview technique is used in the research, Face to face interview was done with 50 number of research assistants, board members, academicians, marina directors and business owners who work in the public and private institutions in İzmir.

In this research, a SWOT analysis was conducted for Yacht Tourism stakeholders and İzmir Yacht Tourism in the direction of participant opinions, and the screening lists of the identified strengths, weaknesses, opportunities and threats were obtained. As a result of the content analysis, the three strongest directions for yacht tourism are; Coastline length, the production of traditional Turkish gulets, the existence of preserved bays, the weakness three aspects are state incentives, low number of marinas. The three most important opportunities are; the investment interest of investors, the historical and cultural values of the province, the presence of ancient cities in close proximity to the bays. The most important three threats are the pollution of the gulf, the terrorist organization, the uncontrolled construction of the coasts and the bays.

According to the SWOT analysis carried out in the research, İzmir is in a position to develop in terms of yacht tourism; Although it has 629 km of long shoreline it has the result of not having enough marinas.

Keywords: İzmir, Yacht Tourism, SWOT

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN METNİ.....	ii
TEŞEKKÜR METNİ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
KISALTMALAR DİZİNİ.....	ix
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
HARİTALAR LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE ALTERNATİF TURİZM

1.1. Turizm Kavramı.....	3
1.1.1. Turizmin Tanımı	4
1.1.2. Turizmin Önemi	5
1.1.3. Turizmin Özellikleri.....	5
1.1.4. Turistin Tanımı	6
1.1.5. Turizmin Türleri.....	8
1.1.6. Türkiye’de Turizmin Mevcut Durumu.....	13
1.2. Alternatif Turizm.....	14
1.2.1. Kültür Turizmi	16
1.2.2. Kongre Turizmi.....	16
1.2.3. Golf Turizmi.....	17
1.2.4. Kış Turizmi	18
1.2.5. Sağlık Turizmi.....	19
1.2.6. İnanç Turizmi	21
1.2.7. Dağcılık Turizmi	22
1.2.8. Mağara Turizmi.....	23
1.2.9. Yayla Turizmi	24
1.2.10. Eko Turizm.....	24

1.2.11. Sualtı Dalış Turizmi	26
------------------------------------	----

İKİNCİ BÖLÜM

YAT TURİZMİ VE İZMİR

2.1. İzmir’de Turizm	28
2.1.1. İzmir’in Bazı Tatil Köyleri ve Tarihi Yerleri.....	29
2.1.2. İzmir’in Ekonomik Yapısı İçerisinde Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi.....	30
2.2. Deniz Turizmi	31
2.3. Yat Turizmi	33
2.3.1. Yat Turizmi İle İlgili Temel Kavramlar.....	34
2.3.2. Yat Turizminin Hedef Kitleesindeki Müşteri Profili.....	34
2.3.3. Dünya’da Yat Turizmi ve Tarihiçesi.....	35
2.3.4. Türkiye’de Yat Turizmi	36
2.4. İzmir’de Yat Turizmi.....	40
2.4.1. İzmir Yat Limanları.....	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	46
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	46
3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi.....	46
3.4. Araştırmanın Örneklemi	46
3.5. Araştırmanın Temel Kavramı	47
3.5.1. Paydaş Kavramı	47
3.5.2. Swot Analizi.....	49
3.6. Araştırmanın Bulguları	51
3.6.1. Demografik Bulgular	51
3.6.2. Nitel Bulgular.....	53
3.6.3. Nicel Bulgular	69
3.6.4. Temel İstatistik Bulgular.....	74
SONUÇ	75
KAYNAK.....	78
EKLER.....	82
ÖZGEÇMİŞ.....	86

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
DTO	: Deniz Ticaret Odası
ETİK	: Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği
İCYC	: İnternational Cesme Yacht Club
İTO	: İzmir Ticaret Odası
İZRO	: İzmir Turist Rehberler Odası
İZTAV	: İzmir Tanıtım Vakfı
OECD	: Organisation For Economic Coperation and Development
SWOT	: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TİES	: Uluslararası Ekoturizm Topluluğu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Hard Ekoturizm Ve Soft Ekoturizm Arasındaki Farklar	26
Tablo 2: 2014 -2016 Yıllarında Haziran Dönemde İzmir'e Giriş Yapan İlk Dört Ülke	30
Tablo 3: İzmir Turizm Hareketliliği .Temmuz, 2016.....	31
Tablo 4: İzmir Limanlarına Gelen (Ticari+Özel) Yatların Sayısı Ve Yıllara Göre Dağılımı	42
Tablo 5: İzmir Limanlarına (Ticari+Özel) Yatla Gelen Yerli/Yabancı Yolcu ve Mürettebat Sayısının Yıllara Göre Dağılımı	42
Tablo 6: İzmir İşletme Belgeli Yat Limanları.....	43
Tablo 7: İzmir Yatırım Belgeli Yat Limanları	44
Tablo 8: Destinasyon Yönetiminin Başlıca Paydaşı ve Görevleri	48
Tablo 9: Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	51
Tablo 10: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	51
Tablo 11: İzmir İli Yat turizmi Paydaşlarına Yönelik SWOT Analizi Katılımcı Listesi	52
Tablo 12: Araştırmaya Katılanların Çalıştıkları Departmana Göre Dağılımı	53
Tablo 13: İzmir Yat Turizminin Güçlü Yönleri.....	70
Tablo 14: İzmir Yat Dalış Turizminin Zayıf Yönleri.....	71
Tablo 15: İzmir Yat Dalış Turizminin Sahip Olduğu Fırsatlar	72
Tablo 16: İzmir'in Yat turimi Açısından Sahip Olduğu Mevcut ve Potansiyel Tehdit Unsurları	73
Tablo 17: Araştırmaya Katılanların Beşinci Soruya İlişkin Bulguları.....	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Türkiyeye Gelen Yurtdışı İkametli Ziyaretçiler (Dönemlik)	14
Şekil 2: Deniz Turizmi.....	31
Şekil 3: Yabancı Turistlerin Türkiye'ye Geldikleri Zaman Kullandıkları Ulaşım Yolları.....	40



HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1: İzmir'in Yat Kapasitesi.....	41
---	----



Giriş

Ege ve Akdeniz çevresindeki toplumlar ilk çağ'dan bu yana kültürlerinin bağlayıcısı gibi denizi görmüşler. Yat turizmi günümüzde en popüler ve gelişmeye açık turizm çeşitlerinden biridir. Bir ülkede yat turizmini tanıtmak ve gelişimini sağlamak amacıyla çalışan kuruluşlar; Devlet, Ulusal ve uluslararası organizasyonlar, ulusal ve uluslararası fuarlar, Marina işletmeleridir.

Türkiye'nin Ege ve Akdeniz kıyılarındaki cennet gibi koyları, koylar ile iç içe bulunan antik kenle,deniz turizminin varlık nedenidir. Özellikle, Ege kıyıları girintili-çukuntılı olduğu için ülkenin en uzun kıyısıdır. Burada, birçok körfez, koy, yarımada ve burun vardır. En uzun kıyıya sahip il ise, Muğladır.

Dünyada yatçılık ve yat turizmi açısından Akdeniz çanağı çok önemli bölge haline gelmiştir. İspanya, Fransa, İtalya üzerinden Yunanistan'a gelen gemiler genellikle Marmaris ve Bodrum'dan giriş yapıp, Fethiye'ye kadar inmektedir. Denizcilik alanında başlıca cazibe noktalarından biri olan Türkiye, yatçılar açısından da gözde rotalar arasında yer alan kıyılara sahiptir. Türkiye'de modern yatçılık ve marınacılık işletmeciliyi son 20 yıl içerisinde yaygınlaştırmıştır. 10 yıldan kısa bir süre içerisinde, yat bağlama kapasitesi 500'den 17 bin 500'e çıkarılmıştır. Kamu kaynakları ve kamu-özel işbirliği ile, bu sayı her geçen gün artmaktadır. 2023 yılına kadar yat turizmi gelirlerinin 10 milyar doların üzerine çıkacağı düşünülmektedir.

İzmir, yeni yatırımlarıyla Akdeniz bölgesinin yat turizmi merkezi olmaya aday olan şehirdir. Doğal ve arkeolojik değerlere sahip olan il, yat turizmi açısından yeni yeni keşfetilmeye başlamıştır. İzmir'de şuanda sadece Çeşme, Üçkuyular ve Sığacıkta limanlar bulunmaktadır. Kentin mevcut 1600 yat kapasiteli Şifne, Turan ve Şakran yat limanları 2017'de yapım ilahesine çıkarılması planlanmıştır. Tüm yat limanlarının 2017'nin sonuna kadar altyapısının tamamlanarak 2018'de yapım ihalesine çıkarılması hedeflenmiştir. Ayrıca yeni yapılacak 7 marinayla mevcut kapasitenin 4500'e çıkarılacağı planlanmaktadır.

Sürekli değişen çevre şartlarına ayak uydurmak ve değişimi yakalamakla birlikte kamu yönetiminde günün şartlarına göre yeni modeller geliştirmek adına stratejik yönetim çok önemlidir.

Stratejik yönetim, dünyada artan rekabet karşısında önem kazanmaya başlamıştır. Globelleşmenin getirdiği rekabet olgusu karşısında, hem özel sektör, hem de kamu ve üçüncü sektördeki tüm organizasyonlar daha stratejik düşünmeye, stratejik planlamaya ve stratejik karar almaya daha çok önem vermeye başlamışlar. Stratejik yönetim; bir organizasyonda geleceğe yönelik kararlar alındığı zaman kullanılan bir yönetim tekniğidir. Stratejik yönetimde en önemli aşama SWOT analizi ile organizasyonun iç ve dış durum değerlendirilmesi yapılmasıdır. Turizm sektöründeki destinasyonlar çevreden ve rakip destinasyonlardan yoğun şekilde etkilendiğinden SWOT analizinin öneminin artması sözkonusu olmuştur. Turizm destinasyonları pazarda varolabilmek, rekabet üstünlüğünü yakalamak ve sürdürülebilirliği sağlamak adına, SWOT analizini tercih etmektedirler.

Bu kapsamda, İzmir ili yat turizmi paydaşları ile kentin yat turizminin SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma 3 bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde; turizm kavramı, önemi, türleri, alternatif turizm kavramı ve türleri anlatılmıştır. İkinci bölümde; İzmir’de turizm sektörünün bugünkü durumu, Deniz turizminin Türkiye’de yeri, yat turizmi ile ilgili temel kavramlar, dünyada ve Türkiye’deki yat turizminin mevcut durumundan bahs edilmiştir. İzmir ilinin yat turizmi açısından mevcut durumu ve potansiyeli, yat işletmeciliyi ile ilgili literatür taraması yapılmış ve detaylı açıklamalar yapılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise araştırmanın amacı ve önemi, sınırlılıklarından bahsedilmiş, araştırmanın veri toplama yöntemi, örnekleme yer verilmiş, paydaş kavramı açıklanmış, İzmirdeki yat turizmi paydaşları sıralanmıştır. İzmir ilinin yat turizmi açısından SWOT analizi ile değerlendirilmesine yönelik uygulamanın analiz bulgularına yer verilmiştir. Öncelikle, katılımcılara yönelik bilgiler yer almış ve katılımcıların yapılandırılmış soru kağıdındaki görüşleri açıklanmıştır. Daha sonra ise, demografik, temel istatistik, nitel bulgulara ve sonuca yer verilmiştir. Sonda, İzmir ili yat turizmi için zayıf yönler ve tehditlere yönelik çeşitli öneriler yapılmıştır.

1. BÖLÜM

TURİZM VE ALTERNATİF TURİZM

1.1. Turizm Kavramı

Kökü latineden gelen turizm sözcüğü, "tornos", "bir dönme hareketi" anlamına gelmektedir(Küçükaslan, 2007. 1). Eski zamanlardan beri insanlar yaşadıkları yerlerden başka yerlere seyahat etmişlerdir. İnsanların çeşitli amaçlarla yaptığı bu yer değişimi esnasında gittikleri bölgenin ulaşım olanaklarından ve konaklamasından yararlanmışlar. İnsanlık tarihi kadar eski olan yer değiştirme olayı, XX yüzyılın modern olayıdır. Çeşitli dillerde farklı kavramlarla ifade edilen vedinamik yapıya sahip olan bu olay zamanla gelişerek tüm dikkatleri turizm sözcüğünün üzerinde toplanmıştır.

Günümüzde küreselleşme olgusunun zamanla hız kazanması ülkeler arasında olan coğrafi sınırın kalkmasını, yatırımların uluslararası düzeyde olmasını sağlamıştır. Bundan başka, farklı kültürlere mensup milletler birbirini tanımaya ve kaynaşmaya başlamıştır. Dünyanın herhangi ülkesinde geçerli olabilecek ortak dil kullanımı ve kültür alışverişinin sağlanması ile gelişen turizm sektörü küresel ekonominin en hızlı büyüyen sektörüdür (Hüseyin Çeken, 2003). Günümüzde dünya ihracatının %22'sini oluşturan turizm sektöründe 232 öilyon kişi istihdam edilmekte ve dünya toplum işgücünün %8,3'ünü oluşturmaktadır(M. Yeşilaş ve H. Çeken, 2004)

Ticaret, din, sağlık, sanat gibi etkenlerin etkisiyle ve bazen de macera arayanların tekelinde gelişme gösteren turizm, günümüzden çağdaş yapısına “Endüstri Devrimi” ile birlikte kavuşmuştur (Maviş, Akoğlan, 1997). Diğer endüstrilerin gelişimine yol açan endüstri devrimi, turizm edüstrisinin de gelişmesine ve modernleşmesine katkıta bulunmuştur. Endüstri devrimi sayesinde turizmin dünya çapında gelişimine neden olan etkenler aşağıdaki gibidir:

- Boş zaman yaratılması
- Ücretli tatil hakkı
- Teknolojik yenilikler
- Gelir seviyesinin artması
- Kentleşme ve nüfuz artışı
- İnsan ömrünün uzaması

- Sosyal güvenlik
- Seyahat özgürlüğü
- Turizm bilincinin oluşması
- Eğitim ve Kültür düzeyinin yükselmesi

1.1.1. Turizmin Tanımı

Turizm kavramı üzerinde özel, teknik olarak çok tanım yapılmış, ama turizm öznesinin insan olmasından ve psikolojik, sosyal, politik, ekonomik, gibi değişik unsurlarının biraraya gelmesinden dolayı günümüzde farklı kişiler tarafından farklı tanımlar yapılmıştır. Turizmle ilgili nominal, ekonomik, uluslararası tanımlar yapılmıştır. Bunlardan "nominal tanım", turizmi sadece ulaştırma yönü ile ele alınmaktadır. Ekonomik tanımlarda ise, ekonomik yönüyle ele alınmaktadır.

Prof. Dr. Hunziker'e göre, "turizm herhangi ticari bir amaç izlememek üzere, insanların kendi konaklama yerleri dışında seyahat ve konaklamalarından meydana gelen olay ve ilişkilerin bütünüdür" İsviçre Otomobil Kulübü Genel Müdürü M. Primault'a (Primo) göre "turizm sosyal faaliyetler alanında ve tabiatın her yönünde meçhullerin aranmasıdır "

Uluslararası turizm sözlüğünde turizm şu şekilde açıklanmıştır: "zevk için yapılan geziler ve seyahatleri yapmak için gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin tümüdür"

Bu tanımlarda gözden uzak tutulan husus, turizmin dar anlamda ele alınması ve sadece değişik amaçlarla yapılan seyahatlara hasredilmesidir. Eğer turizm yalnız bir seyahat olarak kabul edilirse, o zaman bütün ulaştırma kurumları, oteller, lokantalar, seyahat acentaları, müzeler, tarihi eserler, kısaca seyahat ihtiyacına cevap veren bütün teşekkül ve hizmetler bu deyim dışında kalacak demektir. Oysa bunlar turizmin temelini teşkil eder. Bu nedenle, turizmi onun yayılma alanını belirtecek şekilde tanımlamak ve özellikle seyahat ihtiyacının karşılanması için ortaya çıkacak bütün ilişkileri temel kabul etmek gerekir.

Turizm olayının tanımlanmasında dinamik bir unsur olarak önemli bir yer tutan "seyahat" faktörüdür. İnsanların yapmış olduğu seyahatlerin tümü turizm olayının bir unsuru değildir. Çoğu zaman "seyahat amacı" gözönünde bulundurularak hangi

seyahatlerin turizm olayı yaratabileceğine karar verilebilir. Bazen çok kısa seyahatler amacı ile beraber ele alındıkta turizm olayı yaratabilirken, uzun seyahatler turizm olayı yaratmayabilir.

Turizm olayının oluşmasında ve tanımlanmasında ikinci unsur, “konaklama”dır. Konaklamanın; sürekli ikamet edilen, sürekli çalışılan, normal yaşantıdaki olağan ihtiyaçların giderilmesi ve sağlanması için seyahat edilen yerler dışında yapılması ve geçici olması gerekmektedir(Küçükaslan, 2007: 6,7).

Turizm, sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı sosyal ve ekonomik nitelikli tüketim olayı ve ilişkilerinin bütünü olarak tanımlayabiliriz (Usta, 2009, s. 7).

1.1.2. Turizmin Önemi

- Turizm, milyonlarca insanı, tüketici ve üretici olarak ilgilendirir. Bugün milyonlarca insan değişik amaçlarla seyahat etmekte, gittikleri yerlerin otel, motel, tatil köyü, vs. konaklama tesislerinde geçici olarak kalmaktadır.
- Turizm, döviz gelirleri ile dış ödemelerini ve dış bilançolarının da düzeltilmesini sağlayan bir faktördür.
- Turizm, bir ülkenin gelişmesi için sürükleyici bir etkidir.
- İnsanların, turizm amacıyla yaptıkları seyahatler ve konaklamalarında ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar, bu ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetleri üreten firmalarla ilgilidir. Bu işletmeler için gelir sağlar. söz konusu ihtiyaçlar arttıkça daha fazla mal ve hizmet sunmak zorunluluğu üretimi, yatırımları ve gelir düzeyini artırmaktadır.
- Turizm olayı, yeni çalışma alanlarının açılmasına yol açmaktadır. Turizm geliştikçe, artan ihtiyaçları karşılamak için turizmle ilgili olarak daha çok motel, otel, restoran, eğlence yerleri, seyahat acentası gibi işyerleri açmak, daha çok personel kullanmak gerekmektedir.

1.1.3. Turizmin Özellikleri

Turizmin özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Turizm bir deyimdir, o, ne sadece bir seyahattir, ne de bir olaylar toplamıdır. Turizm seyahat olayını kapsar.
- Seyahatın insanların kendi konaklama yerleri dışında olması ve sürekli bir yerleşme amacı gütmemesi gerekir. Başka bir deyişle seyahat tekrar dönüş amacı ile yapılmalıdır.
- Turizm, gelir elde etmek amacı gütmek üzere gerçekleştirilen seyahat ve geçici olan konaklamaları içermektedir.
- Turizm, liberal bir atmosfer içerisinde gerçekleşen hareketler bütünüdür.
- Turizm, insanların iş, merak, sağlık, dinlenme, din, spor, kültür, aileyi ziyaret, kongre ve seminerlere katılmak gibi çeşitli sebeplerle yaptıkları seyahatları ve konaklamaları kapsar.
- Turizm, bir yandan seyahatin teşkil ettiği dinamik elemanı, diğer yandan gidilen yerde 24 saati veya bir gecelemeyi aşan konaklamaların meydana getirdiği statik elemanı kapsar.
- Turizm, aynı zamanda sosyal bir olaydır.
- Turizm, sadece seyahat ve konaklamadan ibaret bir faaliyet değildir, aynı zamanda endüstridir (Olalı, 1988).

1.1.4. Turistin Tanımı

Turizm faaliyetinin öznesi insandır. Turizmin temelinde insanın “psikolojik tatmin duygusu” sağlaması yer alır. Turist kelimesi, turizm olayına yol açan, aynı zamanda yön veren ve söz konusu olayın odak noktası oluşturan kavramdır. (Prof. Dr. Akın, 1991).

Turist tanımları tarihsel açıdan ele alındıkıda, bu tanımların birbiriyle bağımsız şekilde açıklandığı görülmektedir. Turist sözcüğünün kökeni eski bir geçmişe sahiptir. Ogilvy turistin tanımını; “sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse” şeklinde yapmıştır.

İlk turist tanımı 1937'de şu şekilde yapılmıştır. “Milletler Cemiyeti İstatistik uzmanları Komitesi” tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre, “Bir ülkeye en az 24 saatlik bir süre boyunca kalmak için aşağıdaki nedenlerle gelenler turist olarak kabul edilirler”(Nazmi Kozak, 2006).

- Zevk, ailevi sebepler, Sağlık amacıyla vb. seyahat edenler
- Bilimsel, idari, sportif, dini sebeplerle veya bu tür toplantılarda bulunmak için yolculuk edenler
- Ticari sebeplerle sehayat edenler
- Deniz gezileri ile gelenler, bu gezi zamanı 24 saatten az olsa bile tursit sayılırlar.

Yine aynı kuruluşların kararı ile aşağıdaki kimseler turist sayılmazlar:

- Ülkeyle ilişkileri ya da ilişkisiz çalışmak için gelenler
- Bir ülkeye temelli kalmak için gelenler
- Okullarda veya konaklama tesislerindeki üniversite öğrencileri veya diğer gençler.
- Bir sınır bölgesinde yaşayanlar ve başka bir ülkede yaşayıp komşu ülkeye iş için gedenler.
- Yolculukları 24 saatten fazla olsa bile bir ülkede ara vermeksizin gelen geçenler

1963 senesine kadar OECD Turizm Komitesinin, üye ülkelere “yabancı turist” kavramı ile ilgili tanımı şudur: “Devamlı oturduğu ülkenin dışında herhangi bir ülkeye 24 saatten az olmayan bir süre içinde ziyaret eden kişi”, yabancı turisttir.

Bu tanımların ışığında turistin özelliklerini şu şekilde toparlayabiliriz (Olalı, Hasan 1985):

- Turist; eğlence dinlenme, sağlık, spor, eğitim, din, gibi sebeplerle yolculuk eden ve bu isteklerine giderme imkanı arayan kişilerdir.
- Modern turist zamanı az ve önemli olan bireydir. Çok kısa zaman içerisinde, mümkün olabildiğince çok yer ziyaret etmeği istemekte ve en yüksek hazzı aramaktadır.
- Turist hijyen, konfor ve yenilik arar. Fakat değerlerini de korumak ister.
- Modern turistin mali imkanı de sınırlıdır. Çünkü turizm belirli sosyal topluluklara özel bir üstünlük hakkı olmaktan çıkarılarak, geniş halk topluluklarına yayılmıştır.
- Turistin ziyaretde bulunduğu ülkede en az 24 saat bulunması ve gittiği ülkede turizmin işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmesi, turizm

endüstrisini oluşturm kuruluşlar ile bunlara dolaylı olarak bağlı işletmelerden (seyahat acenteleri, lokanta, çeşitli mağazalar...) yararlanması gerekmektedir.

Ziyaret ettiği ülkede en az 24 saat kalan, ziyaret amacı boş zaman değerlendirme(eğlence, tatil, sağlık, din, spor, kültür ve eğitim) ve iş, ailevi nedenler, toplantı olan ziyaretçi ise günübirlikçidir(Nazmi Kozak, 2006 : 7).

1.1.5. Turizmin Türleri

Turizmin türleri konusunda farklı yazarlarca çoğu kez birbirilerinden farklı kadegorileştirilmelerin yapıldığı görülmektedir. Bunun sebebi, turizmin çeşitlerinin çoğu zaman birbirileri ile olan yakın ilişkisi ve kendi aralarında kesin sınırlarla ayrılmamalarıdır. Diğer bir sebep ise, ülkeler düzeyinde turizm endüstrisinin gösterdiği ilerleme karşısında ortaya çıkan sınıflandırma yaklaşımlarıdır.

1.1.5.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizmin Çeşitleri

Bu tür sınıflandırmada turizm etkinliklerine katılan bireylerin miktarı dikkate alınmaktadır. Bu tür ayırımıda bireylerin tek tek turizmde faaliyet göstermeleri “bireysel”, aralarında ortak birtakım özelliklere sahip olan “grup”, birbirleriyle ilişkili olmayan büyük grupların oluşturduğu turizme de “kitle turizmi” adı denilmektedir.

Bireysel (Ferdî) Turizm:

Bu kadegorileşdirmenin çıkış noktası, turizme kişisel katılımın temel alınmasından kaynaklanmaktadır. İnsanlar, yeni yerler keşfetme, macera peşinde koşma veya buna benzer sebeplerle turizme bireysel olarak katılmaktadır. Ferdî olarak turizme katılanlar toplumsal açıdan bir değerlendirmeye alındığında, bunların çoğunlukla maddi imkanı fazla olan grupta yer alan gençler, çoğu kez öğrenciler ya da okuldan yeni mezun olmuş kimseler olduğu ortaya çıkmaktadır. Bireysel olarak turizme katılanların büyük bir bölümü Batı Avrupa ülkeleri vatandaşları olmakla birlikte, Amerikalı, Kanadalı ve Avusturyalılar'ın sayısı da gitdikce artmaktadır.İlk başlarda, daha çok erkekler bireysel turizmiseçerken, son zamanlarda kadınların da ferdi olarak turizmde buldukları gözlenmektedir.

Dünyanın gitdikce bir “küresel köy”e dönüşmesi ve yolculuk sektöründe ilerlemeler insanları bireysel turizme katılmaya teşvik eden önemli biretkendir. . Çünkü insanlar, içinde yaşamakta oldukları dünyanın her yerinden kendilerini sorumlu

hissetmekte ve bu sebepten dolayı da bütün dünya kültürlerini öğrenmek istemektedirler.

Kitle Turizmi:

Kitle turizmi, insanların turizme büyük ölçüde büyük kitleler halinde katıldıkları turizm aktivitesidir. 1950’li senelerden sonra gözlemlenmeye başlayan bu turizm türü, günümüzün turizm hareketlerinin belirleyicisidir. Çünkü çağımızda çoğunlukla kitle turizmi hareketleri söz konusu olmaktadır. Kitle turizminin en bariz özelliği kişilerin daha çok paket turları tercih etmeleridir. Kitle turizminin, katılan birey sayısı yönüyle sahip olduğu üstünlüğünün yanı sıra, oluşturulan kategorilerin devamlılığı da söz konusu olmaktadır. Bu sebeple, kitle turizmi turizmin geliştirilmesi aşamasında üzerinde en çok durulacak olan turizm çeşididir. Ancak, belli bir dönemden sonra kitle turizmine önem veren ülkelerde doğal, tarihi ve kültürel geleneklerine özen gösterilmesi gerekmektedir. Türkiye turizminin de hedef kitesinin önemli bölümünü kitle turizmindeki gruplar oluşturmaktadır.

Grup Turizmi:

Burada çeşitli kitle halindeki grupların turizm faaliyetine birlikte katılmaları söz konusudur. Öğrenci grupları, dernek üyeleri, meslek organlarının katılımıyla yapılan ve birey sayısı 11 ile 16 arasında olan turizm türüdür. Kitle turizminden farklı olarak grup turizminde katılan kişi sayısı sınırlı olmakta ve gruplar devamlılık arz etmektedir.

1.1.5.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizmin Çeşitleri

Turizm faaliyetleri, turistin geldiği veya seyahat edilen yere göre, “iç turizm” ve “dış turizm” olarak iki farklı gruba oluşmaktadır.. Turistin hareket istikametinin ulusal sınırlar içerisinde, ya da dışında olması nedeniyle bu turizm çeşitlerine “ulusal turizm” ve “uluslararası turizm” de denilmektedir.

İç Turizm

“İç turizm” bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülke sınırları içerisinde turizm faaliyetine katılmalarıdır. İç turizm, vize, pasaport, yabancı dil bilgisi ve döviz işlemleri gerektirmeyen ve ekonomiye döviz getirici etkisi olmayan turizm türüdür. Ancak

turizmde, ulusal gelirin bölgeler arasında dengeli dağılımı zamanı önemli katkıda bulunmaktadır. Ekonomik açıdan bu katkının yanı sıra, turizme katılan bireylerin kendi ülkelerinin doğal ve kültürel değerlerini öğrenmelerine, aynı zamandasahip oldukları kültürel değerlerini sevmelerine yardımcı olan, iş yaşamlarında verimliliklerini artıran, sosyal faydası yüksek olan bir turizm çeşididir. Bunların beraberinde iç turizmin, turizm bilincinin gelişmesinde de olumlu etkisi vardır.

Dış Turizmi

Dış turizmi, bir ülke vatandaşlarının kendi ülkeleri dışındaki ülkelere yaptıkları yolculukları ve bunun sonucunda ortaya çıkan turizm faaliyetlerinin tümüdür. Aktif ve pasif dış turizm olarak ikiye ayrılır. Aktif dış turizmi; yabancı ülke vatandaşlarının ülkeye gelmesi, pasif dış turizmi ise yabancı turistlerin dışarıya çıkmasıdır. Aktif dış turizmde döviz arzı, pasif dış turizmde döviz talebi oluşmaktadır. (Olalı ve Tarakçıoğlu, 1981).

Bütün bunların yanı sıra, yabancı sermaye girişinin çoğalması, alt ve üstyapının gelişmesine yardımcı olması, aynı zamanda diğer sektörleri de canlandırması, gelir yaratıcı ve istihdam artırıcı yönlerinden dolayı ekonomikaçından olumlu katkıları olan turizm çeşitidir. Dış turizmi ayrıca, ülkeler arasındaki barışın sağlanması, farklı kültürlerin öğrenilmesi, ulusal kültürün, özellikle diğer kültürlerle saygı bilincinin oluşması gibi olumlu toplumsal etkileri de bulunmaktadır. (Nazmi Kozak, 2012).

1.1.5.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizmin Çeşitleri

İnsanların yaş durumu, turizm hareketlerine katılmada etkili bir diğer unsurdur. Burada turizme katılmada yaş grupuna göre Bunlar, “gençlik turizmi”, “orta yaş(yetişkin) turizmi” ve “üçüncü yaş turizmi”. olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, 15-24 yaş grupları arasındaki bireylerin anne, baba veya diğer aile yakınları olmaksızın turizme katılmalarıdır. Yapılan araştırmalar sonucunda, gençlerin turistik faaliyetlere katılma düzeyinin diğer yaşlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni ise, gençlerin psikolojik özellikleridir. Genç nüfuz, psikolojik yapıları gereği harekete, değişime, maceraya ve daha açık bir kişiliğe

sahiptirler. Ayrıca, gençlerin sorumluluklarının, aile bağlarının az olması ve konaklama yerlerinin seçimi zamanı çok titiz davranmamaları da bu yaş grupundakilerin seyahat eğilimlerini artırmaktadır. Gençlik turizmi, katılanların önemli kısmının aile gelirine bağımlı olması, ya da sınırlı öğrenci bütçesi ile seyahat etmeleri sebebiyle, birçok ülkelerde “sosyal turizm” kapsamında ele alınmaktadır.

Türkiye’de de, öğrenci yurtlarının yaz döneminde turizm amaçlı öğrenci gruplarına açılması ve demiryollarının belli zamanlarda uygulandığı öğrenci indirimleri, gençlik turizminin sosyal turizm kapsamında düşünüldüğünü göstermektedir. Özellikle; Dağcılık, kampçılık ve spor gibi amaçlarla seyahat eden genç nüfuz pansiyon ve çadırda konaklamayı tercih etmektedirler.

Günümüzde, Avrupa’da gençler seyahat pazarında lokomotif rolü oynamakta ve gençlik turizmi Avrupa seyahat pazarının en hareketli kesimini oluşturmaktadır.

Yetişkin(orta yaş) Turizmi.

25-60 yaş arası yaş grunda yer alan kişilerin katıldıkları turizm faaliyetlerine “yetişkin turizmi” denilmektedir. Bu turizm çeşitindeki bireyler henüz yoğun çalışma dönemindedirler. genellikle, her birey evlidir, ya da bir aile düzenine sahiptirler.. Bu tür sorumluluklar, yetişkin turizmini diğer yaş türlerinden ayıran başlıca özelliklerinden biridir. Bu kesimin gezi dönemi ve gezi biçimleri, çalışma koşullarından etkilenmekte ve turizme katılma zamanları genellikle yaz dönemlerinde yoğunlaşmaktadır. Ekonomik koşullarda olan değişimler de bu kesimin turizm davranışını önemli ölçüde etkilemektedir. Eş ve çocukların uygun oldukları zamanlarda tatil yapmak ve yine eş ve çocuklarla birlikte rahat seyahat edebilecek ulaşımaya karar vermek, bu grubun en başlıca özelliğini oluşturur. Bu gruba katılan turistler genellikle, kendi arabaları ile seyahat etmeyi ve uzun süreli tatile çıkmayı tercih etmektedirler.

Üçüncü Yaş Turizmi

“Üçüncü yaş turizmi”, 60 ve üzeri yaş grunda yer alan insanların gerçekleştirdikleri turizm etkinlikleridir. Çoğunlukla gelişmiş ülkelerde, sağlık koşullarının iyileştirilmesi ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte insan ömrü uzanmıştır. Bunun sonucunda 60 ve daha yukarı yaş grunda yer alan bireylerin toplam nüfusu içerisindeki oranları yükselmiştir. Yeterli boş zaman ve gelire sahip olmanın beraberinde, aile sorumluluğunun da azaldığı bir dönemde olan üçüncü yaş grundaki

bireyler, önemli turist potansiyeli oluşturmaktadır. İnsanlar yaşlandıkça inançların daha güçlenmesinden dolayı dini ve kültürel amaçlı seyahatlere, sağlık sorunlarından dolayı termal kaynaklara, ılıman iklim ve doğal güzelliklere sahip yerlere ziyaret etmektedirler. Türkiye üçüncü yaş turizmi uygulamalarına ilk kez 1990 yılında başlamıştır.

1.1.5.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizmin Çeşitleri

Turizme katılmada etkili olan bir diğer unsur da insanların sahip oldukları toplumsal statüleri ve ekonomik durumlarıdır.

Sosyal turizm

Sosyal turizm, ekonomik açıdan zayıf olan toplumların birtakım özel önlemler ve kolaylaştırıcılar yolu ile turizm etkinliklerine katılmalarının sağlanmasından doğan turizm çeşididir.. Sosyal turizmde ölçüt “ekonomik güç”tür. Bu grupta yer alanlar:

- İşçiler
- Memurlar
- Emekliler
- Gençler
- Bedensel özürlüler
- Çiftçiler
- Esnaf ve zanaatkarlar

Sosyal turizmin temel özellikleri düşük fiyat, kar amacının bulunmaması ve toplu tüketimdir. (kulturelbellek.com, 8.03.2011).

Sosyal turizmin amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- İnsanların, özellikle çalışan kitlelerin düşünce ve değer yargılarının artırılması
- Diğer insanlarla kendini kıyaslama ve toplumsal kaynaşma alışkanlığının kazandırılması
- Kendi ülke vatandaşlarını tanıma olanağı sağladığı gibi, diğer ülkelerin insanları ile de yakınlaşma ve dostluk duygularının geliştirilmesi
- Barış içinde yaşamının kitlelere ulaşacak şekilde bilinçlenmeye dönüştürülmesi
- Toplumsal eşitliğin sağlanarak sosyo-ekonomik yapı içinde yayılması

- Yaşlılar için yeniden aktif bir yaşam ortamının oluşturulması

Sosyal turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması için farklı ülkelerde şu uygulamalar gerçekleştirilmektedir:

- Tatil kredileri
- Ulaştırma araçlarında indirimli fiyat politikası
- Özel gerçekleşen seyahat, veya tatil çeki kullanımı
- Taksitle tatil olanağı
- Konaklama yerleri ile sosyal turizm bireyi arasında bağlantı kurulması
- Tasarruf sandıklarının kurulması ve yaygınlaştırılması
- Öğrenci yurtlarının, özellikle gençlik turizmine yönelik olarak tatil döneminde kullanılması
- Kamu kamplarının sosyal turizm amaçlı kullanılması (Nazmi Kozak, 2012).

Lüks Turizm

Yüksek gelir düzeyine sahip olan gruplara özgü turizm türüdür. Kişiler, oldukça pahalı olan konaklama tesislerinde konaklar ve her türlü konforlu transatlantiklerle seyahat ederler. Bu tür grupların en fazla itibar ettikleri turizm çeşitleri arasında, kumar turizmi, av turizmi vb. başta gelir(kulturelbellek.com, 8.03.2011).

1.1.6. Türkiye’de Turizmin Mevcut Durumu

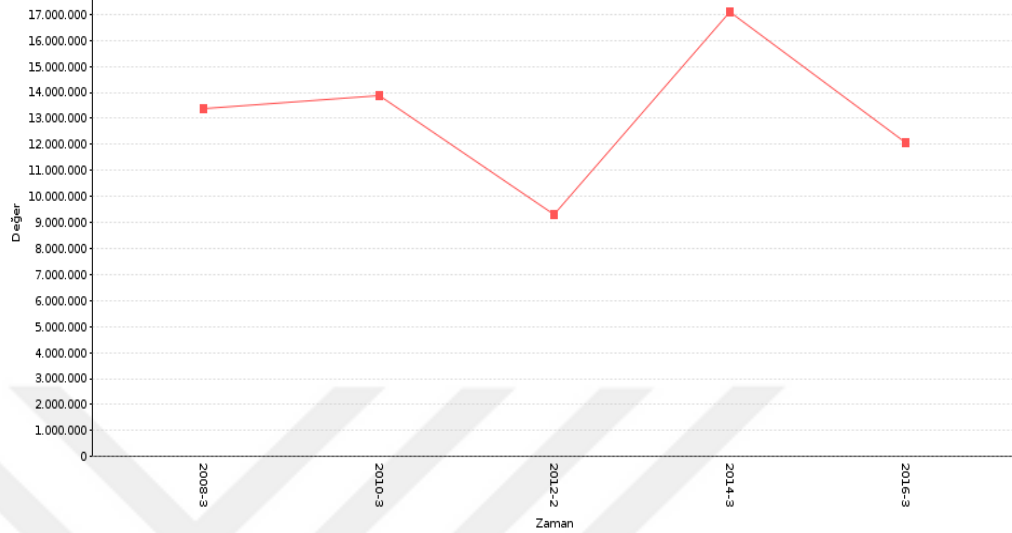
Türkiye gerek doğal ve tarihi zenginlikleri, gerekse iklim koşulları ile turizmin gelişmesi bakımından büyük bir potansiyele sahiptir.

1950 yılında Türkiye’ye seyahat eden turist sayısı sadece 30 bin iken, 1965’te bu rakam ilk kez yarım milyonu geçmiştir. Türkiye, 1997 senesinde 10 milyona yakın turist ağırlamakla dünyada en çok turist çeken ve turizm geliri elde eden 20 ülkenin arasında yer almıştır. Ülkenin beş yıllık kalkınma planlarında turizme önem vermesi turizmin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Bu amaçla, öncelikli kesimler olarak Marmara, Ege ve Antalya ele alınmıştır.

Turizm sektörü başta gıda, ulaştırma, enerji, inşaat ve tekstil dahil 54 alt sektörü doğrudan etkilemektedir. Ülke ekonomisi açısından kayda değer paya sahip turizm sektöründe Türkiye’de, son iki yıl içinde bir daralma gözlemlenmiştir. Bu krizin turizm

sektörünü 2019 yılına kadar etkileyeceği öngörülmektedir. Sektörün çarpan etkisi dikkate alındığı zaman kayıplar genel ekonomik durumu iki katı kadar etkilemektedir.

Şekil 1: Türkiye'ye Gelen Yurtdışı İkametli Ziyaretçiler (Dönemlik)



Kaynak : www.tuik.gov.tr'den derlenmiştir. 20.05.2016

Şekil 1'den görüldüğü üzere, 2008' yılına göre 2010'da artış gözlemlense de , 2012 yılında hızla düşük yaşanmıştır. Turist sayısı 14000 olurken 9000'e inmiştir.

1.2. Alternatif Turizm

Turizm, son yıllardaki en geniş, en hızlı şekilde gelişen sanayilerden biridir. Günümüzde artan rekabet ortamında ülkeler öne çıkabilmek için, mevcut kaynakların etkin kullanımı ile yeni turistik ürünler çeşitlendirerek turistlerin farklı istek ve ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Turistler için farklı ürünlerin yaratılmasıyla, deniz girdilerinin ya da turizmde elde edilen kazançların artırılmasıyla, turizm yatırımlarının daha verimli kullanılmasıyla alternatif turizm kavramı gelişmiştir. Geleneksel, klasik kitle turizmi ve şehir turizminin oluşturduğu olumsuz etkilerin azaltılmasıyla ve yeni turistik ürünlerin biraraya gelmesiyle alternatif turizm meydana gelmiştir.

Alternatif turizmde kitle turizmden farklı olarak;

- Bireysel turlar ön planda tutulmaktadır.
- Konaklama için büyük tesisler yerine, yerel ve kültürel unsurların temel alındığı, bir tarzda döşenmiş küçük ve orta boy işletmeler tercih edilmektedir.
- Yolculuk zamanı "charter" yerine tarifli seferler tercih edilmektedir.

- Alternatif turizm hizmetinden faydalanan turistler, düşük maliyet anlayışının tersine, daha fazla ödemeyi kabul etmektedirler.

Alternatif Turizm; doğal, coğrafi, tarihi ve kültürel değerler üzerine tesis edilmiş, tabiatı etkilemek ve değiştirmek yerine tabiatla uyumlu olmayı amaçlayan ve doğaya zarar vermeden ondan yararlanmayı sağlayan turizm faaliyetleridir.

1990'lı yıllarda alternatif turizm büyümeye başlamış ve bu yıllarda, 43 milyon Amerikalının alternatif turizm faaliyetlerine katıldığı, Yunanistan'a gelen 13 milyon İngiliz turistlerin %19'unun ekoturist olduğu, Fransa'da 15 milyon yürüyüşçü olduğu belirlenmiştir. günümüzde de hızla yükselmeye devam etmektedir.

Türkiye, Akdeniz çanağında, doğal potansiyeli, zengin coğrafyası, çeşitli kültürlerle ev sahipliği yapmış olması ve zengin tarihe sahip olması nedeniyle en önemli turizm alanlarından biridir.

Üç tarafı denizlerle çevrili, dört mevsimin aynı anda yaşanabildiği, yüz ölçümünün %26'nın ormanlarla kaplı olduğu Türkiye, dünyada nadir ülkelerden biridir. Dağları, ormanları, yaylaları, gölleri, akarsuları, flora ve faunası açısından olağanüstü bioçeşitliliğe sahip olduğunu söyleyebiliriz (Necdet, Cevdet 2008 s: 125)

Türkiye, alternatif turizm açısından kaynakların çoğu milli parklar, tabiat parkları, tabiat koruma alanları, tabiat anıtları gibi bölgelerden oluşmaktadır. Ülkemizde 2010 yılı itibarıyla 33 adet milli parklar, 16 adet tabiat parkları, 35 adet tabiat koruma alanları, 59 adet tabiat anıtları olmakla toplamda 143 adet koruma alanı vardır.

Flora çeşitliliği yönünden dünyanın en zengin bölgelerinden biri olan Anadolu, 8 coğrafik bölgenin 3 tanesinin kesişme noktasında yer almaktadır. Bu nedenle Avrupa kıtasında yaklaşık 12000 civarında bitki sayısı olduğu bilinirken Türkiye'de bu sayı 12.054 olup ve bunlardan 3000 kadar endemik, Türkiye'ye özgü bitkilerdir.

Bildiğimiz gibi, her türlü doğal varlıkların dengeli şekilde koruyarak kullanılması gerekmektedir. Bu dengeyi korumakla alternatif turizm için de çok önemli katkılar sağlanabilmektedir. Türkiyede henüz alternatif turizm kavramının tam anlaşılabilmesi nedeniyle, yaban hayatı gelişigüzel kullanılmakta ve bölgenin taşıma kapasitesi bilinmeden denetimsiz, plansız turizm turları düzenlenmektedir.

1.2.1. Kültür Turizmi

Kültür kelimesinin etimolojik kökeninin karşılığı, latinedeki "tarım" anlamına gelen "culture" kelimesidir. Aynı zamanda, kültür tarihi, eğlence kültürü, kültürfizik hareketleri, boğaz kültürü, kültür turizmi kavramları ile karşılaşmaktadır(Bilgehan Gülcan, 2010: 101).

Kültür turizmi birçok bilim adamları tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Silberg kültür turizmi, "Kültürel turizm, bir toplumun, bölgenin veya bir grupun tarihsel, sanatsal ve bilimseltarzi ile tamamen veya kısmen motive olunmuş yabancı bir ülkeden gelen kişiler" olarak tanımlamıştır. Rızaoğluna göre ise, insanların kültürel açıdan zengin yöreleri görmek, zamanla kaybolan yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemel, kültürel değerleri bir anı olarak korumak amacıyla yapılan gezi çeşitidir.

Tanımlardan da anlaşıldığı üzere, kültür turizmi, kültürel kaynaklar ve değerler üzerine kurulmuş bir alternatif turizm türüdür(Alaeddinoğlu, F, 2015: 1-6).

Türkiye, kültür turizmi açısından hiçbir ülkede olmayan olanaklara ve potansiyele sahiptir. Türkiye'de turizm sektöründe karlı, sürdürülebilir ve sorumlu olabilecek tek yaklaşım kültür turizmidir(B. Gülcan, 201: 13).

1.2.2. Kongre Turizmi

Kongre turizmi; aynı veya farklı mesleklerdeki bireylerin kısa, sınırlandırılmış ve belli bir program çerçevesinde kendi meslekleri, belirli bir bilimsel alan veya konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla devamlı yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışında gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama tesislerinde ortaya çıkan olaylardır(Çakıcı, 2009, s.3).

Kongre turizminde; özellikle kongrelere yönelik düzenlemeler ve diğer destek faaliyetleri uzman olan işletmeler aracılığıyla yapılabilmektedir. Bu ise yan sektörler oluşturarak istihdama katkı sağlamaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.33). Büyük çaplı grupların katılımıyla organize edilen kongre turizminin 37 sektör üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi vardır. (Özer, 2010, s.11).

Bugün Türkiye'nin dünya pazarlarından aldığı pay büyük boyutlarda olmamasına rağmen , özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi yeterli alt ve üst yapıya sahip bölgeleri ile dünya kongre pazarından ismi geçen ülkeler arasında yer

almaya başlamıştır. Kongre turizmi, turizm çeşitleri arasında %20'nin üzerinde bir payına sahip olan turizm türüdür. Başta avrupa ülkeleri olmak üzere hong kong, Tayland, Singapur gibi ülkelerin ana turizm kaynaklarını oluşturmaktadır(Nazmi Kozak, 2012).

Avrupa ve Asya'nın birleştiği yerde, Türkiye toplantı, intensiv ve kongrelere uygun konumundadır. Ayrıca, Avrupa ülkelerine yakınlığı ve egzotikliği ile ideal bir destinasyona sahiptir. İzmir, Antalya ve Ankara'ya Transfer bağlantısı ve direkt uçuş olması nedeniyle, Türk havayolları ve diğer ulusal havayolu şirketlerince İstanbul'a iki ile üç saat içinde ulaştırılmak mümkündür(www.kultur.gov.tr).

1.2.3. Golf Turizmi

Golf, doğada özel olarak yapılmış bir sahada oynanan bir alternatif turizm türüdür. Sahanın belirlenmiş 18 parkurunu golf topuna en az vuruş yaparak tamamlamak golf turizminin amacıdır. Rekabet üzerine kurulu olan golf, özellikle rakibe ve sahaya saygıyı öngören katı kurallarla oynanan bir oyundur (Kozak ve Bahçe, 2009: 232).

Bu gün elit sporu olarak kabul edilen golf turizmi, hatta bir spordan öte, sınıf atlamanın bir göstergesi olan, lüks bir tüketim aracıdır.

Literatürde, golf turizmindeki gelişmenin etkileri konusunda karşıt görüşler vardır. Buna göre, golf turizminin olumlu etkileri aşağıdaki gibi özetlenebilir

- Golf turizmi, kendi ülkelerinde hava koşulları golf oynamak için uygun olmadığı dönemlerde golf turistlerini çekerek, turizm sezonunu uzatabilir.
- Golf turizminin, bozulmuş veya sahipsiz doğal alanları iyileştirme ve güzelleştirme potansiyeli vardır.
- Golf turizmi, elit bir şekilde tasarlanmakla uygulanan bir pazarlama faaliyeti sonrası, düşük sezonda yüksek harcama yapabilecek turistleri çekerek ekonomik fayda sağlarken, bir destinasyon olarak ülkenin imajını da olumlu etkiler
- Ek bir çekicilik olarak, ürün çeşitlendirmede yardımcı olabilir.

Doğrudan veya dolaylı olarak yeni iş olanakları yaratır. (Kozak ve Bahçe, 2009:233)

Golf turizminin olumsuz etkileri ise aşağıdaki gibidir: (Kozak ve Bahçe, 2009:234)

- Golf sahalarının önemli büyüklükte arazi gerektirmesi, arazi sıkıntısı çeken bölgelerde, arazi konusunda baskı oluşturmaktadır.
- Sahanın sulanması için çok fazla su kullanılması gerekmektedir.
- Saha için tahsis edilen toprak nedeniyle, tarım olumsuz etkilenebilmektedir.
- 119 Bazı sahaların uygun hale getirilmesi için gereken mühendislik çalışmaları, sadece golf sahası olacak arazinin yapısını değil, bölgenin doğal ekolojik yapısını da bozabilir.

Kısacası, golf turizminin yaratacağı ekonomik faydaları dikkate alarak diğer sonuçları gözardı etmek; bazı çevresel, ekolojik ve kültürel sorun ve çalışmaları beraberinde getirecektir(Kozak ve Bahçe, 2009: 235).

Türkiye, son zamanlarda art arda hizmete giren uluslararası nitelikteki golf tesisleriyle, gerçekleştirilen turnuvalarla dünya golf severlerini bir araya getirerek benzerleri arasında niteliklerinin yüksekliğiyle göze çarpan bir golf merkezi haline gelmiştir.Türkiye’de Antalya İli başta olmak üzere, Muğla ve İstanbul illerinde golf sahaları bulunmakta olup, özellikle Antalya'nın 30 km doğusunda yer alan Belek beldesi hem kültürel, tarihsel ve doğal yapısıyla, hem nitelikli golf saha ve tesisleriyle eşsiz bir golf turizmi potansiyelini oluşturmakta ve uluslararası turnuvalarda ev sahipliği yapmaktadır(kultur.gov.tr, 04.03.2016).

1.2.4. Kış Turizmi

Kış turizmi doğayı tanıma isteği, doğada bulunmak, macera yaşamak, onunla mücadele etmek isteyenlerin tercih ettiği bir turizm türüdür. Katılımcısına, hareket halinde dinlenme ve yenilenme olanağı sunan turizm çeşitidir. Özellikle, katılımcısının sahip olması gereken araç, malzeme ve ekipmanlar incelendiğinde pahalı bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. (Kozak ve Bahçe, 2009).

Kış turizmi; belirli yükseklikteki dağlarda, kayak sporunu yapmaya müsait kar şartlarının ve eğimli alanların uygun olduğu destinasyonlara yapılan seyahatlerin yanında konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlenme ve gezme-görme gibi aktivitelerden

de yararlanmayı kapsayan ve yılın belirli dönemlerinde gerçekleştirilen faaliyet ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır(Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008).

Türkiye Turizm Stratejisinde belirlenen; Kış Turizmi Koridoru (Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan) boyu, özellikle kış sporlarının ve bu kentlerde bulunan turizm merkezlerinin geliştirilmesi için çalışmalar gerçekleştirilmektedir. 2011 Üniversiteler Arası Kış Oyunları (Universiade), Palandöken Kış Sporları Turizm Merkezinin bulunduğu Erzurum'da 27.01-06.02.2011 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir(kultur.gov.tr).

Türkiye'de kış turizmi merkezlerinin sayısının ve kapasitesinin hızla artmasına karşın dünya çapında rekabet edebilecek düzeyde kar turizmi resortlarına henüz sahip değildir. Bu turizm türüne hitap eden yatak kapasitesi on yıl önce 4 bin olurken, bugün bu rakam 10 bine yaklaşmış bulunmaktadır. Konaklama imkanı sunan kış turizmi merkezlerinin sayısı da aynı zaman diliminde 2'den 19'a ulaşmıştır.. Avusturya, Fransa, İsviçre, İtalya ve Andorra gibi Avrupa'nın başarılı kar resortlarına sahip ülkelerinin yanı sıra son zamanlarda Romanya ve Bulgaristan da iddialı yatırımlarla uluslararası pazarlarda rekabet güçlerini artırıyor. Türkiye ise bu alandaki potansiyelini değerlendiremiyor. Kış merkezleri bu ülkelerin kış merkezleri ile karşılaştırıldığı zaman teknik olanaklar, aktivite çeşitliliği açısından çok gerilerde kalmaktadır. (Cengiz Yücel, Aralık 2005).

1.2.5. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi; kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek amacıyla kaplıca veya diğer sağlık merkezlerini ziyared eden veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi fizik tedavi, rehabilitasyon vb. gereksinimi olanlarla beraber uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm türüdür.(kulturturizm.gov.tr).

Sağlık turizminin önemli bir halkasını oluşturan medikal turizm, (Karagülle, 2009). son yıllarda dünyada birçok hasta tarafından tedaviyi, tatili (konaklama) ve ulaşımı (transfer) içeren sağlık paketleri tercih edilmektedir. Türkiye'de avrupa standartlarıyla yarışabilecek seviyede özel sağlık kurumlarının gittikçe artmaya başladığı, coğrafi konumu ve sağlık sektöründeki yetişmiş, kalifiye insan gücü, sağlık turizminde önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Günümüzde Türkiye, pek çok

tedavi için ilk sıralarda tercih edilen lokasyonlardan biridir. (Tourism World Haber Dergisi, 2011: 48).

Genelde Sağlık Turizmi;

- Medikal (Tıp) Turizmi
- Termal Turizmi (Kaplıca + Spa & Wellness)
- Yaşlı Bakımı amaçlı ziyaretlerden oluşan organize bir turizm hareketi olarak değerlendirilmektedir.

Nüfuzun artması,. yaşam kalitesinin yükselmesi, dünya’da sağlık maliyetlerinin yükselmesi snedeniyle, tedavileri daha kaliteli ve ekonomik yapan ülkeler ortaya çıkmış ve sağlık turizmi sektörünün oluşmasına neden olmuştur. Dünyada yaşlı kitlenin artması da sektörü tetiklemiştir.

Sağlık Turizmini Geliştiren Etkenler;

- Uzun süren hasta bekleme listelerinden kurtulmak,
- Daha kaliteli ve kısa zamanda hizmet alabilmek,
- Yüksek sağlık teknolojilerine ulaşabilmek,
- Sağlık hizmeti maliyetini düşürmek,
- Kronik hastaların, yaşlıların ve engellilerin başka ortamlara gitme ve tedavi olma isteklerinin oluşması,
- Uyuşturucu ve farklı bağımlılıkları olan kişilerin değişik veya daha uygun ortamlarda olma arzuları,
- Gezme ve kültür ziyaretlerinde bulunma isteği,
- Kişinin hayata tutunma ve yaşam isteği(www.kultur.gov.tr).

İstatistiklere göre, Türkiye'ye sağlık turizmi maksadıyla gelen turistlerin geliş amacı gçoğunlukla kalp cerrahisi, estetik cerrahi, kardiyoloji, genel cerrahi ve ortopedi dallarında olmaktadır (Tourism World Haber Dergisi; 2011: 48). Türkiye'ye tedavi amaçlı gelen turistler, daha çok göz bölümüne başvururlar. Göz operasyonları, Türkiye'yi tercih eden hastaların yaptırdıkları operasyonlar içinde % 66 payalmaktadır (tourismtoday.net, 23.06.2011)

Termal Turizmin Sağladığı Olanaklardan Bazıları;

- 12 ay turizm faaliyetine katılma imkanı,
- Tesislerde yüksek doluluk oranına ulaşılması,
- Yüksek düzeyde istihdam oluşturulması,
- Diğer alternatif turizm çeşitleriyle ile kolay entegrasyon oluşturmaksızın bölgesel dengeli turizm gelişiminin sağlanması,
- Termal tesislerde insan sağlığını iyileştirici aktivitelerin yanı sıra, eğlence ve dinlenme olanaklarının da bulunması,
- Kür merkezi (tedavi) entegrasyonuna sahip tesislerin maliyetini kısa zamanda geri ödeyebilen karlı ve rekabet gücüne sahip yatırımlar olmasıdır (kultur.gov.tr).

1.2.6. İnanç Turizmi

“İnanç turizmi” kutsal yerlere yönelik turizm etkinlikleridir. Değişen turist isteklerine bağlı şekilde dünyada gelişme gösteren inanç turizmi kapsamında mevcut geleneklerin korunması, turizme kazandırılması ve tanıtılması hedeflenmektedir (Nazmi Kozak, 2000).

Dünya'nın turizm pazarında, inançla ilgili seyahatlerin payı zamanla çoğalmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün inanç turizmi açısından 2008 yılında yaptığı araştırmalara göre, dünyada 600 milyon inanç turizmi gezisi düzenlenmiştir. En çok Müslüman ve Hıristiyanlar inanç turizmi kapsamında seyahatlere katılmıştır. Haç turizmi için Kudüs, Mekke ve Roma en önemli destinasyonlardır. Aynı zamanda son dönemlerde Hindistan'da da bir yükseliş görülmektedir(Kurmuş, 2011).

Turizmin temelinde insanın psikolojik tatmin duygusu sağlaması vardır. Her geçen gün dini inançlarını yerine getirmek için yolculuğa çıkan kişi sayısı artmaktadır. Çünkü insanlar için önemli bir unsur olan din bireylerin var olma nedenidir. Bundan dolayı dini sebeplerle seyahat edenlerin sayısı her geçen gün daha da artmakta ve turizm için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Din, hem dini sebeplerden dolayı seyahat eden, hem de yerel halk için çok hassas bir konudur. İnanç turizminin istenen düzeyde yapılabilmesi için her şeyden önce yerel halkın dini sebeplerle seyahat eden insanlara,

onların inançlarına ve dini duygularına saygı göstermesi gerekmektedir (Karaman ve Usta, 2006: 473).

Turizmin temelinde insanın psikolojik tatmin duygusu sağlaması yatmaktadır. Her geçen gün dini inançlarını yerine getirmek için seyahat eden kişi sayısı artmaktadır. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre yaklaşık 300 milyon kişi inanç turizmi kapsamında seyahat etmektedirler. Bunların yaptığı harcama da 20 milyar dolara yaklaşmış durumdadır(www.kultur.gov.tr).

Bakanlıkca, İnanç Turizminin geliştirilmesi amacı ile gerçekleştirilen çalışmalar kapsamında, 1993'de öncelik olarak üç büyük dinin çağımıza kadar ulaşan eserlerin ve ibadet yerlerinin envanteri hazırlanmıştır. Türkiye genelinde Valilikler, Kültür Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve çeşitli Üniversitelerin de görüşleri alınarak yapılan envanter çalışmasında, ülkede yer alan ve sayıları çok fazla olan eserler içerisinden;

- Dini yönden önem arz eden ve yüksek oranda ziyaret edilen,
- Sanat Tarihi açısından önemli olan,
- Mimari özelliği nedeniyle türünün ilk ve ilginç örneği olan,
- Ulaşımı kolay bir noktada bulunan ve Seyahat Acentaları tarafından tur programlarına dahil edilen belirli ve önemli merkezlerin tespiti yapılmıştır (www.kultur.gov.tr)

1.2.7. Dağcılık Turizmi

Dağ Turizmi, dağlık ortamlarda bulunma, dinlenme ve tatil amacıyla dağ sporları yapma uğraşlarını kapsayan bir turizm hareketidir. Dağ turizmi ile amaçlanan; sosyal ve ekonomik açıdan yeterince kalkınmamış olan dağlık ve ormanlık yörelerin kalkınmasına katkıda bulunmak, yaz mevsimini yazdan kışa artarak uzatmak, yaz döneminde çalışan ancak, kış döneminde işsiz kalan vasıflı turizm iş gücünün yıl boyu istihdamını sağlamaktır (Çontu, 2006: 23).

UNEP tarafından verilen bilgiye göre, dağlar uluslararası turizm endüstrisinin yüzde 15-20'sine ev sahipliği yapmakta ve yılda 70-90 milyar dolar arası turizm girdisi sağlamaktadır (Yücel, 2004).

Dünyada milyonlarca kişiye yaşam alanı yaratan dağların önemine ve karşı karşıya kaldığı sorunlara dikkat çekmek amacıyla, 2002 yılı Birleşmiş Milletler tarafından “Dağlar Yılı” ilan edilmiştir. Bu konuda dünyanın birçok bölgesinde seminerler, konferanslar, organizasyonlar düzenlenmiştir(Yücel, 2004).

Türkiye’de dağ turizmine ilgi, 1982’de Ağrı Dağı’nda Nuh’un Gemisi’ni arama faaliyetleri ile başlamıştır. Amerikalı Astronot James Irwin’in Ağrı Dağı’nda arama izni almasıyla o zamana kadar yabancı dağcılarının tırmanışına kapalı olan Ağrı Dağı tırmanışlara açılmıştır. 1992 yılında güvenlik nedeniyle tırmanışlara kapatılan Ağrı Dağı’nda günümüzde izin işlemlerine tabi tutularak turizm amaçlı tırmanışlara izin verilmektedir. Dağ turları genelde fuarlarda acentelere paket fiyatlar verilerek satılmaktadır. Özellikle Avrupa ülkelerinden Almanya, Fransa, İtalya, İsviçre, Avusturya ve İngiltere gibi ülkelere talep olmaktadır(Öztürk, 2011: 64, 67).

Farklı yüksekliklerde, zengin jeo morfolojik ve tektonik yapıya, flora ve faunalı ormanlara sahip olan Türkiye, zengin av ve yaban hayatı olan dağlarıyla hem kış turizmi hem de dağ yürüyüşü ve tırmanışları için dağcılık sporunu seven kişilere olağanüstü çekici ve ilginç olanaklar sunmaktadır. Türkiye’yi her yıl dünyanın çeşitli ülkelerinden çok sayıda turist dağ tırmanışı ve yürüyüşü için ziyaret etmektedir(www.kultur.gov.tr).

1.2.8. Mağara Turizmi

Mağaracılık, bilimsel ve sportif amaçla yürütülmektedir. Doğa turizminde görsel amaçlı ve sportif amaçlı olmak üzere iki şekilde kullanılmaktadır. Görsel amaçlı yapılan ziyaretler için speteotem açısından zengin, ulaşım olanağı sağlanabilen mağaralar seçilir. Dünyanın en tehlikeli doğa sporlarından olan sportif mağaracılık hem bireysel, hem de grup halinde gerçekleşebilmektedir(www.artvin.edu.tr , 10.10.2016).

Türkiye’de yaklaşık 40.000 adet mağara bulunmaktadır. Ülkedeki mağaralar turizm çeşitliliği bakımından önemli potansiyele sahiptir. 15 km’den fazla olan Isparta’daki Pınargözü mağarası en uzun mağarasıdır. 1964 yılında Mağara Araştırma Derneğinin kurulması ile, mağara araştırmaları başlatılmıştır.

(www.kulturturizm.gov.tr;10.10.2016)

1.2.9. Yayla Turizmi

Çevreye göre daha yüksekte olan yer anlamına gelen yayla, düz ve otlaklarla kaplı, suyu bol olan, hayvancılıkta geçimlerini sağlayan yerel halkın topluluklarca yılın belirli aylarında hayvanlar için taze ot temini ve aynı zamanda hayvansal üretimlerini(süt, peynir, yağ gibi) yapmak amacıyla kullanılır. geçmişten beri büyük önem taşıyan yaylacılık faaliyeti,gün geçtikçe daha da önem arz etmektedir. Yaylacılık faaliyeti için gelen ziyaretçiler, aynı zamanda bu yaylalarda dinive tarihi yerleri görebilmekte ve yüksek yerlerde dağcılık, kayak yapabilmekte veyaşifalı termal sulara girebilmektedirler. Bu anlamda yayla turizmi; diğer turizm dallarıyla da iç içe geçmiş durumda ve daha geniş bir faaliyet alanını kapsamaktadır(Subaşı, 2004: 1).

Türkiye uygun iklim koşulları, üstün peyzaj değerleri, yamaç paraşütü , doğa sporlarına uygun alanları ile yayla turizmine son derece müsaittir. Türkiye'de yayla turizmi; yayla odaklı turizm değil de, daha çok diğer turizm çeşitlerini destekleyici unsur olarak gelişmiştir.

1.2.10. Eko Turizm

Eko- Turizm ilk olarak Alp'lere gelen çiftçilerin evlerinin bir bölümünü açmasıyla başlamıştır. Tarihsel olarak 1983 yılında Heckar Ceballos-Lascurain tarafından ortaya atılmış bir kavramdır (Cevdet Avcıkurt, 2008). Ekoturizm kavramı kökeni Yunanca oikos (ev) ve logos (kelime)'a dayanan ve bilimsel olarak ekolojik adlandırılan organizm ve onun çevre ile ilişkisini inceleyen bir kelimedden otaya çıkmıştır(Cengiz Demir, 2006).

Eko turizm ile ilgili çalışmalara baktığımız zaman onun neden ortaya çıktığının, amaçları ve sonuçlarının bir birine benzediği veya birbirini tamamladığını görebiliriz. 1970'lerde ve 1980'lerde kitle turizmi ile ilgili rahatsızlıklar ortaya çıkması nedeniyle çevreye yönelik ilgi ikiye katlanmıştır. Ekoturizm kavramı doğadan hoşlanmak kadar çevre kalitesinin korunmasının öneminin anlaşılması ve bu yönde olan ilginin yaygınlaşmasına eş zamanlı olarak gelişme göstermiştir. 1990'lardan itibaren daha yoğun bir şekilde tanımı, amacı ve sonuçları tartışılmaya başlamıştır.

Artan eğitim seviyesi, uluslararası talebin yapısındaki değişiklikler ve çevre konularına karşı artan ilgi ekoturizm seyahatlarına olan talebin artmasına neden olan etkenlerdir(Cevdet Avcıkurt, 2008).

Ekoturizmin uluslararası kabul görülmüş bir tanımı yoktur. O, farklı kesimler tarafından farklı şekillerde ele alınarak tanımlanmıştır. Ekoturizm olayını tanımlamak için sürdürülebilir, alternatif turizm, doğa tabanlı turizm gibi terimler kullanılmaktadır.

Ekoturizmin ilk tanımı 1987 yılında Ceballos-Lascuarin tarafından ; “Geçmişten günümüze kadar uzanan kültürel değerlerin bulunduğu alanlar kadar nispeten bozulmamış ve kirletilmemiş doğal alanlara, araştırma, değerini anlama ve onun manzarasından, yaban bitkileri ve hayvanlarından zevk alma gibi spesifik amaçlara yapılan seyahattir” şeklinde tanımlamıştır(Cengiz Aydemir, Aydın Çevirgen, 2006: 52-53).

Uluslararası Eko Turizm Topluluğu (TIES) eko-turizmi; “çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını arttıran, doğal alanlara duyarlı seyahat” olarak tanımlamıştır.

2002 yılında Kanada nın Quebec kentinde gerçekleştirilen Dünya Ekoturizm Zirvesi'nde tüm ülkelerce benimsenmiş tanımı şu şekildedir.

“Ekoturizm, doğal bölgelere yapılan, doğal ortamı ve kaynakları koruyan, yöre insanının ekonomik refahını artırıcı güvenilir bir turizm türüdür”(Tayfun Doğan, 2012 : 54).

Eko turizmin hard (yoğun) eko turizm ve soft(yumuşak) eko turizm şeklinde ayrıldığı ekoturizm ile ilgili yapılmış olan bazı çalışmalardaki tanımlarda mevcuttur.

2005 yılında Weaver in yapmış olduğu çalışmada ise hard eko turizm ve soft eko turizm arasındaki farkları aşağıdaki şekilde belirtmiştir.

Tablo 1: Hard Ekoturizm Ve Soft Ekoturizm Arasındaki Farklar

Hard eko turizm(yoğun eko turizm)	Soft eko turizm (yumuşak eko turizm)
Güçlü çevresel bağlılık	Yüzeysel çevresel bağlılık
Özel ziyaretler	Çok amaçlı ziyaretler
Uzun geziler	Kısa geziler
Küçük gruplar	Büyük gruplar
Fiziksel aktiflik	Fiziksel olarak pasiflik
Doğa ile deril etkileşim hali	Doğa ile yüzeysel etkileşim
Kişisel deneyime önem verilmesi	Açıklamaya önem verilmesi
Seyahatlerini kendileri hazırlarlar	Tur operatörleri ve Seyahat acentaları programı hazırlarlar

Kaynak: Necdet, Cevdet, 2008 : 113. Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi

1.2.11. Sualtı Dalış Turizmi

Su sporları dalış turizmi ile başlayıp, su üstü sporların katılımı ile başlıca turizm sektörü oluşturmuştur. Dalış turizmi, sualtı dünyasını keşfetmek, arkeolojisini, deniz fauna ve florasını görmek, bunları fotoğraflamak, aynı zamanda sportif amaçla balık avlamak için tanıtım yapılan, eğitim ve spor maksadlı dalışlar yapmakla bu bölgede konaklama hizmetleri veren turizm çeşididir.

Dalışlar genel olarak ikiye ayrılmaktadır:

1. Aletli dalış(Scuba): dalış esnasında kullanılması gerekli malzemeler: Palet, maske, dalış elbisesi, tüp, manometre, regülatör ve dalış yeleşği.
2. Aletsiz dalış (Serbest dalış): Sportif maksadla nefes tutularak sualtında sınırlı süre kalmaktır. Her bireyin nefes tuta bilme kapasitesi ile sınırlı olan bir dalışdır ve ekipmana gerek duyulmaz.

Türkiye'de su altı dalış noktaları 3 bölgede yer almaktadır. (bazı dalış noktaları)

- **Akdeniz Bölgesi:** Kurt Burnu – Kız kalesi, Fok Burnu –Kız kalesi, Bacalı Mağara –Kemer, Fener Burnu – Kaş, Likya Batığı – Kaş, Aksu Batığı – Kız kalesi, Duvar- Kemer, Akıntı Burnu- Kaş, Uçak Batığı –Kaş.
- **Ege Bölgesi :** Yatk Odası – Çeşme, Riko – Çeşme, Barbaros resif – Kuş Adası, İnce Burun – Datça, Küçük Ada – Çeşme, Fener adası – Çeşme, Blue Sky Kayalığı – Kuş Adası, Adalae Burnu – Kuş Adası.

- **Marmara bölgesi** : Karaada – Ayvalık, Kerbela – Ayvalık, Yumurta ve Taş adası – Ayvalık, Bebek Kayaları – Saros Körfezi, Tavşam Adası – İstanbul, Yassıada – İstanbul(Bucak, Yılmaz, 2014).



2. BÖLÜM

YAT TURİZMİ VE İZMİR

2.1. İzmir’de Turizm

İzmir, Türkiye'nin üçüncü büyük ve modern kenti, aynı zamanda önemli kültür, sanat, turizm ve ticaret merkezidir. Türkiye'de ilk turizm hareketinin de İzmir'de başladığını söyleye biliriz. 8500 yıllık köklü bir tarihe sahip olan İzmir, Anadolu yarımadasının batısında uzun ve dar körfezin başlangıcında yer almaktadır. Gerek coğrafi konumu ve iklimi, gerek tarihi ve kültürel kaynakları, gerekse de kitle turizmine yönelik bir altyapısı ile çok büyük turizm potansiyeline sahiptir(Yanardağ, 2014). Günümüzde dünyaca tanınan Antik Çağ'ın en ünlü ve turistik kentleri olan Efes, şehrin güneyinde, Bergama ise kuzeyinde yer almaktadır. Turizmde öne çıkan ilçeleri ise, Konak, Çeşme, Foça, Balçova ve Selçuk'tur.

Akdeniz Foku, Foça Siren Kayalıkları, İzmir Nergizi, Kemalpaşa Kirazı, Kuş Cenneti, Sakız Ağacı, Sakız Enginarı, Yalı Çapkını İzmir'in önemli doğal sembolleridir. İzmir'in merkezinde bulunan Kemeraltı çarşısı dünyanın en büyük açık hava çarşısıdır (www.izmirkulturturizm.gov.tr, 15.02.2017).

Türkiye’de bulunan Turizm açısından önemli olan 229 termal ve içme suyu kaynağndan 81’i Ege bölgesindedir. Bunların 21 tanesi ise İzmir, Aydın, Denizli, Manisa ve Balıkesirdedir. Çeşme, Alaçatı, Urla, Karaburun, Selçuk ve Foça güneş - deniz turizmi olanakları sunmaktadır. İzmir Kuş Cenneti, İnciraltı sahilleri, Çatalkaya Mevkii, Buca Kaynaklar ormanları eko – turizm imkanlarına sahip alanlardır. Çeşme, gerek deniz kıyısındaki konumu ve iklim koşulları, gerekse de dünya standartlarında olan deniz, kara, hava ulaşımı ile önemli turistik bir yerdir(Pınar, 2005).

İzmir’in bir sınır şehri olması özellikle kısa mesafede Yunan adalarının bulunması burada, “Sınır Turizmi” olarak tanımlanan çoğunlukla alışveriş ve günübirlik ağırlıklı bir turizm çeşidinin yaygınlaşmasına neden olmuştur (www.izmirkulturturizm.gov.tr).

2.1.1. İzmir'in Bazı Tatil Köyleri ve Tarihi Yerleri

Çeşme – Ilıca – Şifne

Uluslararası üne sahip olan İzmir'in Çeşme ilçesi başlıca turizm merkezlerinden biridir. Çeşme her türlü konfora sahip otel, model ve pansiyonlarla iç ve dış turizme hitab etmektedir. Şifne bölgesinde denizden çıkan termal sular şifa kaynağı, ılıcalarda bulunan çamur ise güzellik maskesi olarak kullanılmaktadır.

Çeşmealtı

Çeşmealtının yaz sezonunda nüfuzu bir kaç kat artıyor. Konak'tan 36 km uzaklıkta yerleşen Çeşmealtının Kıyı Bandı Karaburun'a kadar devam eder.

Akkum

Seferihisar İlçesi'ne 5 km mesafede olan Akkum sörf yapmaya uygun denizi ile ünlüdür. Antik Yapıların bulunduğu arkeolojik özelliği ile meşhur olan antik Teos'a da bir kilometrelik yürüyüş ile ulaşacak mesafededir.

Foça

Foça ilçesi, dünyada nesli tükenmekte olan Akdeniz fokları ile meşhurdur. Ayrıca tarihi eserleri ve muhteşem doğası ile turistleri kendine çeker.

Tarihi Yerleri

Smyrna Agora Antik Kenti

“Toplanılan yer, kent meydanı, çarşı, Pazar yeri” gibi anlamlara gelen Agora Antik Çağ'da ticari, siyasi, dini fonksiyonların ve sanatın yoğunlaştığı bir yerdir. İzmir Agorası, MÖ. 4yy'da Roma döneminde Pagos'un kuzey yamacında kurulmuştur. Agora, dikdörtgen formda, ortada geniş bir avlu etrafında sütun ve kemerler üzerine inşa edilen, üç katı ve öünde merdiveni olan bileşik biryapıdır. Ayrıca, dünyadaki diğer agoralardan farklı olarak bu Agora'da yan grafitti çalışması vardır.

Kadifekale

Deniz seviyesinden 186 metre yükseklikte bulunan Kadifekale Büyük İskender tarafından yaptırılmıştır. Körfezin ve şehrin hemen hemen her yerinden görüle bilen bu kale batıdaki 5 kulesi ve güneydeki sur duvarları ile antik dönemden günümüze izler

taşımıştır. İzmir'in iç kalesi olarak işlev gören bu kale ilk yapıldığı zamanlarda ken savunma sisteminde kilit noktaydı.

Selçuk – Efes

Önemli arkeolojik alanlardan birisi olan Efes Antik Kenti, İzmir'in Selçuk ilçesi sınırları içerisinde. Efes Müzesi 1954'den itibaren Kültür Bakanlığı adına kazı, düzlenme ve rekreasyon çalışmaları sürdürülmektedir. Bazı tarihçilere göre, Batı Medeniyetinin beşiği olan Efes kenti çok kısa sürede ticaret, kültür ve güç merkezi olmuştur. İlk kuruluşu M.Ö. 6000 yıllarına, NEolit Döneme kadar inen Antik Efes kentine, MÖ 560 yıllarında göçmenler Artemis tapınağı ve inancını buraya taşımışlar.

Saat Kulesi

İzmir'in sembolü olarak kabul edilen Saat Kulesi; 1901 yılında Sultan Abdülhamid'in emri üzerine ve tahta çıkışının 25. yıldönümü nedeniyle, Sadrazam Küçük Saitpaşa tarafından yaptırılmıştır. Konak Meydanını zarif ve inci görünümüyle süsleyen bu kule, teras yükseldikçe incelen sivri kemerleri, kubbecikleri, mukarnas işçiliği ve geometrik figürlerle donatılan taş işçiliği oldukça zengin bir görüntü oluşturmaktadır. Kulenin saatini ise, Alman imperatoru II Wilhelm hediye etmiştir.

2.1.2. İzmir'in Ekonomik Yapısı İçerisinde Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi

Tablo 2:2014 -2016 Yıllarında HaziranDönemde İzmir'e Giriş Yapan İlk Dört Ülke

Ülke	2014	2015	2016	15/14%	16/15%
Almanya	176 511	171 965	145 879	-2,58	-15,17
İngiltere	53 755	51 524	37 148	-4,15	-27,90
Hollanda	55 993	51 012	37 058	-8,90	-27,35
İran	23 478	29 990	29 902	27,74	-0,29

İzmir'i en çok Almanya, İngiltere; Hollanda, İran'dan gelen turistler tercih ediyor. Tablo 2'ye göre, 2016 yılı haziran döneminde Almanya'dan İzmir'e gelen turist sayısında bir önceki yıllara göre, %15,17 oranında bir azalma gözlemleniyor. İngiltere'den gelen ziyaretçi sayısında %27,90; Hollandadan gelen turist sayısında ise

%27,35 oranda azalma ortaya çıkmıştır. İrandan gelen turist sayısı 2015'de diğer yıla oranla artış gösterse de, 2016 yılında %0,29 oranla azalma gözlemliyoruz.

Tablo 3: İzmir Turizm Hareketliliği .Temmuz, 2016

Ulaşım	2013	2014	%	2015	%	2016	%
Havayolu	153.537	170.074	10,77	178.125	4,73	127.621	-28,35
Denizyolu	83.246	59.079	-29,03	39.978	-32,33	7650	-80,86
Toplam	236.783	229.153	-3,22	218.103	-4.82	135.271	-37,98

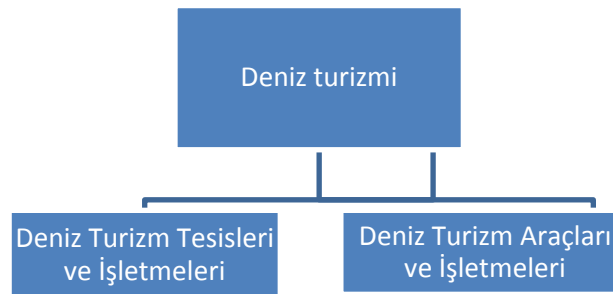
Kaynak: www.izmikulturturizm.gov.tr

2016 yılı temmuz ayında havayolu girişlerine bir önceki yıllara göre %28,35, denizyolu girişlerinde ise %80,86 oranında bir azalma gözlemlenmiştir. Toplam girişlerde %37,98 oranında bir azalma görülmüş olup, %94'ünü havayolu, %6'sını denizyolu girişleri oluşturmuştur.

2.2. Deniz Turizmi

Deniz turizmi, denizde deniz araçları ile gerçekleştirilen turizm amaçlı etkinliklerle onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleridir (Gümüş, 2009). Deniz turizmi özetle aşağıdaki iki bileşenden oluşmaktadır.

Şekil 2: Deniz Turizmi



Deniz Turizmi Tesisleri ve İşletmeleri:

1. Kuruvaziyer Gemi Limanları (A ve B tipi) ve İşletmeleri
2. Yat Limanları (3,4,5 çıpalı) ve İşletmeleri
3. Diğer Tesisler (Rıhtım, İskele ve Çekek Yeri) ve İşletmeleri

Deniz Turizm Araçları ve İşletmeleri:

1. Kruvaziyer Gemiler ve İşletmeleri
2. Yat Yatırım ve İşletmeleri
 - a) Mavi yolculuk (Gulet) İşletmeleri
 - b) Bare Boat (Mürettebatsız) İşletmeleri
 - c) Günübirlik Gezi Tekneleri
 - d) Yüzer Restaurant İşletmeleri
3. Dalış Turizmi ve Suüstü Aktiviteleri İşletmeleri
4. Diğer Deniz Taşıma Araçları ve İşletmeleri

Deniz turizmi alanında kamuya karşı yasa ile belirlenen sorumlulukları çerçevesinde tek yetkili kuruluş Deniz Ticaret Odası'dır (DTO). Türkiye'de Deniz Turizmi gelirleri, turizm gelirlerinin yaklaşık olarak %20'sini oluşturmaktadır. Türkiye'de özellikle 80'li yıllardan sonra Sayılı Turizm Teşvik Kanunu'nun desteği ile, mürettebatsız tekne işletmeleri, marina işletmeleri gündeme gelmiş ve yerli ve yatçıların hizmetine girmişti. Yat yapım ve çekek yerleri turizm amaçlı gelişmeye 90'lı yıllardan sonra başlamıştır(www.ubak.gov.tr, 15.05.2016).

Türkiye'de talebin en fazla olduğu turizm türüdür. Burada söz konusu kişilerin “deniz-kum-güneş” üçlüsü olarak değerlendirilen deniz ya da kıyı turizminden yararlanmasıdır. Türkiye, uzun kıyıları, temiz deniz, uygun kumsallar, doğal ve tarihi güzellikler yanında, uygun iklim koşulları sayesinde de deniz turizminde oldukça gelişme göstermiştir(Nazmi Kozak, 2012:16). Ancak, Türkiye'de deniz turizmi sadece kıyı ve plajlardan yararlanılarak gerçekleştirilmekte, “deniz kürü” uygulamalarına yeterli düzeyde yer verilmemektedir. Bunun sonucu olarak ta, deniz turizminden yararlanmak 4-5 ay gibi kısa bir süre ile sınırlandırılmakta ve yaz mevsiminde kıyılarda aşırı yoğunlaşma ile ortaya çıkan ciddi sorunlar yaşamaktadır.

Türkiye'nin deniz turizmi potansiyelinden yılın her mevsimi yararlanmak için “Talasoterapi” adı verilen deniz kürlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Thalassotherapie; deniz suyu, deniz havası ve deniz ikliminin insane sağlığına sunduğu olanakları tıp bilimine uygun olarak değerlendiren deniz kürüne verilen isimdir.

Deniz turizmi başlığı altında kruvaziyer turizmi de yer almaktadır. Kruvaziyer turizm, dünyada hızla gelişen ve bulunduğu ülkeye veya şehre oldukça yüklü gelir

bırakan, orta ve üst gelir grubuna hitap eden bir turizm çeşidi olarak açıklanmaktadır (izto.org.tr, 27.06.2011).

Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olması ve Akdeniz çanağında yer alması, kruvaziyer turizmi açısından ülke için önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Kruvaziyer gemilerinin Türkiye'de en çok uğradığı limanlar Kuşadası, İstanbul, İzmir, Bodrum, Marmaris ve Antalya'dır (Demir, 2009).

Deniz turizmi ile ilgili sorunlar ve çözümleri

- Çevreyi temiz tutmak, ülkemize ziyaret eden yatçıların temiz ortamda tatil yapmalarını sağlamak.
- Etkili tanıtım kampanyası yapabilmeleri için gerekli tedbirlerin alınması.
- Tekne ile yapılan günübirlik gezilerinin hizmet kalitelerinin yükseltilmesi.
- Belgesiz kullanılmakta olan yatların disipline edilmesi.
- Yatların giriş ve çıkışlarında yaşanan bürokratik işlemlerin azaltılması

2.3. Yat Turizmi

Deniz yolu ilk çağlardan beri insanoğlunun hem savaşlarda, hem ticarete kullandığı çok önemli ulaşım biçimlerindem birisi olmuştur. Denizçiliğin ve deniz yolu ulaşımının gelişmesi özellikle seyahat faaliyetlerinde etkisini göstermiştir. Aynı zamanda turizm sektörünün eğlence, gezi, spor ve görsel güzellikler açısından zenginleşmesine katkı bulunmuştur.

Deniz turizminin önemli bir alt bölümü olan yat turizmi iki bileşenden oluşmaktadır. Bunlar, hizmeti veren yat limanları ve ve yat limanından hizmeti alan yatlar. Yatçılık faaliyeti amatör ve ticari olmak üzere iki temel gruptan oluşuyor. Ticari yatçılık, günlük tur tekneleri ve yat kiralama, amatör yatçılık ise küçük boyutlu tekneler ile gezinti ve ya yarış amaçlı faaliyetleri içermektedir(Ersel Zafer Oran).

1990'lı yıllardan sonra önem kazanmaya başlayan yat turizmi, Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda hızla gelişmektedir. Gelişme potansiyeli en yüksek ekoturizm çeşitlerinden birisi olmaya aday olan yat turizmi ülkeye bıraktığı gelir bakımından turizm sektörü içinde cazib bir yeri vardır. Ancak turist açısından henüz istenilen seviyede değildir.

2.3.1. Yat Turizmi İle İlgili Temel Kavramlar

Yatlar: Gezi, eğlence ve spor amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun olup, taşıdığı yolcu sayısı on ikiden çok olmayan, yolcu, yük ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, içerisinde kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır (Deniz Turizm Yönetmeliği, 28.06.2016).

Balıkçı barınakları: Her türlü balıkçı teknelerine hizmet vermek amacıyla dalgakıranlarla korunmuş, teknelerin manevra yapabilmeleri için gerekli su alanı ve derinliğe sahip, yükleme, boşaltma, bağlama rıhtımları ile içme suyu, elektriği, saha aydınlatması, ağ kurtarma sahası, satış yeri, tekne bakım ve onarım tesisi, barınma yeri, soğuk hava deposu bulunan kıyı yapılarıdır (Balıkçı Barınakları Yönetmeliği: madde 3, 28.06.2016).

Çekek yeri: Balıkçı barınakları içerisinde veya müstakil olarak mendireklerle korunan göl ve nehirlerde balıkçı teknelerinin veya yatların bakım ve onarımlarının yapılabilmesi için karaya alınmalarına imkan sağlayan, ekipmanı bulunan ve kumsal, dolgu alana sahip kıyı yapısıdır (Balıkçı Barınakları Yönetmeliği: madde 3, 28.06.2016).

2.3.2. Yat Turizminin Hedef Kitleesindeki Müşteri Profili

Yat Turizminin hedef kitesindeki müşteri profili aşağıdaki gibidir:

- Gelir düzeyi yüksektir.
- Demografik dağılıma göre özellikle genç ve orta yaşlı, yüksek eğitimli ve çocuksuz genç evliler daha çok katılmaktadır.
- Çeşitli hobileri vardır.
- Seyahat deneyimi yüksek işilerdir.
- Bireysel turizm açısından bakıldığında internet kullanımının yüksek olduğu gruplardır.

Yat turizmine katılan kültür ve eğitim seviyesi yüksek düzeyde olan turistlerin sayıları zamanla artmakla beraberinde gelecek yıllarda turizm sektöründe ne kadar önemli olduğunu daha da hissetdirecek bir ekoturizm pazarı oluşturacaktır (Hacıoğlu, N, Avcıkurt, C, 375).

2.3.3. Dünya’da Yat Turizmi ve Tarihçesi

İlk yelkenli tekne Nil nehrinde M.Ö. 4000’li yıllarda, Firevunların zevk amaçlı rastlanılmıştır. Köken olarak yat kelimesi 14.yüzyılda Felemenklerin korsanları ve kaçakları yakalamak için kullanmışlar ve küçük ve hızlı teknelere “avcı” anlamına gelen “jaght” ismini vermiş oldukları kelimedenden gelmektedir.

İlk kraliyet yatı (önce “Surprise”, daha sonra “Royal Escape”)1661 yılında İngiltere’de denize indirilmiştir. 1900’lerden başlayarak ise Victoria ve Albert isimli yatlar ön planda olmuştur.

1950’li yıllarda ise yat yapım eksperleri modern yatların ilk prototiplerini hazırlayarak , ilk fiber ve polyester tekneler tasarlamışlar.

20.yüzyılda, turizm sektörünün gelişmesini tetikleyen balıca faktörler yat turizminin de gelişmesine yol açmış ve özellikle turizm mevsiminin uzun olduğu Akdeniz kıyıları ilgi alanı olmuştur. Bu sektör 1970’li yıllardan sonra, yani rekabetin arttığı ve maliyetin düştüğü dönemlerde gelişmeye başlamıştır. Çünkü, ilk başlarda fiyat yükeklği sebebinden yat turizmine orta ve yüksek geliri olan turistler iştirak edebilmişler. Dünyadaki ilk en büyük yat merkezi amerikalıların uğrak yeri olan Karayip adaları olmuştur. İkinci en büyük merkez ise daha çok avrupalı turistlerin tercih ettiği Akdeniz bölgesidir.

İlk önce Fransa’da daha sonralar ise İtalya ve İspanya’da yat turizmine ilgi artmıştır. Fransa devleti yat turizmine yasal düzenlemeler yaparak uzun vadede ülkeye döviz ve gelir getirmek ve aynı zamanda kıyıları korumak için tedbirler almıştır. Charter piyasasına ilgi duyan yatçılar daha sonralar İtaliya, İspanya ve döviz arayışında olan Yunanistan, Eski Yugoslavya kıyılarına kadar alanlarını genişletmişler.

Tarihte ilk yat kulübü 1718’de Rusya’da(Peterhof’ta) kurulmuştur(Flotilla of Neva). Daha sonra 1720’de İrlanda CorkWater isimli yat kurulmuştur. 1722’de ise ilk İngiliz yat kulübünün(Starcross Yacht Club) kuruluşu gerçekleştirildi. Amerika isimli yelkenli, New York Yacht Club flaması ile 1851’de Amerika kupası yarışına katılmıştır(Evrin Pınar Arat, 2006 s: 6).

2.3.3.1. Dünya’da Yatçılık

Dünyanın başlıca yat merkezleri olarak kabul edilen yerler aşağıdaki gibidir.

Akdeniz: Akdeniz bölgesi içinde çok sayıda ülkeyi barındırmaktadır. Yelkenli seyirler için uygun rüzgarlı iklime, coğrafi koşullara ve gelişmiş alt yapıya sahiptir. Özellikle Orta ve Kuzey Avrupa ülkeleri yatçılarına hizmet veren önemli yatçılık merkezidir.

Karayip Adaları: Çok çeşitli tabiat güzelliklerine sahip olan Karayip Adaları Atlantik okyanusunda bulunmaktadır. Daha çok Amerikalı yatçılara hizmet vermekte olan başlıca yatçılık merkezlerinden birisidir. Amerikan yatçılar mesafeden dolayı daha çok burayı tercih etmektedirler.

Florida: Amerikan yatçılığının merkezi olan Florida, uluslararası yatçılık açısından da önemli bir yerdir.

Rhode İsland: Daha çok Amerikan yelkenli yatlar tercih etmekte olan bu yat merkezi New York yakınlarında bulunmaktadır.

Saint Diego – San Fransisko: Özellikle Amerikalı yatçıların tercih ettiği ve batı kıyılarının önemli merkezidir.

Pasifik Adaları: Burası dünya çevresi turu yapmakta olan yatçıların uğrak noktasıdır.

Puket Lagonları –Tayland: Uluslararası yatçılığın merkezlerindedir. (Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., 368).

2.3.4. Türkiye’de Yat Turizmi

Türkiyeyi kuzey, batı ve güneyden Akdeniz, Ege denizi, Marmara denizi ve Karadeniz çevrelemektedirler. Mavi yolculuğa ev sahipliği yapan Türkiye, yatçıların geceleri özel demir atacakları körfez, koy ve plajların hazinesi olarak bilinmektedir. Mavi yolculuk esnasında turistler Kleopatranın özel plajına, Olimpos dağı’nın ebedi ateşine ve bir çok eski uygarlıkların arkeolojik kalıntısına ulaşarak tarihi deneyimler kazanıyorlar. Bu gün Türkiye’nin 30 bin kiralanabilir yat yatağının önemli bir bölümü mavi yolculuk turlarını gerçekleştirmektedir(<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr>).

2.3.4.1. Türkiye’de Yat Turizminin Gelişimi

Yat turizminde yatırımların yetersizliği ve gecikmelerden dolayı Türkiye dünyadaki gelişmelerin gerisinde kalmıştır. 1960’lı yıllarda Yunanistan’ın Ege ve

Anadolu kıyılarını kapsayan yat turlarının satılmaya başlanmasıyla Türkiye’de yatçılık konusu dikkat çekmeye başlamıştır. 1971 yılında Türkiye’de ilk olarak yat limanları ve yat yanaşma yerlerinin hizmet vermesi beklenmiştir. Bu tesislerinin ulaştırma bakanlığı tarafından en verimli şekilde işletilmesi düşünülerek, Bodrum ve Kuşadası yat limanlarının bu dönemde açılması planlanmıştır. 1970’li yıllarda iç ve dış turizme hizmet vermek amacı ile açılan çeşme yat limanı 1976 yılından sonra gerçekleştirilerek, T.C.Turizm Bankası tarafından işletilmeye başlamıştır. 1982 yılında yayımlanan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Yasası” ile yat limanlarının kapasiteleri arttı, yeni işletmeler hizmete girdi ve bununla yat turizmi tanımlandı.

Türkiye 2009 yılında ihracatta, “yat ülkesi” Finlandiya’yı geçmiştir. Aynı zamanda son 15 yıldaki ihracat artışında Çin’den sonra dünyada ikinci sırada yer alıyor. Çin yat ihracatını 10 , Türkiye ise 9 kat artırmıştır. İngiliz Financial Times gazetesinin yaptığı incelemeye göre, Türk yatçılığı büyüme hızında dünya yatçılığının iki büyük ülkesi olan Amerika Finlandiya ile rekabet etmektedir.

Türkiye turist sayısı itibarı ile dünya liginde ilk onun içinde yer alıyor. Yat turizmi en çok para kazandıran turizm türlerinden biri olmasına rağmen potansiyelinin yüzde 10’unu bile değerlendiremiyor. Fransa’nın yat bağlama kapasitesi 227.000, İspanya’nın 107.000 düzeyinde iken Türkiye’de bu rakam 9.000’i marinalarda olmak üzere, toplam 16.000 civarındadır ve Akdeniz çanağındaki toplam kapasitenin sadece yüzde 4.1’ini oluşturmaktadır. Yat turizminin kazandırdığı dövizle ilgili elde net rakamlar olmasa da, dörd aylık sezon döneminde yüzde 70 civarında dolulukla çalışdıkları düşünülerek, yalnızca kiralama gelirlerini 150 milyon dolar olduğu ve bu turlar için gelen yabancıların diğer harcamaları ile beraber toplam 300 milyon dolar civarında bir gelir sağladıkları söylenebilir. Dünya Yat turizmi pazarı her yıl yaklaşık yüzde 8 büyüyor. Yat trafiğinin nümüzdeki 20 yıl içerisinde 3 katına çıkacağı tahmin ediliyor(www.euronewsport.com, 10.07.2016).

Türkiye’nin Ege kıyılarında yeni yat limanlarının yapılması ile buraya yönelik talep artışı da tetiklenecektir. İzmir bölgesi içinde planlanmış olan Yeni Foça, Karaburun, Çeşmealtı, Bayraklı, İnciraltı, Seferihisar Ürkmez, Yenişekran marina projeleri bölgedeki yat turizmi potansiyeli arttıracaktır.

2.3.4.2. Mavi Yolculuk

Mavi Yolculuk 1946 yılında Halikarnas Balıkçısı Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın arkadaşları ile süngerci ve balıkçı tekneleri ile denize açılmaları, keşfettikleri koyları ve yaşadıklarını kaleme almaları ile başlamıştır. Tekne boyutlarının büyümesi, yat imalat teknolojisinde uygulanan gelişmeler ve hizmet kalitesindeki artış ile “Mavi Yolculuk” kavramı Türkiye’de çok önemli marka haline dönüştü. Anadolu topraklarının kültürü ve tarihi ile harman olmuş “Mavi yolculuk” Ege ve Akdeniz’e özgü teknelerle yapılmaktadır. Türkiye’de yat işletmeciliği, marinaları, yatları, personel ve hizmetleri zaman içinde “Mavi Yolculuk” markası ile sektör oluşturmuştur.

2.3.4.3. Türkiye’de Yat Limanı (Marina) İşletmeciliği

Denize dönük bir eğlence, spor, dinlenme endüstrisi olan deniz turizminin dünyanın küreselleşmesinde önemli rolü olmuştur. İnsanların ekonomik refah düzeyinin artması, teknolojinin hızla gelişmesi, doğa ve deniz özleminin zamanla artması yatçılığın ve ona bağlı olarak da Marina işletmeciliğinin gelişmesine neden olmuştur. Ancak, deniz turizminin mevcut potansiyeli dikkate alındığında bölgesindeki diğer ülkelerle kıyaslandığı zaman yat turizminin yeterli pay alamadığı görülmüştür. Türkiye’de Yat limanı işletmeciliği gelişimi alt ve üst yapı yatırımları eksikliğinden dolayı diğer ülkelerden geç başlamıştır. Yat turizmi ege kıyılarında yat turları düzenlemesiyle yeni bir turizm çeşiti olarak tanınmış ve 1965 yılında Yunanistan’dan gelen ilk turist taşıyan tekneler görülmüştür. Bu teknelerde günübirlik geziler genelde Çeşme, Bodrum, Datça, Marmariste yapılmıştır.

Çeşitli yat limanı yerleri 1970’li yılların sonunda tespit edilmiş, 1976 yılında Bodrum, 1977’de Kuşadası Yat Limanları işletmeye alınmıştır. O yıllarda Çeşme Yat Limanı hizmete sunulmuştur(Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, 05.07.2016).

Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli yerli ve yabancı yat işletmelerine ve sayıları 1989 yılında 1986 yılından yaklaşık iki kat artmıştır. Ancak 2005 yılına kadar geçen sürede rakamlarda dalgalanmalar yaşanmıştır. Yerli ve yabancı işletme sayısı yaklaşık 100 olurken bu işletmelerin toplam yat kapasitesi 1000 civarında, yatak kapasiteleri ise 9000 civarında seyr etmiştir.

Türkiyenin tam donanımlı yat limanlarının yer aldığı alanlar Kuşadası, Bodrum, Datça, Marmaris, Fethiye, Göcek, Kemer, Bozburun, Güney Ege ve Akdeniz kıyılarında ise İzmir'dir. Yatçılar ihtiyaç duydukları hizmet ve malzemeleri bu tam donanımlı limanlarda bulabilmektedirler. Antalya, İzmir, İstanbul, Dalaman havaalanları yat turizmine kolaylık sağlamak amaçlı tüm yat limanları ile süratli bağlantı kururlar (www.kulturturizm.gov.tr, 8.07.2016).

2.3.4.3.1. Türk Marinalarının Avantajlı ve Dezavantajlı Yönleri

Avantajlı yönleri :

- Ücretsiz hizmetler
- Hümanist yaklaşım
- Yeni alt yapı
- Full yanaşma hizmeti
- Ucuz teknik destek
- Kalifiye personel
- Marina ekolojisi
- Marina'da yapılan giriş çıkış işlemleri
- Misafirler için sosyal aktiviteler
- Yönetim uygulamaları
- Sürekli ve kaliteli hizmet
- Marinaların doğal konumu

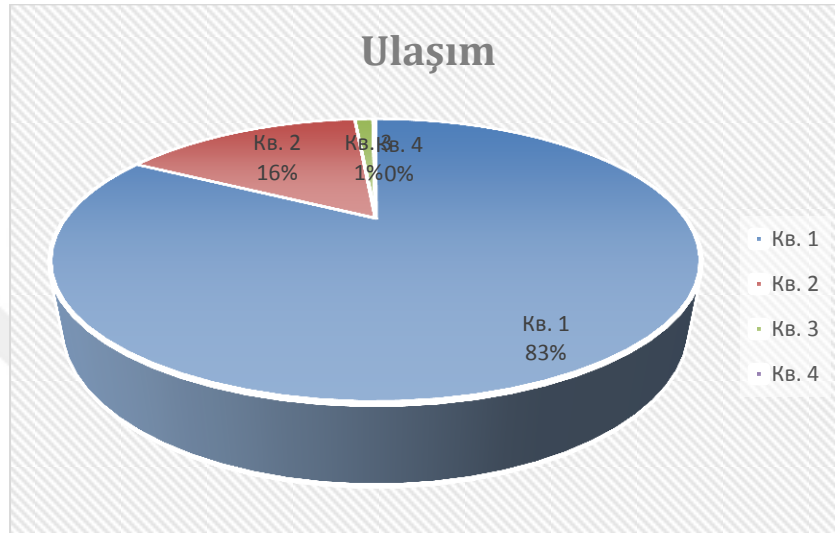
Dezavantajlı yönleri :

- Uluslararası pazarda üst gelir grupuna uymamak
- Ülkeye gemiyle giriş – çıkıştaki formaliteler
- Marina çevresinde olan plansız yapılaşma
- Tekne malzemelerine gümrük uygulanması (Kaya ve Narin, 2008: 377) .

2.3.4.4. Ulaşım

Türkiye’de yatçılığa ve yat limanlarının yoğun oldukları yerlere çok yakın mesafede uluslararası havaalanları bulunmaktadır. Ayrıca, Yunan adaları ve İtaliya’dan daha sıklıkla düzenli olarak deniz seferleri yapılmaktadır.

Şekil 3: Yabancı Turistlerin Türkiye’ye Geldikleri Zaman Kullandıkları Ulaşım Yolları



Kaynak: Turizm istatistikleri, 2014 (14.06.2016)

2004 yılı verilerine göre yabancı turistlerin Türkiye’ye gelişinde havayolu ulaşımı 83% olmakla, diğer ulaşım yollarına oranla daha çoktur. Karayolu 15,7%, denizyolu ise sadece 1,2% pay almaktadır. Demiryolu ulaşımı ise, 0,2 % pay ile dördüncü sırada yer almaktadır.

2.4. İzmir’de Yat Turizmi

İzmir, Türkiye’nin önemli yat turizmi potansiyeli olan alanlardan biridir. 629 km. Kıyı uzunluğu ile İzmir yat turizmi ekonomik getirisi açısından da önemli turizm çeşitlerinden birisidir. Sahip olduğu temiz ve bozulmamış doğası ile elverişli bir ortama sahip olan İzmir bu alanda gelecek yıllarda daha önemli merkezlerden biri olacaktır(www.izmirkulturturizm.gov.tr,29.04.2016).

İzmir’deki plajlardan Foça –Yeni, Foça –Eski, Dikili, Çandarlı, Çeşme-Ilıca, Altinkum, Pamucak temiz ve elverişli kumsal özelliklerine göre öndedir.

İzmir, iç körfezdeki deniz kirliliği uzun zaman burada yatçılığın gelişmesine olanak sağlayamamıştır. Büyük kanal projesi ile İzmir Körfezi su kalitesinde son yıllarda önemli ilerlemeler olmuştur. Levent Marina'dan sonra körfezin ikinci marinası, İzmir Büyük Şehir Belediyesince Bostanlı'da yapılması planlanmaktadır. Levent Marina'nın kayıtlarda denizde 70 bağlama yeri olduğu bildirilmesine rağmen fiili olarak tekne sayısı bu sayının altındadır. İzmir ve ilçelerinde tamamlanmış ve faaliyette olan dört adet yat limanı vardır. Yat yanaşma yerinin bağlama kapasitesi ise inşa halindeki tamamlanması ile birlikte 1685'e ulaşacaktır.

Türkiye'de kapasite yetersizliğinden dolayı yat sayısı önemli bir gelişme göstermemiştir. Günümüzde Akdeniz'deki toplam yat sayısı 1 milyondan fazla olmasına karşın, İzmirde bu kapasite 2 bini bulmamaktadır. Ancak yat sayısında yeni yasal düzenlemeler ile artış olacağı tahmin edilmektedir. Ege bölgesinde faaliyette olan yat limanlarının kara ve deniz kapasitesi toplam 2700 yat olup, bunun 2085 adeti İzmir ve ilçelerindedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Master plan çerçevesinde hayata geçirdiği talep tahmin çalışmasında 2030 yılında bölgede 12.000 civarında yat bulunacağı tahmin edilmektedir (İzmir Kültür ve Turizm Dergisi, sayı 24 , 16.06.2016).

Harita 1: İzmir'in Yat Kapasitesi



Kaynak : www.izmirdergisi.com 21.06.2016

Pasaport Limanı, Alsancak Limanı, Çeşme Limanı, Çeşme Altın Yunus limanı Dikili Limanı, Alaçatı iskelesi, Dalya Marinası, Seferihisar Sığacık Yat yanaşma Yeri, Uurla İskelesi, İzmir'de yat turizmi potansiyeli olan bölgelerdir. Aynı zamanda

krvaziyer turizme ve mavi yolculuğa olanak veren bir ildir(Turizm İl Müdürlüğü, 2000: 67-69).

Aşağıdaki tabloda İzmir limanlarına gelen yerli ve yabancı yatların sayısı gösterilmiştir.

Tablo 4: İzmir Limanlarına Gelen (Ticari+Özel) Yatların Sayısı ve Yıllara Göre Dağılımı

(Ticari+Özel)Yatlar	2000	2005	2008	2013	2015
Yabancı	905	265	1847	7390	8976
Türk	282	119	176	828	3112
Toplam	1187	384	2023	8218	12088

Kaynak: www.kultur.gov.tr. Yat İstatistiklerinden derlenmiştir. (20.06.2016).

Tablo 4'den de görüldüğü üzere, 2000 yılında İzmir limanlarına gelen yatların sayısı toplam 1187 iken bu sayı 2005'de azalma ortaya çıkmış, ancak 2015 yılında 12088'e kadar artış göstermiştir.

Tablo 5: İzmir Limanlarına (Ticari+Özel) Yatla Gelen Yerli/Yabancı Yolcu ve Mürettebat Sayısının Yıllara Göre Dağılımı

Yolcu ve Mürettebat	2000	2005	2008	2013	2015
Yabancı	2974	560	2848	9669	30594
Yerli	1760	860	5223	19493	39022
Toplam	4734	1420	8071	29162	69616

Kaynak : www.kultur.gov.tr, Yat istatistiklerinden derlenmiştir. (20.06.2016)

Tablo 5'e göre, 2005 yılında İzmir limanlarına (Ticari+Özel) yatla gelen turist sayısı yerli; 860, yabancı; 560 iken bu rakam 2015 yılında toplam 69,616 olmuştur. Bunlardan 30,594' ü yabancı, 39,022 si ise Türk yatçılardır.

2.4.1. İzmir Yat Limanları

Tablo 6:İzmir İşletme Belgeli Yat Limanları

İZMİR İŞLETME BELGELİ YAT LİMANLARI							
SIRA NO	YAT LİMANI ADI	BELGE SAHİBİ	YAT KAPASİTESİ		EK ÖZELLİKLER	BELGE NO	İLETİŞİM BİLGİLERİ
			DENİZ	KARA			
1	ALAÇATI YAT LİMANI	ALAÇATI TURİZM YATIRIM İŞLETMELE Rİ A.Ş.	260	100	100 KİŞİLİK 2. SINIF LOKANTA ALAKART LOKANTA 6 ADET SATIŞ ÜNİTESİ 6 ADET 150 ARAÇLIK OTO PARK	20.04.2005-28	HACİMİŞ MAH. 8000/1 SOKAK NO:4 ALAÇATI-ÇEŞME-İZMİR
2	SETUR MARİNA	SETUR MARİNA TURİSTİK ANONİM ŞİRKETİ	90	60		1995/04. -18	ÇEŞME ALTINY UNUS-ÇEŞME İZMİR 23272314 34
TOPLAM			350	160			

Tablo 6'ya göre, İzmir işletme belgeli yat limanları; Alaçatı Yat Limanı (360) ve SETUR Marina'dır(150).

Tablo 7: İzmir Yatırım Belgeli Yat Limanları

İZMİR YATIRIM BELGELİ YAT LİMANLARI					
SIRANO	YAT LİMANININ ADI	BELGE SAHİBİ	YAT KAPASİTESİ		BELGE NO
			DENİZDE	KARADA	
1	SIĞACIKYAT LİMANI	TEOS MARİNA İŞLETMECİLİĞİ VE TİC.A.Ş	400	80	21.05.2010-40
2	ÇEŞME YAT LİMANI	İÇ ÇEŞME MARİNA VE YAT.TUR. VE İŞL.A.Ş	377	100	03.08.2009-37
TOPLAM			777	180	

Kaynak : <http://www.kultur.gov.tr/TR,72624/yat-limanlari.html> , 21.06.2016

İzmir’de 6 tane yat limanı bulunmaktadır. Bu sayının 18 yeni yat limanı ile 24’e çıkarılması planlanmaktadır. En büyük marinanın inşası Çeşme’de yapılacak. Yat bağlama kapasitesi 2023 yılına kadar 1.965’ten, 8.365’e ulaşacak. İzmir’deki tekne yat üreticilerinin sayısı yaklaşık 35 işyerini kapsamaktadır. Toplam sayısı ise, yan sanayi ile beraber 62 civarındadır.

Kurulacak Marinalar ve Kapasiteleri:

Ürkmez 475

Şifne 700

Yeni Foça 230

Bayraklı 500

Şakran 400

Çeşmealtı 250

Özdere 250

Yapılacak yeni marinalar ile kapasitenin 2 bin 805'e çıkarılacağı planlanmaktadır.

2.4.1.1. Port Alaçatı Marina

Alaçatı'ya bir kaç kilometre uzaklıkta bulunan Port Alaçatı Marina, denizde 250, karada 80 tekne kapasitesine sahiptir. Aynı zamanda, maksimum 35 metre boyunda ve 4 metre derinliğe sahip tekneler için bağlama hizmeti verebilmektedir. Marina içerisinde bulunan 3 adet yüzer iskelenin uzunluğu 75, 90 ve 120 metredir ve 24 saat palamar, güvenlik kameraları desteği ile güvenlik hizmeti vermektedir(www.portalacati.com.tr, 22.06.2017).

2.4.1.2. TEOS Marina

TEOS Marina, 2010 yılında Seferihisar-Sığacık bölgesinde faaliyete başlamıştır. Denizde 480, karada 80, kanal rıhtımında ise 30 küçük tekne kapasitesine sahiptir. 2006 yılında, Kolin Holding tarafından Sığacık Yat Limanı'nı 25 yıl işletmek üzere kurulmuştur. 2010'da ise hizmete açılan marina 510 yatı aynı anda barındırabilmektedir. 12 milyon dolarlık yatırıma sahip TEOS Marina, turizm geliştirme kapasitesi ile ilgi çekici bir yatırım olma özelliği taşımaktadır(www.teosmarina.com.tr, 22.06.2016).

2.4.1.3. Çeşme Marina

Ege Denizi'ne ve Akdeniz'e kolay erişim sağlayan Çeşme Marina 2010 yılında hizmete açılmıştır. 60 metreye kadar olan 400 tekne için yüksek kaliteli hizmet sunmaktadır. İnternational Cesme Yacht Club (İCYC) 2008 yılında kurulduktan sonra Çeşme Marina ile işbirliği çerçevesinde yat yarışlarına, ralilere, Doanma Kupası gibi uluslararası yarışlara evsahipliği yapmıştır(<http://cesmemarina.com.tr>, 22.06.2016).

2.4.1.4. Levent Marina

Levent Marina 1952 yılından beri faaliyet göstermektedir. İzmir körfezinin tek marinasıdır. Denizde 25 metreye kadar her tip tekneye 12 ay barınma ve 300 tona kadar karaya çekme hizmeti verebilmektedir. Türkiye'nin ilk yat marketi Levent Marinada açılmıştır. 50 milyon dolarlık yatırımla kurulan bu market, İzmir ekonomisine büyük hareketlilik kazandırmaktadır(www.leventmarina.com.tr , 22.06.2016).

3. BÖLÜM

ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Yat turizmi sektöründe Türkiye’de önemli bir konumda olan İzmir kentinin Yat turizmdeki mevcut durumu, potansiyeli ve geleceğini SWOT analizi tekniği ile belirleyerek, geleceğe yönelik çıkarımlar bulunmaktadır. Çalışmada, katılımcıların görüşleri doğrultusunda, ilin yat turizmi konusundaki üstünlükleri ve zayıflıkları, geleceğe yönelik fırsatları ve tehditleri ortaya konulmuştur. Bu kapsamda anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın en önemli kısıtlılığı işletmelerde yaz sezonu nedeniyle yoğunluk olması ve araştırma döneminin kısıtlı olmasıdır. İzmir’de yat turizminin az gelişmiş olması ve yat turizmi paydaşlarının yetersiz olması veri toplamak açısından araştırmayı sınırlandırmıştır.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu, açık uçlu 7 sorudan oluşmaktadır. İlk dört soru mülakat yapılan kişi ile ilgili demografik bilgileri almaya yöneliktir. Beşinci soru İzmir’in yat turizmi açısından gelişmeye müsait olup olmadığı ile ilgili algıyı ölçmeye yöneliktir. Altıncı soru İzmir’de yat turizminin dünyaca ünlü marka olabilmesi için ne yapılabileceği ile ilgilidir. Yedinci soru ise, katılımcılara İzmir yat turizmi ile ilgili doğrudan SWOT Analizi yaptırmayı sağlayan sorudur. Yarı yapılandırılmış görüşme formu açık uçlu 7 sorudan oluşmaktadır. Görüşmeler katılımcılarla görevli oldukları kurumlarda yüz yüze olarak yürütülmüştür. Görüşmeler 03.05.2017 – 10.05.2017 aralıklarında, İzmir İlinde faaliyet gösteren 27 kamu ve 23 özel kurum yetkisiyle gerçekleştirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın katılımcıları amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenmiştir. Araştırma Verileri, Kültür ve Turizm İl

Müdürlüğünden 5 kişi, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan 1 kişi, İzmir Liman Başkanlığı'ndan 1 kişi, Foça Liman Başkanlığı'ndan 1 kişi, Çeşme Liman Başkanlığı'ndan 1 kişi, Amatör Spor Kulüpleri Federasyonu'ndan 1 kişi, Deniz Ticaret Odası'ndan (DTO) 3 kişi, Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği'nden (ETİK) 1 kişi, İzmir Turizm ve Tanıtım Vakfı'ndan (İZTAV) 1 kişi, İzmir Ticaret Odası'ndan 2 kişi, İzmir Turist Rehberleri Odası'ndan (İZRO) 1 kişi, Türkiye Seyahat Acentalar Birliği'nden 1 kişi, Yat Turizm Derneği'nden 1 kişi, Ege Turizm Derneği'nden 2 kişi, Çeşme Denizcilik Derneği'nden 1 kişi, 9 Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi'nden 2 kişi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi'nden 1 kişi, Farklı Seyahat Acentaları'ndan 2 kişi, İzmir Yat Limanları'ndan 10 kişi, Farklı Yat İmalat Firmaları'ndan 6 kişi, İzmir Deniz İşletmeciliği'nden 1 kişi, Farklı Yat eğitim okullarından 5 kişi olmak üzere yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir

3.5. Araştırmanın Temel Kavramı

Araştırmanın iki temel kavramı vardır. Birincisi paydaş kavramı ve ikincisi ise SWOT kavramıdır.

3.5.1. Paydaş Kavramı

1984 yılında Freeman'ın "Strategic Management: A Stakeholder Approach" adlı seminer çalışması yayımlandıktan sonra paydaşlar konusuna ilgi artmıştır O, paydaşı, "işletmenin başarısından etkilenen kişi ve veya gruplar" gibi tanımlamıştır (Ekin ve Ören, 2012: 135-136). Turizm olgusunun sürdürülebilir olabilmesi için toplumsal paydaşların katılımı ve desteği önemlidir.

"Organizasyonun hedeflerini doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileyen bireyler veya gruplar" literatürde paydaş (stakeholder) olarak adlandırılmıştır. Paydaşlar organizasyonla ilişkisinin türüne göre, iç ve dış paydaşlar, birincil ve ikincil paydaşlar, gönüllü ve gönülsüz paydaşlar, resmi ve resmi olmayan paydaşlar gibi gruplandırılmaktadır (Ayaz, 2012: 70). Teorinin temelini oluşturan "stake" kavramının Türkçe yazında karşılığı; menfaat, beklenti, yarar veya bir girişimden elde edilen fayda olarak tanımlanabilmektedir (Ertuğrul, 2008: 212). Paydaş teorisinin amacı, organizasyonun iç ve dış çevresiyle olan ilişkilerini güçlendirmekle, rekabet avantajını geliştirmektir.

Paydaş kavramı farklı çalışmalarda farklı şekillerde ele alınmıştır. İşletme çevresinde önem arz eden 4 paydaş gruptan söz eden Henriques ve Sadorskoy, bu paydaş gruplarını düzenleyici, örgütsel, toplumsal ve medya paydaşlar olarak öngörmüşler. Clulow, paydaşları, firma ve firma doğasına olan etki düzeyine göre 4 grupta sınıflandırma yapmıştır(Ayaz, 2012: 70-73).

Tablo 8: Destinasyon Yönetiminin Başlıca Paydaşı ve Görevleri

Paydaşlar	Bürokrasi	Koordinasyon	Yerel Destek	Altyapı Desteği	Finansal Destek	Toplam
Valilikler	9	4	5	-	-	18
Belediyeler	-	3	6	3	1	13
Yetkili İl makamları	-	4	3	1	3	11

Kaynak : Ayaz, 2012 : 75

Semerciöz, destinasyonlarda başarılı bir turizm yönetimi için; valilikler, belediyeler, il kamu müdürlüğü, ilçe yöneticileri, üniversiteler, turizm okulları, ticaret odası, sivil toplum örgütleri, oteller, konaklama işletmeleri (hotel, motel) ve seyahat acentalarını on önemli paydaş olarak göstermiştir. Tabloda 8'de ise, turizmin 3 önemli paydaşları gösterilmiş ve onların görevleri puanlanmıştır.

İzmir'de Turizm Paydaşları

- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Çevre Bakanlığı
- Ulaştırma Bakanlığı
- Bayındırlık ve İskan Bakanlığı
- Valilikler
- İl Özel İdareleri
- İl Turizm Müdürlüğü
- İl Müze Müdürlüğü
- Kaymakamlıklar
- Muhtarlıklar
- İzmir Büyükşehir Belediyesi
- İlçe Belediyeleri

- Belde Belediyeleri
- İlgili Meslek Odaları
- İzmir Turizm ve Tanıtım Vakfı (İZTAV)
- Deniz Ticaret Odası (DTO)
- İzmir Ticaret Odası (İTO)
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği , İzmir Şubesi (TÜRSAB)
- Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği, İzmir Şubesi (ETİK)
- İzmir Turist Rehberleri Odası (İZRO).
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
- Sanayi ve Ticaret Odaları
- Yatırımcılar
- Özel Sektör Kuruluşları
- Port Alaçatı Marina
- Teos Marina
- Çeşme Marina
- Levent Marina

3.5.2. Swot Analizi

Stratejik Yönetim: Özel, Kamu ve kar amacı gütmeyen gönüllü sektörlerde faaliyet gösteren tüm organizasyonların geleceğe yönelik gerçekleştirilebilir amaç ve hedeflerinin belirlenmesine ve bu hedeflerin ulaşılabilir olması için gerekli işlemlerin tesbit edilmesine olanak sağlayan bir yönetim tekniğidir. Stratejik yönetim; Vizyon(amaç ve hedefler), Misyon (hedefe yönelik görev ve kararlık), Strateji(geleceğe ulaşmak için yol gösteren planlama) ve Aksiyon(belirlenen strateji içerisinde izlenecek yol) olmakla dört kavramı içeren bir yönetim tekniğidir. Stratejik yönetimde en önemli aşama, SWOT analizi yapılmasıdır(Aktan Can, 2008: 5-7).

SWOT analizi; incelenen kuruluş; teknik veya durum için fırsat ve tehdit oluşturacak unsurların ve iç çevrede işletmenin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesidir. Hedeflerin doğru belirlenmesi ve pazarın da buna uygun olabilmesi için ayrıntılı bir analize gerek vardır. Yapılan analiz bölgesel ve ya ulusal sınırla ile sınırlandırılmamalıdır. SWOT İngilizce kelimelerin baş harflerinden oluşturulmuş bir kısaltmadır. Bu analiz aşağıdaki 4 adımdan oluşmaktadır.

Kurumun kendi içindeki faktörleri(internal factors)

S (Strengths-Kuvvetli taraflar)

Organizasyonun güçlü/üstün olan yönlerinin tespit edilmesi demektir.

W (Weakness-Güçsüz yanlar)

Organizasyonun güçsüz/zayıf yanlarının tespit edilmesidir.

Dışarıdan gelen faktörler (external factors)

O (Opportunities-Olanaklar)

Organizasyonun sahip olduğu fırsatları ifade etmektedir.

T (Threats-Tehlikeler)

Organizasyonun karşı karşıya bulunduğu tehdit ve tehlikeleri ifade etmektedir.

Turizm sektörüne yönelik olarak yapılan SWOT analizi, genel olarak bölgesel veya ülke çapında turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile sahip olduğu fırsat ve potansiyel tehdit unsurlarının belirlenmesine yönelik olarak yapılmaktadır. Organizasyon, kurum veya bir işletmenin güçlü yönleri bilinirse, bu yönlerin öne çıkartılması ile rekabet avantajı sağlanır. Eğer zayıf yanları öğrenirse, o zaman bu zayıflıkları gidererek karşısını almak için önlemler alınabilir. Ayrıca dış çevrenin sunduğu fırsatlar tespit olunarak bu fırsatlar gelire çevirilebilir. Eğer tehditleri bilinirse, bu tehditleri önlemek amaçlı tedbirler alınabilir.

Kurumun kendi içindeki faktörleri(internal factors)

S(Strengths-Kuvvetli taraflar)

Organizasyonun güçlü/üstün olan yönlerinin tespit edilmesidir demektir.

W (Weakness-Güçsüz yanlar)

Organizasyonun güçsüz/zayıf yanlarının tespit edilmesidir.

Dışarıdangelen faktörler (external factors)

O (Opportunities-Olanaklar)

Organizasyonun sahip olduğu fırsatları ifade etmektedir.

T(Threats-Tehlikeler)

Organizasyonunkarşıkarşıyabulunduğutehditvetehlikeleriifadeetmektedir.

3.6. Araştırmanın Bulguları

3.6.1. Demografik Bulgular

Tablo 9: Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde (%)
28-37	19	38
48-57	18	36
48-57	13	26
Toplam	50	100

Tablo 9'e göre, araştırmaya katılanlardan en geniş yaş grupunu %38 ile 28-37 yaş arası kişiler oluşturmaktadır. En dar yaş grupunu ise, %28 ile 48-57 yaş arası kişiler oluşturmaktadır. Diğer yaş grubu ise, belirgin bir fark göstermemektedir.

Tablo 10: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	15	30
Erkek	35	70
Toplam	50	100

Tablo 10'ya göre, araştırmaya katılanların çoğu erkek olup, erkeklerin katılım oranı %70 iken, kadınların katılım oranı %30'dur.

Tablo 11: İzmir İli Yat turizmi Paydaşlarına Yönelik SWOT Analizi Katılımcı Listesi

Yaş	Cinsiyet	Kurum	Konum	YatTurizmi İle İlgilendiği Yıl Sayısı
50	K	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	Deniz Turizm Şubesi Bilgisayar İşletmeisi	17
52	E	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	Turizm araştırmacısı	29
49	K	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	İstatistikçi	9
35	E	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	Turizm araştırmacısı	13
51	E	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	Turizm Araştırmacısı	16
41	K	DTO	Personel	8
40	E	DTO	Uzak Yol Kaptanı	14
40	E	DTO	Gemi Vergileri, Muhasebeci	15
48	E	ETİK	Yönetim Kurulu üyesi	20
35	K	Yat Turizm Derneği	Yönetim Kurulu üyesi	5
30	E	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	Çevre Mühendisi	7
35	E	İzmir Liman Başkanlığı	Gemii Planlamacısı	5
28	K	Çeşme Liman Başkanlığı	Önbüro Şefi	4
43	E	Foça Liman Başkanlığı	Liman Başkanı	2
37	E	Amatör Spor Kulüpleri Federasyonu	İdari İşler Personeli	17
52	E	İZTAV	Yönetim Kurulu Üyesi	20
57	E	İzmir Ticaret Odası	Yönetim Kurulu Üyesi	16
54	K	İzmir Ticaret Odası	Yönetim Kurulu Üyesi	17
49	E	İzmir Turist Rehberleri Odası	Yönetim Kurulu Üyesi	10
47	K	TÜRSAB	Yönetim Kurulu Üyesi	10
49	E	Ege Turizm Derneği	Yönetim Kurulu Üyesi	9
47	E	Ege Turizm Derneği	Genel Sekreter	8
37	E	Çeşme Denizcilik Derneği	Yönetim Kurulu Üyesi	7
29	K	9 Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi	Araştırma Görevlisi	4
32	E	9 Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi	Araştırma Görevlisi	4
31	E	Yacht Man Mavi Tur Rotaları	Yat Brokeri	5
43	E	Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Öğretim Üyesi	10
35	E	Nashira Yachting	İşletme Sahibi	8
36	E	İzmir Seyahat Tur Acentası	İşleme Sahibi	5
40	E	Turizm Seyahat Acentası	İşleme Sahibi	6
36	K	Çeşme Marina	Önbüro Şefi	6
53	E	TEOS Marina	Teknik Müdürü	7
33	E	TEOS Marina	Personel	4
46	E	Port Alaçatı Marina	Halkla İlişkiler Müdürü	6
31	E	TEOS Marina	Bilgi Teknolojiler sorumlusu	5
40	K	Port Alaçatı Marina	Önbüro Şefi	10
50	E	Çeşme Marina	Müdür	26
40	E	TEOS Marina	Liman Hizmetleri Önbüro Müdürü	10
38	K	Levent Marina	Önbüro Şefi	10
36	K	TEOS Marina	Halkla İlişkiler Sorumlusu	6
46	E	Simge Yatçılık	İşletme Sahibi	10
47	E	Mercan Yachting	İşletme Sahibi	13
49	E	Golding Yachting	İşletme Sahibi	15

44	E	Marinamar Deniz Araçları	İşletme Sahibi	30
28	K	İzmir Deniz İşletmecisi	Körfez İçi Ulaşım	4
42	E	İzmir Yelken Akademisi	Yat Öğretmeni	7
33	E	Lemon sailing School	Yat Eğitmeni	9
30	K	İzmir Yelken Akademisi	Halkla İlişkiler	8
31	E	Lemon Sailin School	Yat Eğitmeni	7
41	K	İzmir Yelken Akademisi	Kurucusu ve Baş Eğitmen	20

Tablo 12: Araştırmaya Katılanların Çalıştıkları Departmana Göre Dağılımı

Çalışanların Departmanı	Frekans	Yüzde(%)
Turizm Araştırmacısı	5	10
İstatistikçi	1	2
Bilgisayar İşletmeni	1	2
Gemi Vergileri, Muhasebeci	1	2
Yönetim Kurulu Üyesi	9	18
Çevre Mühendisi	1	2
Uzak Yol Kaptanı	1	2
Personel	3	6
Gemi Planlamacı	1	2
Marina Önbüro Şefi	5	10
İşletme Sahibi	8	16
Yat Brokeri	1	2
Marina Müdürü	1	2
Bilgi Teknolojileri Sorumlusu	1	2
Halkla İlişkiler Müdürü	3	6
Liman Başkanı	1	2
Yat Eğitmeni	3	6
Teknik Müdürü	1	2
Genel Sekreter	1	2
Körfez İçi Ulaşım	1	2
Öğretim Üyesi	1	2

Tablo 12'ye göre, Araştırmaya katılanların büyük bir kısmını Yönetim kurulu üyesi (%18) oluşturmaktadır. İşletme Sahibi %16, Turizm Araştırmacısı %10'dur.

3.6.2. Nitel Bulgular

Araştırmanın beşinci sorusu olan İzmir'de yat turizminin gelişmeye müsait olup olmadığı ve altıncı sorusu olan yat turizminde İzmir'in nasıl dünyaca ünlü marka olabileceği ile ilgili katılımcıların görüşleri olduğu gibi aşağıda verilmiştir.

Katılımcı 1: İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Deniz Turizmi şubesi, Bilgisayar İşletmeni Berna Doğanyarı yapılandırılmış soru kağıdındaki İzmir'de Yat Turizmi sizce hangi konumdadır sorusuna "gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. İzmir'de Yat Turizmi sizce kimler ne yaparsa dünyaca ünlü marka haline gelebilir sorusunu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Deniz Florasının korunması gerek; İzmir'de

koyların çirkin yapılaşmalarca yok edilmesi, yat demirleme alanlarının giderek azalması gözlemlenmektedir. Devlet kurumları denizi, kıyıları koruyacak, deniz turizmi yasalarını değiştirecek, ülkedeki turizm politikalarını gözden geçirecek. Ayrıca, iklim değişikliği nedeniyle deniz turizminin kuzey kıyılarına doğru kayacağı düşünüldüğünde, Karadenizde oluşturulacak mega yat limanları yapılması ülkemizin tarihi ve arkeolojik zenginliği gözönünde bulundurduğunda Yat turizminin gelişimi söz konusu olacaktır”. Katılımcı İzmir’in yat turizminde güçlü yönü olarak; deniz kirliliğinin çok olmamasını, korunmuş koylarımızın mevcut olmasını, zayıf yönleri olarak yatırım yetersizliği ve marina sayısının az olmasını; kentin yat turizminde sahip olduğu fırsat olarak koyların henüz bakir olmasını; kıyıların yapılaşma ile yok edilmesini, çevre ve deniz kirliliğini, terörü, savaş ve iklim göçlerini, yat demirleme alanlarının hızla tükenmesini, ülkenin olumsuz imajı nedeniyle deniz turizmi pazarlamasının iyi yapılamamasını ise tehdit unsuru olarak görmektedir.

Katılımcı 2: İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Turizm Araştırmacısı beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili görüşü ise şunlardır: “Kültür, turizm ve tanıtma alanında yer alan paydaşlar daha fazla sürdürülebilir yatırımlar yaparsa ve daha fazla tanıtma çalışması yaparsa İzmir ve İzmir'de Yat Turizmi birlikte dünyaca bilinen bir marka haline gelir”. Katılımcıya göre, İzmir'in Yat Turizmi açısından güçlü yönleri; ilin coğrafi konumu, 629 kilometrelik kıyı uzunluğuna sahip olması, zayıflıkları; devlet kurumlarının desteğinin az olması, vapur seferleri, sahip olduğu fırsat; yatırım yapma isteğinin olması, tehdit unsurları ise çevre kirliliği ve son dönemlerde yaşanan terör olaylarıdır.

Katılımcı 3: 9 Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, Araştırma Görevlisi Elif Koç beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise “İzmir Güney Ege bölgesi koyuları ile meşhur; eskiden yurtdışı fuarları ile kontrakt imzalanırdı. Şimdi malesef son yaşanan terör olayları ile ilgili kontrakt yapılmasında sorunlar var. Fuar aktiviteleri işeyaramaz hale geldi. Türkiye'de SETUR marinalar grubu 11 marinaya sahiptir. Bunlardan biri; Çeşme Marina İzmirdedir. İzmir'de marinaların hizmetleri aynı, daha spesifik alanlara yönlendirilmeleri gerek; kalitelerinin artırılması, alt yapısının yenilenmesi gerekmektedir. Tekne turlarında gelir daha çok olduğundan ona daha çok ilgi var. Bu nedenle, yerel halkın bilinçlendirilmesi gerekiyor”. Katılımcıya göre, ilin yat turizminde

güçlü yönleri; Ege denizi kıyıları, zayıflıkları; mega yat yetersizliği, tanıtım yetersizliği, bilinçsizlik, yurtdışı fuarlarına katılımların az olması, altyapısının iyi değerlendirilememesi, sahip olduğu fırsat; yeni marinaların olması, tehdit unsuru ise terör olayları, deniz turizminin iyi pazarlanamamasıdır.

Katılımcı 4: Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik fakültesi, Araştırma Görevlisi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Öncelikle, Genel Yönetim ve destinasyonun iyi sağlanması ve Çevre Bakanlığı tarafından ilgiçekici koyların temizliğinin sağlanması gerek. Yat Turizmi için alt yapı var, ama bunu iyi sunabilecek, yat turizmine teşvik edecek politika uygulanmalıdır. Üniversitelerin tanıtım yapması, Aile ve Spor Bakanlığı'nın özellikle su sporlarını teşvik etmesi, yörel insanların yönlendirilmesi lazım. Yani mevcut alt yapı iyi değerlendirilirse, İzmir'de Yat Turizmi dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'de Yat Turizminin güçlü yönleri; kıyı uzunluğu, ekonomik fayda sağlaması, coğrafi konumu, geleneksel guletler, zayıf yönleri bakımından; yörel insanların bilinçsizliği, destinasyon, genel yönetim, tanıtım yetersizliği, en önemli fırsatları; alt yapının mevcutluğu, yatırım yapma isteğinin olması, koyların yakınlığında antik kentlerin bulunması, tehdit eden unsurları; kontrolsüz yapılaşma ve körfezin kirliliğidir.

Katılımcı 5: İzmir Foça Liman Başkanlığı, Liman Başkanı beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir'de yat turizmi ile ilgili tanıtımlar yapılırsa; devlet kurumları ve diğer turizm sektörleri beraber bir proje yaparlarsa ünlü bir marka olabilir". Katılımcıya göre, İzmir'de Yat Turizminin güçlü yönleri; uygun fiyat , yüksek ihracat potansiyeline sahip olması, zayıf yanı; yat kapasitesinin düşük olması, sahip olduğu fırsatlar; koyular ile iç içe bulunan antik kentler, ilin tarihi zenginliği, tehdit unsurları ise; çevresel sorunlar, sahillerde yapılaşmadır.

Katılımcı 6: İzmir Amatör Spor Klüpleri Federasyonu, İdari İşler Personeli beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Belediye ve Üniversitelerin işbirliği söz konusudur. Yat bağlama kapasiteleri artarsa, yeni yat limanları ve alanlarına yatırımlar yapılırsa dünyaca ünlü marka olabilir". Katılımcıya göre, yat turizminin gelirliliği, sektör olması,

Türkiye'de geleneksel usüllerle gulet imalatı yapılması en önemli güçlü yönleri; zayıf yanları ise devlet kurumlarının az destek olmasıdır. Fırsat olarak ise el değmemiş doğal ve tarihi çevresi, tehdit unsuru olarak ise körfez kirliliği ve terör nedeni ile turist sayısının azalmasıdır.

Katılımcı 7: İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Turizm Araştırmacısı beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili görüşü şunlardır: "Devlet kurumları denizi korursa; deniz turizmi yasalarını değiştirirse; yat kapasitesi artırılırsa; dünyaca ünlü fuarlara katılımlar gerçekleştirilirse; tanıtımlar yapılırsa, ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in Yat turizmi bakımından güçlü yanları; uygun doğal kaynakları, geleneksel türk guletleri, korunmuş koylarımızın çok olması, zayıf yanları; vapur, feribot seferleri, fırsatları; henüz bakir koyların mevcut olması, yeni marinalara yatırım yapma isteği, suya büyüyen ilgi, tehdit unsurları; çevresel sorunlar, körfez kirliliği, terör, iklim göçleri, kıyıların yok edilmesidir.

Katılımcı 8: İzmir TEOS Marina, Liman Hizmetleri Önbüro Müdürü, Umut Maden beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili görüşü şunlardır: "Hizmet kalitesinin yükselmesi ile, tesislerin daha donanımlı hale gelmesi ile İzmir'in yat turizmi marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, ilin yat turizmi açısından güçlü tarafları; uygun iklim koşulları, geleneksel türk guletleri ile yapılan mavi yolculuk, zayıf yönleri; hizmet kalitesinin düşük olması, deniz turizminde yatırım yetersizliği, sahip olduğu fırsatlar; denize artan ilgi, yeni yat limanlarına yatırım yapma isteği, tehdit eden unsur ise kış döneminde denizin sert olmasıdır.

Katılımcı 9: İzmir Port Alaçatı Marina, Önbüro Şefi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye yanıtlamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde cevaplamıştır:

"Öncelikle, İzmir yat turizmi açısından ünlü bir marka haline; limanların sayı çoğaltılırsa ve bu limanlar uluslararası standartlarda olursa; devlet kurumlarının teşviki ile yeni yatırımlar yapılırsa, körfez kirliliği ve çevre kirliliği önlenirse, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bunu sağlarsa; marinalar yeni etkinlikler düzenleyerek turistlerin ilgisini çekerse il yat turizmi açısında ünlü marka haline gelebilir". Katılımcının

görüşüne göre, İzmir’de yat turizminin en güçlü yönü; geleneksel gulet yatlarına sahip olması, zayıf yanları; sürdürülebilirliği, devlet teşviki(kanunlar, yasalar), yat limanı yetersizliği, fırsatlar; sualtı ve suüstü florasının zenginliği, koyların yakınlarında antik kentlerin bulunması, Alaçatı’daki sörf sporu, tehdit unsurları; koyların ve kıyıların yapılaşması, körfez kirliliğidir.

Katılımcı 10: İzmir Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Çevre Mühendisi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: “Sahil ve Plajları temiz tutmak amaçlı Mavi Bayrak Projesi gerçekleştirmeyiz. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı kültür balıkçılığın neden olduğu deniz kirliliğini önlemek için çalışmalar yapıyor. Marinalarda ve yatlarda Mavi Bayrak uygulamaları Deniz Turizmi Daire Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Ortak organizasyonla çevre kirliliği önlenebilir. Mavi kart sistemi ile; balıkçı barınakları, küçük balık tekneleri, yat limanları tarafından alınan atıkların türü ve miktarı ile gemilerde ne kadar atık oluştuğu, atığın türü, miktarı online olarak takip edilebilmektedir. Böylece denize giden atıkların karşısı alınıyor”. Katılımcıya göre, İzmir’in yat turizmi açısından en önemli güçlü 2 yönü; guletler, uygun iklim yapısı, zayıf yönleri; işbirliği sıkıntısı, devlet teşviki, deniz turizmi yatırımlarının yetersizliği, fırsatları; deniz kirliliğini önlemek için gerçekleştirilen projeler, tarihi ve kültürel değerlere sahip olmas; tehdit eden en büyük unsurlar ise kültür balıkçılığın neden olduğu deniz kirliliği, körfez kirliliği ve son zamanlar yaşanan terör olaylarıdır.

Katılımcı 11: İzmir Çeşme Marina, Marina Müdürü beşinci soruyu İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili görüşü ise şunlardır: “Öncelikle, Kamusal Yapı ve işleğışinin değışmesi lazım. Yat bağlama kapasitesinin artırılması gerekmektedir. Bundan başka yatırımların önünün teşviklerle açılması lazım. Gelişmekte olan ülkelerde, ülkeler yatırımları çekmek için bürokratik pürüzleri olmayan yatırım alanları yaratıyor. Yatırımcı ise sadece ruhsatları alarak yatırım yapıyor. Oysa Türkiye’de devlet yatırımcıya sadece ham olarak bir alan öneriyor, diğler işlemleri yatırımcı tamamlıyor”. Katılımcıya göre, ilin yat turizminin güçlü yanları; gelir kazandıran bir sektör olması, denize elverişli konumu, zayıf yön olarak kamusal işleğışı, sahip olduğu fırsatlar; Avrupa’ya yakın belde olması, yatırımcıların yatırım yapma isteğı, tehdit eden unsurları; deniz turizmi yatırımlarındaki bürokratik engeller, çevre kirliliği ve deniz kirliliğidir.

Katılımcı 12: İzmir Levent Marina, Önbüro Şefi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soru ile ilgili görüşü ise şunlardır: "Türkiye'de marinalar yetersizdir. Mega Yat Limanlarının yapılması gerekiyor. Türkiye'nin üç tarafı denizlerle çevrili olsa da kapasitesi düşük, kapasiteyi arttırmak gerekiyor. İzmir denize elverişli konumda yer alıyor. Devlet kurumlarının teşviki ile yeni yatırımlar yapılırsa marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, ilin yat turizmi bakımından denize elverişli konumda olması ve Türkiye'de gulet imalı güçlü taraflarıdır. Yat kapasitesinin düşük olması, ise zayıf yönüdür. Sahip olduğu fırsatlar; yeni yatırımlar yapma isteği, tarihi ve arkeolojik zenginliği, tehdit unsurları ise körfez kirliliği, deniz kirliliği, koyların ve kıyıların yapılaşmasıdır.

Katılımcı 13: İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Turizm Araştırmacısı beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir'de 10 yat limanı projesi gündemdedir. Ancak son yaşanan terör olayları, bürokratik engeller ve yatırımcıların verimli bulamamasından dolayı yeni yat limanlarının yakın zamanda faaliyete geçmesi zor görünmektedir. Bu nedenlerden dolayı yat turizminin gelişiminin hızı yavaşladı. Kamu-özel kurumlar bir araya gelerek ortak organizasyonla çalışmalar yaparsa İzmir'de yat turizmi dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, ilin yat turizmi açısından güçlü yanları; 629 km'lik kıyı şeridi, korunmuş koyların mevcut olması, zayıf yanları; vapur seferleri, yurtdışı fuarlarla saziş olmaması, sahip olduğu önemli fırsatlar; tarihi ve kültürel değerleri, altyapının mevcut olması, potansiyel tehdit unsurları ise; terör, körfez kirliliğidir.

Katılımcı 14: İzmir Ticaret Odası, Yönetim Kurulu Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Katılımcı altıncı soruyu şu şekilde yanıtlamıştır: "Deniz Turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması lazım. Koylarımız daha fazla yapılaşmaya kapatılmalıdır. Tabii ki de, devlet kurumları ve İZTO, ETİK vb. işbirliği ile İzmir'de yat turizmi gelişebilir". Katılımcıya göre, ilin yat turizmi açısından güçlü yanları; kıyı uzunluğu, geleneksel türk guletleri, zayıflıkları; sürdürülebilirlik, tanıtım ve reklamın yetersiz olması, fuar teşvikleri, sahip olduğu fırsat ; alternatif turizm olanaklarına olan talebin artması, tehdit eden en önemli unsurları ise, kıyıların yok edilmesi, çevre kirliliği ve körfez kirliliğidir.

Katılımcı 15: İzmir Ticaret Odası, Yönetim Kurulu Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Son üç yılda ülkemizde deniz turizmi pazarlaması iyi yapılamamaktadır. Bu İzmir'i de etkilemektedir. Devlet kurumları-Üniversiteler işbirliği kapsamında projeler gerçekleştirirse; yatırımlar yapılarak mevcut altyapı iyi değerlendirilirse İzmir'de yat turizmi dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir kentinin yat turizmi açısından en önemli güçlü 3 yönü; coğrafi konumu, geleneksel türk gulet imalatı, uygun fiyat, zayıf yönleri ise, liman yetersizliği, istihdam durumu, uluslararası fuarlara ve festivallere katılım, fırsatları; altyapıya sahip olması, denize olan ilginin artması, sualtı ve suüstü fauna zenginliği, tehdit unsurları; körfez kirliliği, iklim ve savaş göçleri, terör örgütüdür.

Katılımcı 16: İzmir Mercan Yachting, İşletme sahibi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Yat İmalat İşletmeciliğinin gelişimi sağlanmalı, yeni yat tasarımları yapılmalıdır. Avrupa'da tanıtımlar yapılmalı, uluslararası fuarlara teşvik edilmelidir. Bunun için Kamu-Özel sektörün, üniversitelerin teşviki söz konusudur. Ayrıca, yat limanları uluslararası standartlarda olursa, İzmir'de yat turizmi ünlü marka olabilir". Katılımcıya göre, uygun fiyat, denize elverişli konumu, ilin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; zayıf yanları; bilinçsizlik, fuarların sık sık olmaması, tanıtımların yüksek düzeyde olmamasıdır. Sahip olduğu fırsatlar; Yat Üretim İşletmeciliği'nin gelişimi, yatırım yapma isteğinin olması, tehdit unsurları ise, bürokratik engeller ve körfez kirliliğidir.

Katılımcı 17: İzmir Liman Başkanlığı, Gemi Planlamacı beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Sun Sailing -Güneş Yolculuğu yapılırsa turistlerin ilgisini çekebilir. Yabancı bayraklı yatlar çok azalmış; yabancı yatçıların gelmesi ve uzun süreli bağlama yapabilmeleri için mevcut fiyatlar çok yüksektir.". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanları; Mavi Yolculuk Filomuz, deniz kirliliğinin az olması, zayıf yanları; marinaların sayısının az olması, destinasyon, etkin tanıtım, sahip olduğu fırsatlar; yap-işlet-devret ve özelleştirme yolu ile yeni marinalar yapılması, suya büyüyen ilgi, tehdit unsurları ise, koyların ve kıyıların yapılaşması; körfez kirliliğidir.

Katılımcı 18: Marinamar Deniz Araçları İşletmeciliği, işletme sahibi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir " diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Öncelikle onu söyleyim; yat imalı yapıyoruz. Yat bağlama kapasitesinin maliyeti yüksek; alternatif bağlama limanları yok; Mali yükseklik gözden geçirilmelidir. Yeni ve daha uygun fiyat politikası uygulanırsa, İzmir yat turizminde dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, şehrin coğrafi konumu ve iklim koşulları onun güçlü yönleri; zayıf yönleri; maliyetin yüksek olması, kapasite yetersizliği; sahip olduğu fırsatlar; Yat Üretim İşletmeciliğinin gelişimi, antik kentler, tehdit eden unsurları ise; kontrolsüz yapılaşma ve kış döneminde sert deniz ortamıdır.

Katılımcı 19: Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Zafer ÖTER beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmemiştir"diye cevaplamıştır. Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Belediye yat limanı ve marina ortamı hazırlarsa, İzmir'de Yat Turizmi dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir ilinin yat turizminde güçlü yönleri; uygun coğrafi konumu, yeterli ham kaynaklar, iç turizm potansiyeli, Alaçatı'nın sörf merkezi olması(destekleyici), zayıf tarafları; ulaşım yetersizliği, denizcilik kültürünün genç nesilde yetersiz olması, yat sahibi olmanın çok para gerektirdiği algısı, sahip olduğu fırsatları; Yunanistan'a yakın belde olması, adaların Ege denizinde bol olması, Mavi Yolculuk rotasına yakın olması, potansiyel tehdit unsurları ise, kirli körfez, kış dönemi sert deniz ortamı, yönetim örgütünün olmaması, stratejik turizm planının belirlenmemiş olmasıdır.

Katılımcı 20: İzmir Deniz İşletmeciliği A.Ş İzdeniz Körfez içi Ulaşımı sağlayan yetkili kişi, beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir " diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Marinaların çoğalması, marinacılığın geliştirilmesi gerekmektedir. Türkiye'deki yat imalatının gelişimi sağlanmalıdır. İstihdam yetersizliği var, bunun giderilmesi lazım ki, şehrin yat turizmi dünyaca ünlü marka haline gelebilsin". Katılımcıya göre, kentin yat turizmi açısından güçlü yönleri; geleneksel gulet imalatı, koyların korunmuş olması, zayıflıkları; istihdam yetersizliği, marina yetersizliği, feribot seferleri, fırsatları; tarihi ve arkeolojik zenginliği, sualtı, suüstü fauna ve flora zenginliği, tehdit unsurları; körfez kirliliği, çevresel sorunlardır.

Katılımcı 21: Deniz Ticaret Odası İzmir şubesi, Personeli beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Sık sık yat yarışları yapılırsa; uluslararası yarışmalar düzenlenirse; iyi bir yatırım yapılırsa kent yat turizmi açısından ünlü marka haline gelebilir". Katılımcı ilin yat turizmi açısından güçlü yanlarını; denize elverişli konumda olmasını, iç turizm potansiyelini, zayıf yanlarını; devlet teşvikini, kapasite yetersizliğini, yatırım yetersizliğini, mali yüksekliği, potansiyel fırsatlarını; henüz bakir koyların olmasını, Ege denizinde adaların çok olmasını, alternatif turizm olanaklarına talebin git gide artmasını, mevcut tehdit unsurları olarak ise, bürokratik engelleri, kış döneminde deniz in sert olmasını, İzmir'in körfez kirliliğini görmektedir.

Katılımcı 22: İzmir Golden Yachting İşletmeciliği, işletme sahibi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İlk önce tanıtımlar yaparak Avrupa'ya açılmamız gerek; daha sonra marinaların sayı çoğaltılırsa; yatırımların önü açılırsa; yat ithalatı çoğalırsa; dünyaca ünlü değil, ama Avrupa'da ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, kentin yat turizmi açısından güçlü yönleri; doğal kaynakları, deniz kirliliğinin az olması, uzun kıyı şeridi, zayıf yanları; kamusal işleyiş, marina yetersizliği, sahip olduğu fırsatları; sualtı ve suüstü zenginliği, potansiyel tehdit unsuru; koyların yapılaşmasıdır.

Katılımcı 23 : İzmir Çeşme Marina, Önbüro Şefi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Yat limanlarının faaliyet alanları genişlenmelidir; Devlet kurumlarının teşviki ile ilin yat turizmi ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre; ilin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; kıyı uzunluğu, ekonomik fayda sağlaması,doğal ham kaynakları, zayıf yanları; tesislerin donanım yetersizliği, yönetmelik (kamusal işleyiş), sahip olduğu fırsatları; Avrupa'ya yakın olması, tehdit unsurları ise, kıyıların yok edilmesi, terör nedeniyle ülkenin olumsuz imajıdır.

Katılımcı 24: İzmir Port Alaçatı Marina, Halkla İlişkiler Müdürü beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Yat demirleme alanları hızla tükenmektedir. Bu konuda önlemler alınmalıdır. ETİK, İZTO, Gemi Acentaları, Üniversiteler ortak organizasyonlar yaparsa İzmir'in Yat Turizmi dünyaca ünü marka haline gelebilir".

Katılımcının görüşüne göre, ilin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; korunmuş koyların mevcut olması, zayıf yanları; tanıtım yetersizliği, marinaların hizmet kalitesinin düşük olması, bilinçsizlik, sahip olduğu fırsatları;mavi yolculuk rotalarına yakın olması, altyapısı, denize olan ilginin artması, potansiyel tehdit unsurları; iklim ve savaş göçleri, yat demirleme alanlarının hızla tükenmesi, deniz turizmi pazarlamasının son dönemlerde iyi yapılamamışdır.

Katılımcı 25: İzmir Seyahat Tur Acentası, İşletme Sahibi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Yat ve Denizcilik Fuarları gerçekleştirilirse; marinaların hizmetleri uluslararası düzeyde olursa; ilgili devlet kurumları ve meslek odaları bununla ilgili çalışmalar yaparsa kentin yat turizmi ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, ilin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; kıyı uzunluğu, gelirli sektör olması, zayıflıkları; fiyat politikası, sürdürülebilirlik, fırsatları; koyların yakınlarındaki antik kentler, yatırım yapma isteğinin olması, mevcut tehdit unsurları ise, körfez kirliliği, yönetim örgütünün olmamasıdır.

Katılımcı 26: İzmir Simge Yatçılık İşletmeciliği, işletme sahibi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Bu gün yap-işlet-devret veya özelleştirmeler yoluyla birçok marinalar yapılmaktadır. Ancak yatırımlarcıların yatırım yapabilmeleri için izin sürelerinin kısaltılması gerek. Bundan başka, tanıtımlar, reklamlar yapılmalıdır". Katılımcıya göre, kentin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; gelir kaynağı olması, henüz korunmuş koyların olması, zayıf yanları; tanıtım yetersizliği, uluslararası fuarlara katılım, marinalarda yüksek maliyetli hizmetler, yatırım yetersizliğidir. Sahip olduğu fırsatlar; tarihi ve arkeolojik zenginliği, planlanan yeni marinalar, tehdit unsurları ise, kıyıların yok edilmesi, terör örgütüdür.

Katılımcı 27: Ege Turizm Derneği, Yönetim Kurulu Üyesibeşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir uzun kıyı şeridine sahip olmasına karşın burada yeterince marina ve yat limanı yok. Devlet kurumlarının teşviki ile belki ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, kentin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; iç turizm potansiyeli, koyların korunması, yeterli ham kaynakların olması, zayıflıkları; son

üç yılda deniz turizmi pazarlamasının iyi yapılamaması, destinasyonun sağlanamaması, potansiyel fırsatları; mavi yolculuk rotasına yakın olması, dünya marinalarında yat bağlama yeri fiyatlarındaki artış, tehdit eden unsurları ise artan terör olayları, deniz kirliliğidir.

Katılımcı 28: İzmir Yelken Akademisi, Kurucusu ve Baş Eğitimci beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcı altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Öncelikle, İzmir'de Yat Turizminin sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Devlet teşviki şart; limanlarımızın uluslararası standartlarda olması gerek. Tüm bunlar gerçekleşirse, ilin yat turizmi açısından ünlü marka haline gelmesi mümkün olabilir". Katılımcının görüşüne göre, ilin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; doğal ham kaynaklar, kıyı uzunluğunun fazlalığı, zayıf yanları; yasalar, kanunlar, yat kapasitesinin düşük olması; sahip olduğu fırsatlar, sualtı ve suüstü flora ve fauna zenginliği, Yunanistan'a yakın belde olması, tehdit eden unsurları; körfez kirliliği, çevresel sorunlardır.

Katılımcı 29: İzmir Yachtman Mavi Tur Rotaları, Yat Brokeri Ömer Buğra Şenyelbeşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "İzmir'de şehir içi feribotların olması, taşımacılık, yük gemilerinin yanaşması, yat turizminin gelişimini engeller; bölgede koyların az olması, dünyaca ünlü marka haline gelmesini engeller". Katılımcının görüşüne göre, ilin yat turizmi bakımından güçlü yönü; gelir kaynağı olması, zayıflıkları; koyların az olması, şehir içi vapurlar, sahip olduğu fırsat; Avrupa'ya yakın belde olması, potansiyel tehdit unsuru ise, körfez kirliliğidir.

Katılımcı 30: İzmir Turizm Seyahat Acentası; işletme sahibi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmemiştir" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Öncelikle devlet teşviki şart; Yerli turizm acentaları Mavi Turla ilgili ortak tanıtımlar yaparsa, dünyaca değil ama Türkiye'de ünlü marka haline gelebilir" Katılımcıya göre, kentin yat turizmi bakımından güçlü yönleri; yeterli ham kaynaklar, koyların korunması, zayıf yönü; biliçsizlik, sahip olduğu fırsatlar; alternatif turizm çeşitlerini geliştirme imkanları, potansiyel tehdit unsurları ise, kıyıların kontrolsüz yapılaşmasıdır.

Katılımcı 31: Çeşme Denizcilik Derneği, Kurul Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Yat turizmi yüksek oranda ihracat potansiyeline sahip sektördür. İzmir Güney Ege kıyıları ile meşhurdur. Öncelikle, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından körfezdeki kirliliğin önlenmesi lazım. Devlet kurumları da buna teşvik ederse, ilin yat turizmi ünlü marka haline gelebilir".Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi bakımından güçlü yönleri; uygun fiyat politikası, kıyı uzunluğu, ham kaynakları, zayıf yanı; donanım yetersizliği, sahip olduğu önemli fırsatlar; Yunanistan'a yakın konumu, mevcut tehdit unsurları ise, terör olayları, kıyıların ve koyların yapılaşmasıdır.

Katılımcı 32:TEOS Marina, Halkla İlişkiler Müdürü beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsaittir" diye cevaplamıştır.Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Limanların henüz uluslararası standartlarda olması lazım; yeni marinalar için yatırımlar yapılırsa; yerel kurumlar, kamu-özel sektörler yat kapasitesini artırmak amaçlı birlikte projeler gerçekleştirirlerse; körfez kirliliği, koyların yapılaşması önlenirse, İzmir liman merkezi olabilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi bakımından güçlü yönleri; türk gulet imalatı, denize elverişli konumu, zayıf yönleri; genç nesilde denizcilik kültürünün yetersiz olması, sahip olduğu fırsatlar; Yunanistan'a yakın olması, tarihi ve kültürel zenginliği, denize olan ilginin artması, tehdit eden unsur ise, koyların yapılaşmasıdır.

Katılımcı 33: TEOS Marina, Teknik Müdürü beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır.Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Yat limanı yatırımları yapılırsa, Deniz turizmi ile ilgili yasal düzenlemeler yapılırsa; yeni projeler, tanıtımlar, fuarlar vasıtasıyla marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönleri; gelirli sektör olması, her gelir grubuna hitab edilebilmesi, zayıflıkları; biliçsizlik, yat bağlama kapasitesinin düşük olması, önemli fırsatları; yatırım yapma isteği, Avrupa'ya yakın belde olması, mevcut tehdit unsurları; yoğun yapılaşma, iklim göçleridir.

Katılımcı 34: İzmir Yelken Akademisi, Yat Öğretmeni beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır.Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "İzmir'deki yat limanlarının Barselona, Cenova gibi

limanların seviyesinde olması lazım. Limanlar uluslararası standartlara göre yenilenirse; yat yarışları düzenlenirse; Belediyeler bu yönde teşvik ederse, yalnız o zaman ilin yat turizmi ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönleri; uygun iklimi, koyların korunması, zayıf yanları; koyların az olması, marinaların hizmet kalitesinin uluslararası düzeyde olmaması, fırsatları; tarihi ve doğal dokunun henüz bozulmamış olması, Avrupa ülkelerinde yatlardan alınan vergiler, tehdit eden unsurları ise, terör ve körfez kirliliğidir.

Katılımcı 35: Yat Turizm Derneği, Yönetim Kurul Üyesi, beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Yat turizmi ile ilgili, İzmir'de seminerlerin sık yapılması gerek; Yerel halkın yönlendirilmesi lazım; İzmir'de yat turizminde destinasyonun sağlanması için turizm sektörleri bir araya gelerek çalışmalar yaparsa Avrupa'ya açılabiliriz". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönleri; uygun ham kaynakları, elverişli kıyılar, zayıf yanları; devlet teşviki, aktif olmayan marina kapasitesi, fuarlar, sahip olduğu fırsat; güçlü yat üretim işletmeciliği, potansiyel tehdit unsuru; terör örgütüdür.

Katılımcı 36: TEOS Marina, Önbüro Şefi, beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Yatırım yapılması şart; İzmir'de marina sayısını artırmak yönünde çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Yurtdışında düzenlenen fuarlar İzmir'de de düzenlenirse ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönleri; uygun iklimi, ham kaynakları, her gelir grupuna hitab edebilmesi, zayıf yönleri; kapasite yetersizliği, vapur seferleri, sahip olduğu en önemli fırsat; denize olan ilginin artması, tehdit eden unsurları ise, terör, iklim göçleridir.

Katılımcı 37: Lemon Sailing School, Yat Eğitmeni, beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı ise şu şekildedir: "İlk önce sektörün sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Bunun için Körfez kirliliğinin önlenmesi; yeni yatırımlar yapılması gerek. Marka olabilmesi için devlet teşviki çok önemlidir. İzmir'in mevcut yat turizmi potansiyeli değerlendirilmelidir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönleri; uzun kıyı şeridi, her gelir grupuna hitab etmesi, zayıf yanları; kapasite yetersizliği,

altyapısının değerlendirilmemesi,gençlerin bilinçsizliyidir. Sahip olduğu fırsatlar; denize olan ilgi ve sevginin artması, potansiyel tehdit unsuru; körfez kirliliğidir.

Katılımcı 38: İZTAV(İzmir turizm ve Tanıtım Vakfı), Yönetim Kurulu Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır.Katılımcının altıncı soru ile ilgili yanıtı şu şekildedir: "Mevcut Yat Limanlarının kapasitelerini artırmak gerekiyor. Bununla ilgili şu anda çalışmalar sürüyor. Foça'da Dikili'de, Şifne'de, Kaşyaka'da, yeni yat limanları yapılması planlanmaktadır. Bundan başka, uluslararası düzeyde tanıtımlar yapılması ile; turizm sektörlerinin, üniversitelerin işbirliği ile, İzmir yat turizmi açısından ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; türk guleti imalatı, zayıf yanları; devlet teşviki, tanıtım yetersizliği, fırsatları; yeni yatırımlar yapma isteği, zengin fauna ve floraya sahip olması, tehdit eden önemli unsurları; körfez kirliliği ve son zamanlar yaşanan terör olaylarıdır.

Katılımcı 39:İzmir Nashira Yachting İşletmeciliği, işletme sahibi, beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soru ile ilgili görüşü ise şu şekildedir: "Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı yeni projeler üzerinde çalışırsa belki ünlü marka olabilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; deniz kirliliğinin az olması,yatçılığa uygun iklimi, her gelir grubuna hitap edebilmesi, zayıf yanı; devlet teşviki, sahip olduğu fırsatları; tarihi ve kültürel değerleri, Avrupa ülkelerinde yat bağlama fiyatlarındaki yükseliş, en önemli tehdit unsurları ise; terör örgütü, iklim ve savaş göçlerinin sayının artmasıdır.

Katılımcı 40: TEOS Marina Bilgi Teknolojileri Sorumlusu, beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır". diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir'de yat turizminin gelişmesi için yerel kurumlar işbirliği yaparak marinacılığı geliştirebilirler". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; uygun iklim koşulları, ham kaynakları, zayıf yanları; liman yetersizliği, sahip olduğu fırsat; suya olan ilginin artması, potansiyel tehdit unsurları ise; terör; stratejik turizm planının belirlenmemesidir.

Katılımcı 41: Lemon Sailing School, Yat Eğitmeni beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır.Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İlk Önce yat turizminin gelişmesini sağlamak için, yat limanlarının sayını

artırmak gerek. Devlet kurumları tarafından mevcut altyapı iyi teşvik edilirse, ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; yerli deniz aracı olan guletlerin imalı, zayıf yönleri; yat limanı yetersizliği, devlet teşviki, sahip olduğu fırsat; yeni limanlara yatırım yapma isteği, tehdit eden unsurları; bürokratik engeller, körfez kirliliğidir.

Katılımcı 42: İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İstatistikçi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir Belediyesi yeni marina ortamları hazırlarsa kentin yat turizmi ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; koylarımızın korunması, zayıf yanı; biliçsizlik, sahip olduğu fırsatlar; yatırım yapma isteği, deniz turizmi olanaklarına talebin artması, tehdit unsurları ise, çevresel kirlilik düzeyinin artması ve terör örgütüdür.

Katılımcı 43: Çeşme Liman Başkanlığı, Gemi Planlamacı İstatistikçi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Koyların yapılaşmasının kontrol altına alınması lazım; Yatırımcıların yatırımyapması için kolaylık sağlanmalıdır. Kamu-özel sektörün işbirliği ile İzmir'de yat turizminin sürdürülebilirliği sağlanırsa ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; yeterli ham kaynakları, kıyı uzunluğu, zayıf yönleri; kapasite yetersizliği, işbirliği, fırsatları; yatırım yapma isteği, zengin sualtı ve suüstü fauna ve flora sahip olması, altyapısı, potansiyel tehdit unsurları ise, iklim göçleri, terör olaylarıdır.

Katılımcı 44: İZRO(İzmir Turist Rehberleri Odası), Yönetim Kurulu Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir'i ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak; ilin yat turizmi potansiyelini iyi değerlendirmek; kapasiteyi artırmak gerekiyor. Bunun için turizmle ilgili sivil toplum kuruluşlarının; bizlerin(İZRO, İZTO, ETİK vb.) ve gemi acentalarının işbirliği söz konusudur". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanları; uzun kıyı şeridi, her gelir düzeyine hitab edebilmesi, en önemli zayıf yönleri; devlet teşviki (kamusal işleyiş), işbirliği, mevcut fırsatları; tarihi ve arkeolojik zenginliği, Yunanistan'a yakın olması, tehdit eden unsur ise, deniz turizmi pazarlamasının iyi yapılamamasıdır.

Katılımcı 45: TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentalar Birliği), Yönetim Kurulu Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Genel Yönetimin yat limanı işletmeciliğinde sürdürülebilirliği sağlaması için, yatırımların önünü kapatan izin kurumlarının sayısını azaltması ve yatırımcı açısından izin alma sürecinin kısaltılması şarttır". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; kıyı uzunluğunun fazlalığı, zayıf yönleri, tanıtım yetersizliği, destinasyon, istihdam, sahip olduğu fırsatlar; Avrupa'ya ve Yunanistan'a yakın olması, tehdit unsurları ise, yoğun yapılaşma ve körfez kirliliğidir.

Katılımcı 46: ETİK (Ege turistik İşletmelerve Konaklamalar Birliği), Yönetim Kurul Üyesi beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Öncelikle, devlet kurumları tarafından koylarımızın yapılaşmasının karşısı alınarak, deniz turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması lazım". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; uzun kıyı şeridi, zayıf yönleri; uluslararası fuarlara katılım, sürdürülebilirliğin dikkate alınmaması, sahip olduğu fırsat; koylarımızın yakınlığında bulunan antik kentler, potansiyel tehdit unsurları ise, kontrolsüz yapılaşma, yaşanan terör olaylarıdır.

Katılımcı 47: İzmir Ege Turizm Derneği, Genel Sekreteri beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Kamu-özel sektörlerin işbirliği ile tesislerin yenilenmesi, tanıtımlar yapılması lazım; marinaların uluslararası standartlara cevap verecek şekilde yenilenmesi gerekmektedir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yanı; her gelir grupuna hitab eden fiyat politikası, zayıf yönü; tanıtım yetersizliği, hizmet kalitesi, sahip olduğu fırsatlar; yatırım yapma isteği, tarihi zenginliği, antik kentler, tehdit eden unsurları ise, körfez kirliliği ve yönetim örgütünün olmamasıdır.

Katılımcı 48: Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi, Uzak Yol Kaptanı beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Öncelikle, denizciliği yurtiçi ve yurtdışında temsil etmek ve tanıtımların sürekliliğini sağlamak lazım. Avrupa ile rekabete dönük fiyat politikası uygulanırsa; marina yatırımlarına devlet teşviki olursa ilin yat turizmi

dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönü; ekonomik fayda sağlaması, zayıf yanları; yat limanı yetersizliği, tanıtım faaliyetleri, sahip olduğu fırsatlar; altyapısı, tehdit unsuru ise körfez kirliliğidir.

Katılımcı 49: Deniz Ticaret Odası, İzmir Şubesi, Muhasebeci beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "İzmir Körfezleri temiz değil. Bununla ilgili projeler yapılması lazım; yat turizmi ile ilgili zaten Büyükşehir geliştirme çalışmaları yapıyor. Ayrıca, yeni yat liman alanları için şu anda Dalgakıran projesi gerçekleştirilmektedir. Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönü; her gelir grupuna hitap edecek gelir politikası, koruma altına alınmış koylarımız, zayıf yanları; vapur seferleri, hizmet kalitesi, sahip olduğu fırsat; koyların yakınlığındaki otantik köyler, tehdit eden unsurları ise, yoğun yapılaşmadır.

Katılımcı 50: İzmir Yelken Akademisi, Halkla İlişkiler Müdürü beşinci soruyu "İzmir'de Yat Turizmi gelişmeye müsait konumdadır" diye cevaplamıştır. Altıncı soruyu ise şu şekilde yanıtlamıştır: "Belediyelerin çalışmalar yapması gerekiyor kesinlikle; Büyükşehir Belediyesi, marinaların sayının çoğaltılması için yatırımlar yaparsa; Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca körfez kirliliği önlenirse; Yat yarışları uluslararası düzeyde sık-sık düzenlenirse İzmir'in yat turizmi dünyaca ünlü marka haline gelebilir". Katılımcıya göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönü; gelir sağlaması, zayıf yanlar; yat limanı yetersizliği, yatırım yetersizliği, sahip olduğu fırsatlar; mevcut altyapısı, Avrupa'da uygulanan vergi, tehdit unsuru ise, körfez kirliliğidir.

3.6.3. Nicel Bulgular

Araştırmanın yedinci ve son sorusu olan SWOT analizi ile ilgili katılımcıların verdikleri cevaplar frekanslar haline getirilip aşağıda olduğu gibi tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 13: İzmir Yat Turizminin Güçlü Yönleri

Güçlü Yönleri	N	%
Kıyı uzunluğu	16	32
Geleneksel Türk Guletleri	14	28
Korunmuş Koyların Mevcut Olması	11	22
Denize Elverişli Konumu	10	20
Gelirli Sektör Olması	10	20
Her Gelir Grubuna Hitab edebilmesi	10	20
Uygun İklim Koşulları	10	20
Yeterli Ham Kaynakları	10	20
Deniz Kirliliğinin Az Olması	4	8
İç Turizm	3	6
Alaçatı'da Sörf Sporü	1	2

Araştırmanın bulgularına göre, İzmir'in yat turizmi açısından güçlü yönleri; kıyı uzunluğu (%32), geleneksel türk guletleri (%28), korunmuş koyların mevcut olması (%22), denize elverişli konumu, gelirli sektör olması, her gelir grubuna hitab edecek fiyat politikası, uygun iklim koşulları, yeterli ham kaynaklar (% 20), deniz kirliliğinin az olması (%8), iç turizm potansiyeli (%6), Alaçatı'da sörf sporudur(%2).

- **Kıyı uzunluğu:** 629 km uzunluğunda kıyı şeridinde sahip olan İzmir ili, bu özelliğine bağlı olarak yat turizmine ev sahipliği yapabilecek kapasitedir. Kıyının 101 kilometrelik bölümünü doğal plajlar içermektedir.
- **Geleneksel Türk Guletleri:** Türkiye'de imal edilen özgün tasarıma sahip yerli deniz aracıdır. Aynı zamanda Mavi Yolculukla özdeşleşmektedir. Kendine has ahşap görünümü turistlerin de ilgisini çekmektedir.
- **Uygun İklim Koşulları:** İzmir'in yat turizmi açısından en iyi hava koşulları; yelken yapmak isteyenler için uygun rüzgarlı iliman, kuru ve yağışsız hava koşullarıdır. Aynı zamanda, uygun meteorolojik koşulları sayesinde yılın hemen hemen on iki ayında deniz turizmine hizmet verebilmektedir.

Tablo 14: İzmir Yat Dalış Turizminin Zayıf Yönleri

Zayıf Yönler	N	%
Devlet Teşviki	14	28
Yat Kapasitesi	12	24
Marina Sayısının Az Olması	12	24
Tanıtım Yetersizliği	11	22
Bilinçsizlik	10	20
Fuarlar	9	18
Vapur Seferleri	8	16
Hizmet Kalitesi	5	10
Maliyetin Yüksek Olması	4	8
Yatırım Yetersizliği	4	8
İstihdam Durumu	3	6
Altyapısının Değerlendirilmemesi	3	6
Destinasyon	3	6
İşbirliği	3	6
Koyların Az Olması	2	4
Ulaşım Yetersizliği	1	2
Yat Sahibi Olmanın Çok Para Gerektirdiği Algısı	1	2

İzmir'in yat turizmi açısından zayıf yönleri; devlet teşviki (%28), yat kapasitesi, marina sayısının az olması (%22), tanıtım yetersizliği (%22), bilinçsizlik (%20), uluslararası fuarlara katılım yetersizliği (%18), vapur seferleri (%16), hizmet kalitesi (%10), maliyetin yüksek olması, yatırım yetersizliği (%8), istihdam durumunun zayıf olması, mevcut altyapısının değerlendirilmemesi, destinasyon, işbirliği (%6), koyların az olması (%4), ulaşım yetersizliği, yat sahibi olmanın çok para gerektirdiği algısıdır (%2).

- **Devlet teşviki:** Devlet kurumları (Belediyeler, Valilikler, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı vb.) İzmir'in yat turizminde gelişimi sağlayacak projeler, devamlı tanıtımlar yapmalıdır. Şu anda bu konuda ilerleme gözlemlenmemektedir.
- **Hizmet Kalitesi:** Genelde İzmir'deki marinaların hizmetleri aynıdır. Daha spesifik alanlara yönlendirilmemektedir. Hizmet kalitesi zayıf olduğundan rekabet üstünlükleri de yoktur.
- **Yat Kapasitesi:** İzmir sahip olduğu kıyı şeridine karşın yat kapasitesi düşüktür. İzmir'deki marinaların kapasiteleri laygınca kullanılmamaktadır.

Tablo 15: İzmir Yat Dalış Turizminin Sahip Olduğu Fırsatlar

Fırsatlar	N	%
Yatırım Yapma İsteği	14	28
Tarihi ve Kültürel Zenginlik	10	20
Koyların Yakınlığında Antik Kentlerin Bulunması	8	16
Sualtı ve Suüstü Flora ve Faunası	8	16
Altyapının Mevcut Olması	7	14
Suya Büyüyen İlgi	7	14
Yunanistan'a Yakın Olması	6	12
Avrupa'ya Yakın Belde Olması	5	10
Henüz Bakir Koylar	4	8
Alternatif Turizm Olanaklarına Talebin Artması	4	8
Dünya Marinaları'nda Yat Bağlama Yerleri Fiyatlarındaki Yükseliş	4	8
Yeni Marinalar	3	6
Yat Üretim İşletmeciliğinin Gelişimi	3	6
Mavi Yolculuk Rotasına Yakın Olması	3	6
Adaların Ege Denizinde Bol Olması	2	4
Projeler	1	2

İzmir'in yat turizmi açısından sahip olduğu fırsatlar; yatırım yapma isteği (%28), tarihi ve kültürel zenginliği (%20), koyların yakınlığında antik kentlerin bulunması, sualtı ve suüstü faunası (%16), altyapının mevcut olması, suya büyüyen ilgi(%14), Yunanistan'a yakın olması (%12), Avrupa'ya yakın belde olması(%10), henüz bakir koylar, Alternatif turizm olanaklarına talebin artması, dünya marinaları'nda yat bağlama yerleri fiyatlarındaki yükseliş (%8), yeni marinalar, yat üretim işletmeciliği, Mavi Yolculuk rotasına yakın olması (%6), adaların Ege denizinde bol olması (%4), projeler dir(%2).

- **Yatırım Yapma İsteği:** İzmir'de yatırımcılar yat limanları için yatırım yapmaya hazırlar ama karşılarında duran izin kurumları onları geri adım atmaya vadar ediyor. Aynı zamanda, yatırımcıların yat limanı için ayrılan sahaları verimli bulamıyorlar.
- **Tarihi ve Kültürel Zenginlik:** İzmir'in binlerce yıllık bir geçmişe sahip olması, dünyada ilk zentinyağının üretildiği Klazomenai kalıntıları, Efes, Bergama, Teos , Tepekule Höyüğü gibi tarihi kalıntıları turistik kitleye hitap etmektedir. Aynı zamanda, kent yüklendiği misyon açısından da Türkiye'nin modern yüzüdür.

Tablo 16: İzmir'in Yat turimi Açısından Sahip Olduğu Mevcut ve Potansiyel Tehdit Unsurları

Tehditler	N	%
Körfez Kirliliği	23	46
Terör	20	40
Kıyıların ve Koyların Yapılaşması	17	34
Çevresel Sorunlar	9	18
İklim ve Savaş Göçleri	9	18
Deniz Kirliliği	4	8
Bürokratik Engeller	4	8
Deniz Turizmi Pazarlamasının İyi Yapılamaması	4	8
Kış Dönemi Sert Deniz Ortamı	4	8
Yönetim Örgütünün Olmaması	3	6
Stratejik Turizm Planının Belirlenmemesi	3	6
Yat Demirleme Alanlarının Tükenmesi	2	4

İzmir'in yat turizmi açısından potansiyel ve mevcut tehdit unsurları; körfez kirliliği (%46), terör (%40), kıyıların ve koyların yapılaşması (%34), Çevresel sorunlar, iklim ve savaş göçleri (%18), deniz kirliliği, bürokratik engeller, deniz turizmi pazarlamasının iyi yapılamaması, kış dönemi sert deniz ortamı (%8), yönetim örgütünün olmaması, stratejik turizm planlamasının belirlenmemesi (%6), yat demirleme alanlarının tükenmesidir(%4).

- **Körfez kirliliği:** Gemi atıkları, zehirli maddelerin denize akması ile oluşmaktadır.
- **Kıyıların ve Koyların Yapılaşması:** İzmir'in doğal kaynakları olan koyları kontrolsüz olarak yapılaşmaya ve tahribata uğramaktadır.
- **Terör:** Malesefson dönemlerde yaşanan terör olayları nedeniyle Türkiye'ye gelen turistlerin sayısı azalmıştır. Bu durum aynı zamanda, İzmir'e gelen turistleri de etkilemiştir.

3.6.4. Temel İstatistik Bulgular

Tablo 17: Araştırmaya Katılanların Beşinci Soruya İlişkin Bulguları

Katılımcı Görüşü	Frekans	Yüzde
Çok Gelişmiştir	-	-
Gelişmeye Müsaittir	48	96
Gelişmemiştir	2	4
Diğer	-	-
Toplam	50	100

Tablo 17'e göre, araştırmaya katılan kişiler yarı yapılandırılmış soru kağıdındaki; "İzmir'de sualtı turizmi sizce hangi konumdadır" sorusunu %96'sı gelişmeye müsaittir, %4'ü gelişmemiştir şeklinde işaretlemiştir. Çok gelişmiştir, gelişmemiştir ve diğer şıkları ise işaretlenmemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İzmir ister sosyal, kültürel, isterse doğal yapı açısından önemli potansiyele sahip olmasına karşın, ilde yat turizmi Antalya, Bodrum, Marmaris gibi yat turizm merkezleri ile karşılaştırıldığı zaman gelişmesinin henüz başlangıcındadır. Hızla gelişmekte olan yat turizmine altyapı, üstyapı ve yasal düzenlemeler yetişmemektedir. İzmir rakiplerine göre, coğrafi avantajını gerektiği gibi değerlendirememektedir.

Deniz, kum, güneş turizmine kıyasla çok daha fazla döviz bırakmakta olan yat turizmi Ege ve Akdeniz bölgelerinde rekabetçi üstünlüğe sahiptir. İzmir yat bağlama açısından son derece önemli kıyı şeridine ve doğal bir limana sahip illerden biridir. İzmir bölgesi içinde Yenişakran, Karaburun, Yeni Foça, İnciraltı, Bayraklı, Çeşme Şifne, Seferihisar marina projeleri planlanmıştır.

Araştırma sonucunda İzmir'de Yat Turizminin gelişmeye müsait konumda olduğu belirlenmiştir. İl'de taşımacılık, yük gemi yanaşması ve şehir içi feribotların olması, İzmir körfezinin kirliliği, yat turizmi açısından dünyaca ünlü bir marka haline gelebilmesini engelleyen başlıca hususlar olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya katılanların görüşleri doğrultusunda elde edilen bulgulara göre öncelikle, Genel Yönetim ve destinasyonun sağlaması, kamusal yapının değişmesi, mevcut altyapıyı iyi sunabilecek, aynı zamandayat turizmine teşvik edecek politika uygulanması, körfez kirliliğinin önlenmesi, ilgi çekici koyların temizliğinin sağlanması, yat limanlarının(marinaların) kapasitesinin ve sayısının artırılması gerekmektedir. Bundan başka, yat turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması için en başta yatırımların önünü alan izin kurumlarının sayının azaltılması, yatırımcı açısından izin alma sürecinin kısaltılması ve koyların yapılaşmasının önleminin alınması öngörülmektedir.

Marinaların uluslararası standartlarda olmaması, hizmetlerinin aynı olması, yörel halkın bilişsizliği, bürokratik engeller, tanıtım yetersizliği, yatırımcıların yatırımı verimligörmemesi, son yaşanan terör olayları nedeniyle deniz turizmi pazarlamasının iyi yapılamaması, körfezin kirliliği, İzmir'de yat turizminin gelişim hızını yavaşlatan etkenlerdir.

Turizm sektöründe önemli atılımlar yapan İzmir ilin'de henüz modern bir yat limanı yoktur. Bildiğimiz üzere bir bölgede yat turizmi ancak sağlanan imkanlar dahilinde gelişim gösterebilir. Yat almayı düşünen biri teknesini güvenle bağlayabileceği bir yer bulmak ister.

Devlet kurumlarının, Turizmle ilgili sivil toplum kuruluşlarının (ETİK, İZTO, vb.) ve akademisyenlerin, İzmir Kalkınma Ajansının temsilcilerinin komite oluşturarak stratejik plan yapmaları gerekmektedir. Yatçılıkla ilgili yeterlilik belgeleri ve yat vergileri üzerinde yeni yasal düzenlemeler yapılması ile yatçılığın daha geniş kesimin ilgi alanı olması söz konusu olacaktır.

Dünya marinalarında yat bağlama yeri fiyatlarındaki hızla artış; yeni vergi uygulamaları, Yunanistan'da yaşanan kriz sonrası Ege kıyılarına olan ilgi artmaya başlamıştır. Bunu değerlendirmek için marinacılık sektöründe yeni yatırımlar yapılmalı ve bağlama kapasiteleri artırılmalıdır.

İzmir'de yat turizminin gelişim hızını yavaşlatan diğer bir etken; körfez kirliliğidir. Günümüzde deniz suyundan oksijenin azalması, denizlerde yaşayan canlılarda zehirlenmeye ve deniz kaynaklarının git gide yok olmasına neden olan deniz kirliliği, doğayı tehdit eden tehlikelerin başında gelmektedir. Boğazdaki deniz trafiği, kontrolsüz yapılaşma çok ciddi tehditler yaratmaktadır. Gemilerdeki operasyonlardan kaynaklı sintine gibi atıklar ile çöplerin denize boşaltılması, gemilerin legal veya illegal yollarla taşıdıkları tehlikeli atıkların (zehirli sıvılar) denize atılması, kaza nedeniyle zararlı maddelerin yayılması körfez kirliliğine yol açmaktadır.

Deniz turizminin sürdürülebilirliğini sağlamak için öncelikle çevre kirliliğini; deniz ve körfez kirliliğini önlemek gerekiyor. Çünkü kimse pis bir suda spor yapmak veya seyahat etmek istemez. Aşırı nüfus artışı, yoğun sanayileşme ve kıyılardaki yapılaşmadan, hava, su, toprak kirliliği, körfez kirliliği ile karşı karşıya kalan İzmir, bu konuda önlemler almak için yoğun bir çaba içerisindedir. Nitekim İzmir Büyükşehir Belediyesi, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı çevre kirliliğini önlemek amacıyla projeler gerçekleştirmektedirler.

Kentin yat turizmi açısından gelişimini engelleyen hususlardan biri bürokratik engellerdir. Türk yat işletmeciliğinin büyük bir bölümü işletme belgelerinin alınması için tamamlanması önemli olan bürokratik işlemler yüzünden bu belgeyi alamaktadırlar. Turizm Yat İşletme belgesi, ağırlıklı olarak yabancı yatçıların Türk bayrağı ile dolaşabilmesi alınmaktadır. Bakanlıktan belgeyi olmayan yat kapasitesinin önemli bir kısmı çok eski veya demode olunmuş teknelerden oluşması kapasitenin yenilenmesi açısından yat turizmi önünde ciddi bir sorundur.

İzmir'in yat turizmi açısından gelişmesi ve dünyaca ünlü marka haline gelebilmesi için; devlet kurumlarının teşviki, yurtdışında düzenlenen fuarların İzmir'de de düzenlenmesi; uluslararası düzeyde tanıtımlar yapılması, marina kapasitelerinin etkin kullanılması, yatırımların hızlandırılması, bürokratik işlemlerin azaltılması, denizcilik ve turizm eğitime önem verilmesi, çevre bilincinin oluşması, istihdamın artırılması, deniz turizmi ile ilgili yasal düzenlemeler yapılması, koyların her türlü tahribatdan korunması önerilebilir.



KAYNAKLAR

Kitaplar

2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, Bildiriler Kitabı (2014), Aktaş, G., Atik, O.
2. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu, İç Turizm, (2006), Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Isparta.
- Demir, C., Çevirgen, A. (2006), Ekoturizm Yönetimi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Göksan, E., (1968), Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği, Bornova, Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir.
- Hacıoğlu, N, Avcıkurt, C, (2008), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Kozak, M. A. ve Diğerleri (2009), Özel İlgi Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., M. A., ve Metin(2006), Genel Turizm :İlkeler-Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Olalı, H., (1971), Turizm Dersleri, Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimleri Fakültesi Yayınları, No:64, İzmir.
- Olalı, H., (1963), Turizm Teorisi ve Politikası, İzmir Ticaret Odası Yayınları, 71, İzmir.
- Olalı, H., (1982), Turizm Politikası ve Planlaması, Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları No 6, İzmir.
- Olalı, H., Timur, A. (1986), Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Ofis Ticaret Matbacılık San. Ltd. Şti, İzmir.
- Öztaş, K, Karabulut, T., (2006), Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Prof.doc. Akın İlkin, Doç, Dr, M. Zeki Dinçer, (1991) “Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi”
- Ünlüönen, K, Tayfun, A, Kılıçlar, A, (2007), Turizm Ekonomisi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Makaleler

- Arslan, Y. “Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi”, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi.
- Akova, İ., (2000). Coğrafya Dergisi, Sayı 8, 74. “Alternatif Turizm Olanaklarımız.”, İstanbul.
- Aktan.C, (2008) “Stratejik Yönetim Ve Stratejik Planlama” Say 2-5
- ACUNER, Ş.A. (2006).”: Milli Prodüktivite Yayınları No: 689, s.123,“Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi, Ankara.
- Alaeddinoğlu, F. 2015. “Türkiye’de Kültür Turizmi Algılanışı”
- Bilgehan, G. (2010), “Türkiye’de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somuy Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaşma İhtiyacı” İşletme Araştırmaları Dergisi.
- Birgul Subaşı ,(2004)İstanbul Ticaret Odası, Etüt ve Araştırma Şubesi,“ Turizm Sektör Profili”,
- Hüseyin Çeken,(2003), “Değişim Yayınları, 120,”Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi”, İstanbul.
- İnceoğlu, M. (2010). (5. Baskı) .: Beykent Ünivesitesi Yayınları, “Tutum Algı İletişim” No 69., İstanbul.
- Kuter, N., 1, Ünal, H. E., L2,(2009). Kastamonu Üni., Orman Fakültesi Dergisi, , 146-156, Kastamonu Univ., Journal of Forestry Faculty, “Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri”.
- Karaman, S., USTA, K. (2006), II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, “İnanç Turizmi Açısından İznik ve Bir Uygulama Çalışması”. Balıkesir
- Kozan ve diğerleri, (2014), Denizcilik Fakültesi Dergisi,“Turizm Yazınında “Deniz Turizmi’nin Olgusal Gelişimi” ,
- M. Özgür. Yanardağ, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi,”İzmir’de Turizm Yatırımlarının İhtiyaç Analizi”.
- Öztürk, İ., (2011). Antalya Rehberler Odası Dergisi, Sayı: 3, 64,“Dağ Turizmi”,
- Ö. Arpacı ve Arkadaşları, (2012) KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23): 59-64,“Karamanın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği”, Sakarya Üniversitesi.

Prof.doc. Akın İlkin, Doç, Dr, M. Zeki Dinçer, (1991)“Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi”.

Tourism World Haber Dergisi, 2011: 48.

Usta, Ö., (2001), Genel Turizm , İzmir, s.151.

Tezler

Arat, E., P., (2006). “Türkiye’deki Yat Turizmi ve Marinaların Pazarlama Yönünden Değerlendirilmesi” İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Ayaz, N., (2012), “Kırsal Turizm ve Paydaşları Belediye Başkanlarının tutumlarına Yönelik bir araştırma”, doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

ÇONTU, M. (2006). Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Bolu, s.6-23.

Çevirgen,A., (2003). 228,“Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Ekoturizm ve Edremit Yöresi İçin Bir Model Önerisi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, İzmir.

Sezer, M.S. , “Türkiye Turizm sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi” (2010), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Tayfun Doğan (2012), s. 54, “Turizm ve Çevre İlişkisi Bağlamında Ekoturizm Çevre Üzerine Etkileri”. Uzmanlık tezi, Ankara, s 54

İnternet

2015 Deniz Sektörü Raporu, (2016) , İstanbul ve Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz Bölgesi Deniz Ticaret Odası, İstanbul.

<http://www.denizticaretodasi.org.tr/sayfalar/sector-raporu.aspx>

Cengiz Yücel, TÜRSAB AR-GE Departmanı

<http://www.tursab.org.tr> , 8.03.2016

YÜCEL, S. Ü. (2004, Mayıs). “Yayla Turizmi”, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, http://www.tursab.org.tr/dosya/1017/may04yayla_1017_1683015.pdf), 8.03.2016

Selimođlu, Ö. , Dünya'da ve Türkiye'de Ekoturizm.

<http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-31.pdf> , 26.03.2016.

www.tuik.gov.tr

<http://www.kulturelbellek.com/> , 5.03.2016

<http://tusiad.org/tr/>

www.aktifbalikadamlar.org.tr , 27.03.2016

www.kultur.gov.tr , 19.03.2016

www.izto.org.tr , 26.04.2016

<http://www.izka.org.tr/en> , 26.04.2016

www.izmirkulturturizm.gov.tr , 29.04.2016

www.ubak.gov.tr , 15.05.2016

www.euronewsport.com , 10.07.2016

www.izmirdergisi.com , 21/06/2016

www.portalacati.com.tr , 22.06.2016

www.teosmarina.com.tr , 22.06.2016

www.cesmemarina.com.tr , 22.06.2016

www.leventmarina.com.tr , 22.06.2016

Yasal Düzenlemeler

Balıkçı Barınakları Yönetmeliği : madde3 , 28.06.2016

Deniz Turizm Yönetmeliği, 28.06.2016



EKLER

S

(**Strenghts-Kuvvetli taraflar**) Güçlü olunan yanlar neler? Kuvvetli olduğunuz yanları bulmak için, sektördeki yetenekleri, potansiyelleri, pazarlama gücünü, finansal gücü, deneyimlerini vb. değerlendirin.

W

(**Weaknesses-Güçsüz yanlar**) Güçsüz olunan yanlar neler? Sektördeki mali zorluklar, pazardaki deneyimsizlik, insan kaynakları yetersizlikleri vb. değerlendirin .

O

(**Opportunities-Olanaklar**) Yat turizmi'nde hangi olanaklar mevcut ? Mali destekler , devlet destekleri, İzmir'in coğrafi konumu vs. gibi İzmir ve çevresinde yat turizmini geliştirecek olanaklar.

T

(**Threats-Tehlikeler**) Gelecekte İzmir'deki yat turizmini hangi tehlikeler bekliyor ? Yat turizminin gelişmesine engel olacak hususlar nelerdir ?

**Size İzmir’de Yat Turizmi’nin aşağıdaki konularla ilgili durumu nedir ?
Lütfen yazınız .**

FIRSATLAR

TEHDİTLER

GÜÇLÜ YÖNLER

ZAYIFLIKLAR

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Günay İLDIRIMLI

Doğum Yeri : Azerbaycan

Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu :

Lisans Öğrenimi : Kafkaz Üniversitesi, Azerbaycan

Yüksek Lisans Öğrenimi : Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi. Burdur

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi :

Türkçe (çok iyi) , İngilizce (orta) , Rusca(zayıf).

İs Denevimi :

Rabite Bank

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar

Yok.