T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS DÖNEM PROJESİ

GELECEĞİN TURİZM ANLAYIŞINDA KRUVAZİYER TURİZM UYGULAMALARI

ENDER GÖRGÜN

PROJE DANIŞMANI
YRD. DOÇ. DR. NEVİN ALTUĞ

EDİRNE 2011

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
TEZSİZ YÜKSEK LİSANS
PROJE ÇALIŞMASI

ENDER GÖRGÜN tarafından hazırlanan **"GELECEĞİN TURİZM ANLAYIŞINDA KRUVAZİYER TURİZM UYGULAMALARI"** konulu projenin sınavı, Trakya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinin 14.-17. Maddeleri uyarınca **28.06.2011 Salı** günü saat **15.00**'de yapılmış olup, projenin* **BAŞARILI / ~~BAŞARISIZ~~** olarak kabul edilmesine **OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞU~~** ile karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ	KANAAT	İMZA
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	**BAŞARILI**	
Yrd. Doç. Dr. Nevin ALTUĞ (Danışman)	**BAŞARILI**	
Yrd. Doç. Dr. Yasemin KOLDERE	**BAŞARILI**	

*Jüri üyelerinin, proje ile ilgili kanaat açıklaması kısmında Başarılı / Başarısız seçeneklerinden birini tercih etmeleri gerekir.

Proje Adı: Geleceğin Turizm Anlayışında Kruvaziyer Turizm Uygulamaları

Hazırlayan: Ender Görgün

ÖZET

Bu proje çalışmasında, kruvaziyer turizmin tanımı, tarihsel gelişimi, özellikleri anlatılarak, Dünya'da ve Türkiye'de gelişen bir turizm çeşidi olarak öneminden bahsedilmiştir. Dünya'da ve Türkiye'de kruvaziyer turizm ile ilgili istatiksel bilgilerden yararlanılmıştır. Kruvaziyer turizm, faaliyetin yapıldığı alan bakımından deniz temelli bir turizm çeşididir. Hizmet, hem lüks donanıma sahip bir gemi içerisinde hem de geminin uğradığı çeşitli şehir ve limanlarda iki yönlü olarak verilmektedir. Yolcular gemi içerisinde, beş yıldızlı bir konaklama işletmesi kalitesinde konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlence gibi hizmetleri alabilmektedir. Geminin uğradığı ülke, liman ve şehirlerde de çevre gezileri, alışveriş, festival ve kutlamalara katılabilmektedirler.

Dünya üzerinde kruvaziyer gemi seyahatlerinin çeşitli yoğunlukta uygulandığı birçok bölge ve seyir güzergahı bulunmaktadır. Bunlar dünya coğrafyası üzerinde bölgelere ayrılarak incelenebilir. Dünya üzerinde kruvaziyer turizm talebinin en yoğun olduğu bölge Kuzey Amerika'da Karayipler Bölgesidir. Bu bölgeyi Avrupa Bölgeleri izlemektedir. Türkiye üç tarafı da denizlerle çevrili bir ülke olarak kruvaziyer turizm açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. Doğal güzelliği ve zengin kültürel varlıkları ile kruvaziyer gezilere katılan turistlerin beklentilerini karşılayabilecek düzeydedir. Yeterli yatırım ve projelerle desteklendiği, ülkenin farklı bölgelerine de uygun limanlar yapıldığı takdirde, kruvaziyer turizm ülkemizde de büyük gelişme gösterecektir. Geleceğin turizm anlayışında kruvaziyer turizmin büyük bir ilgi merkezi oluşturacağı tahmin edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: deniz, seyahat, liman, coğrafya, yatırım

Name of the Project: Cruise Tourism Practices in The Understanding of The Future Tourism

Prepared by: Ender Görgün

ABSTRACT

In this project study, the importance of cruise tourism is mentioned as a type of tourism in the developing world and in Turkey by being explained the definition, historical development and characteristics of cruise tourism. Statistical information related to cruise tourism in the world and in Turkey were used. Cruise tourism is a marine-based tourism according to the activities in the field variety. Service is provided in two ways: both in luxury-equipped ships and in a range of cities and ports experienced by ship. Passengers in the ship, a five-star hospitality business-quality accommodation, dining, recreation and entertainment services, such as can get. They can attend sightseeing tours, shopping, festivals and celebrations at the ports, cities and countries touched by ship.

There are many regions and route navigations applied to cruise ship trips in various density in the world. These can be examined on the geography of the world by divided into regions. The most intense region of demand for cruise tourism is the Caribbean Region in North America in the world. This region is followed by European regions. Turkey as a country surrounded by seas on three sides has a high potential for cruise tourism. Turkey, with its natural beauty and rich cultural assets,can meet the expectations of cruise tourists participating in field trips. Cruise tourism in our country will show a big improvement as long as supported by adequate investment and built appropriate ports in different parts of the country. In the understanding of the future of tourism, cruise tourism is expected to be a major center of attention.

Key Words: Sea, travel, port, geography, investment

ÖNSÖZ

Ekonomik büyüklüğü, yarattığı istihdam, oluşturduğu sosyo-ekonomik etkiler ile önemli bir sektör olan turizmin en fazla etkileşim içinde bulunduğu sektör şüphesiz ulaştırmadır. Turistik ürün içerisinde, taşıma-ulaştırma hizmetleri, vazgeçilmez bir bileşendir. Ulaştırma ihtiyacı, turistik ürün türlerinin hemen tümünde, turizm hizmetler zincirinin önemli bir halkasıdır. Bu halka, diğer halkaları da birbirine bağlayan karakteriyle vazgeçilmezdir. Ulaştırma araçlarından gemiler ise hem turizm hem de yük ve insan taşımacığında eskiden beri kullanılmaktadır. Denizde gemi seyahatinin kendisi, turistik ürünün odağında bulunmaktadır ve diğer alt bileşenleri ile birlikte bu turistik ürünün adı kruvaziyer turizmdir.

Kruvaziyer turizm, temelinde deniz ve gemi seyahati olan lüks yolcu gemileriyle farklı yerlerdeki liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler topluluğu olarak tanımlanabilir. Kruvaziyer turizm, gemide sunulan her türlü hizmet ve liman ziyaretlerinden oluşan bir turistik ürün olarak diğer ulaştırma ve konaklama hizmetlerinden de yararlanmaktadır. Kruvaziyer gemi seyahati belirli limanlardan başlar. Belirli sayıda limanlar arasında ve belirli sürede sürecek olan seyahatin öncesinde ve sonrasında, katılımcıların ulaşımı ve konaklaması, turistik ürünün diğer bileşenlerdir.

Bu proje çalışmasını hazırlamamda bana öneri ve fikirleriyle sürekli destek veren proje danışmanım ve hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Nevin ALTUĞ'a, proje konusunun seçimi ve hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen hocam, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı Sayın Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN'a, bana çalışmalarım için destek veren ve rehberlik eden, okul müdürüm ve hocam, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü, Sayın Yrd. Doç. Dr. Cengiz DANE'ye, proje çalışmam için gerekli kaynak ve verilere ulaşmamda büyük yardımlarını aldığım emekli Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanı, Sayın Ender BİLAR'a ve her türlü teşvik ve önerileri ile her zaman yanımda olan eşim, Sayın Yrd. Doç. Dr. Nurşen SEÇKİN GÖRGÜN'e teşekkürlerimi sunuyorum.

I. ÖNSÖZ

II. İÇİNDEKİLER

III. TABLOLAR

IV. GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZMİN TANIMI, ÇEŞİTLERİ VE TURİZM İŞLETMELERİ…….3

1.1. Turizmin Tanımı, Önemi ve Özellikleri……...3

1.1.1. Turizmin Tanımı…….3

1.1.2. Turistin Tanımı……...5

1.1.3. Turizmin Önemi……..6

1.1.4. Turizmin Diğer Bilim Dalları ile İlişkisi……7

1.1.4.1. Turizm ve Ekonomi……..7
1.1.4.2. Turizm ve İşletme……8
1.1.4.3. Turizm ve Coğrafya……..8
1.1.4.4. Turizm ve Sosyoloji……..8
1.1.4.5. Turizm ve Psikoloji……...8
1.1.4.6. Turizm ve Hukuk……..9
1.1.4.7. Turizm ve Siyasal Bilimler……...9

1.2. Turizmin Çeşitleri……9

1.2.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri……10

1.2.1.1. Bireysel Turizm……..10
1.2.1.2. Kitle Turizmi……...14
1.2.1.3. Grup Turizmi……..14

1.2.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri……..14

1.2.2.1. İç Turizm……14
1.2.2.2. Dış Turizm……..15

1.2.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizmin Çeşitleri……...15

1.2.3.1. Gençlik Turizmi……..15
1.2.3.2. Yetişkin (Orta Yaş) Turizmi……...16

1.2.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi……...16
1.2.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizmin Çeşitleri……16
1.2.4.1. Sosyal Turizm……16
1.2.4.2. Lüks (Selektif) Turizm……...17

1.2.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizmin Çeşitleri……17

1.2.5.1. Dinlenme (Rekreasyon) Turizmi……17
1.2.5.2. Kültürel Turizm……..17
1.2.5.3. Sportif Turizm……18
1.2.5.4. Dinsel Turizm……18
1.2.5.5. Sağlık Turizmi……18
1.2.5.6. Politik Turizm……19
1.2.5.7. Kongre Turizmi……..19
1.2.5.8. Deniz Turizmi……19

1.3. Turizmin Tarihsel Gelişimi……19

1.3.1. Turizmin Yapı İle İlgili Gelişmesi……20

1.3.2. Turizmin Tarihi Bakımdan Gelişmesi……..21

1.3.2.1. İlk Çağlarda Turizm……21
1.3.2.2. Orta Çağda Turizm……21
1.3.2.3. Rönesans Devrinde Turizm……22
1.3.2.4. Yakınçağda Turizm……22

1.4. Turizm Endüstrisi ve Turizm İşletmeleri……23

1.4.1. Turizm Endüstrisinin Tanımı ve Özellikleri……23

1.4.2. Turizm Arzı ve Turizm Talebi……..25

1.4.3. Turistik Ürün ve Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar……...25

1.4.4. Turizm İşletmeleri……26

1.4.4.1. Ulaştırma İşletmeleri……..27
1.4.4.2. Konaklama İşletmeleri……....27
1.4.4.3. Yiyecek-İçecek İşletmeleri……27
1.4.4.4. Seyahat İşletmeleri……..27
1.4.4.5. Rekreasyon İşletmeleri……28

İKİNCİ BÖLÜM

2. DENİZ TURİZMİ KAPSAMINDA KRUVAZİYER TURİZMİ……..29

2.1. Yatçılık ve Yat Limancılığı……32

2.1.1. Mürettebatlı Yatlar……34
2.1.2. Mürettebatsız Yatlar……..34
2.1.3. Grup Halinde Yat Kiralama……...34
2.1.4. Özel Yatları Kiralama……34

2.2. Günlük Turlar (Guletle Yapılanlar)……34

2.3. Feribot İşletmeciliği……39

2.4. Kruvaziyer Turizmi…….39

2.4.1. Kruvaziyer Turizmin Tanımı……39

2.4.2. Kruvaziyer Turizmin Tarihçesi ve Gelişimi…….42

2.4.3. Çağdaş Anlamda Kruvaziyer Gezisi…….47

2.4.4. Kruvaziyer Turizmin Özellikleri……...47

2.4.5. İnsanların Kruvaziyer Turizmi Tercih Etmesinin Sebepleri…….50

2.4.6. Kruvaziyer Turizm Talebindeki Engeller…….52

2.4.7. Kruvaziyer Turizm Talebinin Yapısı ve İçeriği……54

2.4.8. Kruvaziyer Gemi Tipleri……...58

2.4.8.1. Klasik Okyanus Gemileri……58
2.4.8.2. Çağdaş Kruvaziyer Yolcu Gemileri……58
2.4.8.3. Küçük Gemiler……59
2.4.8.4. Yelkenli Gemiler…….59
2.4.8.5. Nehir Tekneleri……...60
2.4.8.6. Feribotlar…….61
2.4.8.7. Çok Amaçlı Gemiler……...61

2.4.9. Kruvaziyer Gemilerin Büyüklüklerine Göre Sınıflandırılması….61

2.4.10. Kruvaziyer Gemi Tersaneleri……..63

2.4.11. Kruvaziyer Gemilerde Konaklama ve Yolcu Kamarası Tipleri.64

2.4.11.1. Geniş Okyanus Manzaralı Lüks Kamaralar……..65
2.4.11.2. Okyanus Manzaralı Lüks Kamaralar……65
2.4.11.3. Delüks Okyanus Manzaralı Kamaralar…….65
2.4.11.4. Ailelere Özel Okyanus Manzaralı Lüks Kamaralar……..66
2.4.11.5. Promenade Kamaralar……...67
2.4.11.6. İç Yolcu Kamaraları……..67
2.4.11.7. Royal Suit Kamaralar……67

2.4.12. Kruvaziyer Gemilerde Sunulan Hizmetler ve Bölümleri……68

2.4.12.1. Resepsiyon Bölümü……..69
2.4.12.2. Restoran Bölümü……..70
2.4.12.3. Alternatif Restoranlar……70
2.4.12.4. Eğlence Hizmetleri……71
2.4.12.5. Havuzlar……71
2.4.12.6. Spor ve Sağlıklı Yaşam Hizmetleri……...72
2.4.12.7. Çocuklara Yönelik Hizmetler……...72
2.4.12.8. Alışveriş Merkezleri……..73
2.4.12.9. Sağlık Hizmetleri……...73
2.4.12.10. Gazinolar……74
2.4.12.11. İnternet ve Posta Hizmetleri……74
2.4.12.12. Fotoğraf Hizmetleri…….74

2.4.13. Kruvaziyer Gemilerde Güvenlik…….75

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DÜNYA GENELİNDE KRUVAZİYER TURİZMİ…..……..77

3.1. Dünyada Kruvaziyer Turizme Genel Bir Bakış……..77

3.2. Dünya Kruvaziyer Turizm Seyahat Bölgeleri…….79

3.2.1. Kuzey Amerika Bölgesi……79

3.2.1.1. Alaska…….81

3.2.1.2. Karayipler……...82

3.2.1.3. Kuzey Doğu Bölümü……..84

3.2.1.4. Meksika Pasifik Kıyıları (Mexican Riviera)……...84

3.2.1.5. Panama Kanalı……84

3.2.2. Avrupa Bölgesi…….86

3.2.2.1. Batı Akdeniz Bölümü…….87

3.2.2.2. Doğu Akdeniz Bölümü……...88

3.2.2.3. Atlantik Bölümü…….88

3.2.2.4. Baltık Bölümü…….89

3.2.2.5. Nehir Yolcu Taşımacılığı……90

3.2.3. Asya ve Ortadoğu Bölgesi……91

3.2.4. Avustralya ve Yeni Zelanda Bölgesi……91

3.2.5. Diğer Bölgeler (Güney Amerika, Afrika, Pasifik)……92

3.3. Dünya Kruvaziyer Turizminin İstatiksel ve Genel Açıdan Değerlendirilmesi ……..95

3.3.1. Dünya Kruvaziyer Turizminin Genel Değerlendirilmesi…….95

3.3.2. Kruvaziyer Turizme Katılan Yolcuların Özellikleri…….96

3.3.3. Kruvaziyer Turizm Yolcu Tutum ve Davranışları……97

3.3.4. Kruvaziyer Turizmin Ekonomik Etkileri. ……98

3.4. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (Cruise Line International Association, CLIA)…….99

3.4.1. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Seyahat Acentesi Desteği……..99

3.4.2.Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Endüstri Sorumluluğu99

3.4.3. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Ekonomik Yararları100

3.4.4. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Yönetimi…….100

3.4.5. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğine Üye Kruvaziyer Seyahat Acenteleri……100

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE'DE KRUVAZİYER TURİZM…….102

4.1. Türkiye'de Deniz Turizminin Genel Durumu……..102

4.2. Türkiye'de Kruvaziyer Turizm Arzı…….105

4.3. Türkiye'de Kruvaziyer Turizm Talebi……..106

4.4. Türkiye'nin Önemli Kruvaziyer Turizm Limanları……..107

4.4.1. İstanbul, Karaköy Salıpazarı Limanı……..107

4.4.2. İzmir Alsancak Limanı……...109

4.4.3. Kuşadası Limanı…….112

4.5. Türkiye Kruvaziyer Turizm Sektöründe Sorunlar ve Çözüm Önerileri……113

V. SONUÇ

VI. YARARLANILAN KAYNAKLAR

TABLOLAR

Tablo.1 Dünya'da ve Türkiye'de Turizm 2009 (Belge 1) ……..11

Tablo.2 Dünya'da ve Türkiye'de Turizm 2009 (Belge 2) ……..12

Tablo.3 Dünya'da ve Türkiye'de Turizm 2009 (Belge 3) ……..13

Tablo.4 Ülkemize Limanlarına Gelen Sarı Bayraklı Yatların Bandıralarına, Cinslerine ve Yıllara Göre Dağılımı ……36

Tablo.5 Ülkemiz Limanlarına Sarı Bayraklı Yatlarla Gelen Yolcu ve Mürettebatın Milletlerine ve Yıllara Göre Dağılımı ……...37

Tablo.6 Dünya Üzerinde Kruvaziyer Turizme Katılanların Ülkelere Göre Dağılımı (2009) ……56

Tablo.7 Dünya Üzerinde Yıllık Kruvaziyer Yolcu Büyüme Trendi ……..57

Tablo.8 Kruvaziyer Yolcu Gemilerinin Büyüklüğüne Göre Sınıflandırılması ……..62

Tablo.9 Dünyanın Kullanımda Olan En Büyük Kruvaziyer Gemileri (2011) ……....64

Tablo.10 Dünya Kruvaziyer Yolcu Talebinin Yoğunlaştığı Bölgeler ……78

Tablo.11 Amerika Birleşik Devletleri'nin Kuzey Amerika Kruvaziyer Turizm Pazarına Ekonomik Katkıları (2005-2008)…….....80

Tablo.12 Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Taşıt Araçlarına Göre Dağılımı …….103

Tablo.13 İstanbul, Karaköy Salıpazarı Limanı'nın 2005-2009 Yılları Arası Gemi ve Yolcu Durumu ……..108

Tablo.14 2007 Yılında İzmir Alsancak Limanı'na Gelen Yolcuların Ülkelere Göre Dağılımı ……..111

Tablo.15 Kuşadası Limanı'nda 2005-2008 Yılları Arasında Yolcu ve Gemi Ziyaretleri ……113

GİRİŞ

Geçmişten günümüze gelen süreç içerisinde, insanlık ve medeniyetler tarihini incelediğimizde, çeşitli doğal ve sosyal sebepler nedeniyle, toplumların devamlı bir şekilde hareket ve yer değiştirme durumunda oldukları görülmektedir. Bu yer değiştirmelerin, bir yerden başka bir yere ulaşma, keşfetme çabalarının temelinde ilk önce, zorunlu ihtiyaçların karşılanması, bireysel ve kitlesel yaşamın devam ettirilmesi nedenleri yer almaktadır. İnsanlar, yeme-içme, barınma, korunma, yiyecek ve içecek kaynaklarına yakın olma, bu bölgeleri ele geçirme gibi sebeplerle devamlı bir hareket içinde olmuşlardır. Daha sonraları toplu yaşama geçildiğinde kurulan ilk şehirlerle birlikte, tarım ve buna bağlı olarak ticaret ihtiyacı bu gezilerin temel nedenlerini oluşturmuştur. Bunlarla birlikte insanlık tarihi boyunca yaşanan savaşlar birçok kişi ve toplumu bulunduğu yeri terk etmek zorunluluğunda bırakmıştır.

Turizm, günümüzde yılda yaklaşık bir milyar insanın içinde olduğu dünya çapında dev bir faaliyetler toplamıdır. Her geçen yıl içerisinde de bu faaliyetlere katılan insan, ülke ve bölge sayısı artmakta ve ekonomik açıdan da cazibesini büyütmektedir. Ülke ekonomileri açısından ödemeler dengesine büyük çapta olumlu katkı yapmakta, milli geliri ve istihdamı arttırıcı yönüyle de büyük ekonomik önem arz etmektedir. Turizmin bu artan potansiyeli karşısında özellikle büyük ekonomik gücü ve turizm varlıkları olan ülkeler, artan turizm gelir pastasından daha fazla pay elde etmek için organize olmaya, rekabet koşulları çerçevesinde öne çıkmaya çalışmaktadırlar. Turizm faaliyetlerine katılan milyonlarca insanın istek ve beklentileri doğrultusunda diğerlerinden daha farklı ve kaliteli, organize hizmetler sunmaya gayret göstermektedirler. Günümüzde değişen sosyal ve kültürel toplum yapısı, artan tüketici istek ve arzuları, gelişmekte olan ulaşım sektörü ve artan toplum satın alma gücü ile refah seviyesi nedeniyle daha çok selektif turizm anlayışı ön plana çıkmaya başlamıştır. İnsanlar artık klasik turistik ürünleri satın almaktan daha çok yeni hizmet ve destinasyonlara yönelmektedirler. Bu hizmetleri sunabilen ve organize bir biçimde birleştirebilen ülke ve firmalar rekabet açısından bir adım öne çıkabilmektedir.

Bu çalışmamın ana temasını oluşturan kruvaziyer turizm, bir beş yıldızlı otelden bile daha zengin donanımlı konaklama, yeme-içme, eğlence, spor, alış-veriş imkanı sunabilen gemilerle, belirli süreler içerisinde, daha önceden planlanmış limanlara ve şehirlere yapılan ziyaretleri kapsamaktadır. Özellikle dünya üzerinde Amerika ve daha sonra da Avrupa'da kruvaziyer turizme yükselen bir talep eğilimi oluşmuştur. Kruvaziyer turizmi hem bir otelin sunabileceği imkanlardan yararlanılabilmesi, hem de aynı zamanda değişik ülke, bölge ve şehirlerin gezilebilmesi yani çift yönlü hizmet sunabilmesi nedeniyle cazip bir sektör haline gelmiştir. Fakat sunulan hizmetin çeşitliliği ve kalitesiyle beraber maddi açıdan diğer turizm ürünlerine göre pahalı oluşu sebebiyle de daha çok ekonomik gücü yüksek müşteri grubuna hitap etmektedir. Yine de kruvaziyer turizmi uygulayan firmaların satış çabaları, gemilerin sayısının artması, artan gelir ve refah seviyesi sayesinde günümüzde daha çok insan bu hizmetlerden yararlanabilmektedir.

Dünya üzerinde ve ülkemizde, gelişen ve yükselen bir yol izleyen kruvaziyer turizmi konu edindiğim proje çalışmam dört ana bölümden oluşmakta. Proje çalışmamın ilk bölümünde, turizm kavramının anlam ve önemine değinerek, turizmin geniş bir faaliyetler zinciri olarak toplum yaşamındaki etkilerini, tarihsel gelişimini, sosyal bir faaliyet olarak diğer sosyal bilimlerle olan ilişkisini, insanların beklentilerine uygun olarak turizme yönelme biçimlerini ve bu nedenle ortaya çıkan turizm çeşitlerini, turizm arzı ile turizm talebinin özellik ve sosyal yaşamdaki etkilerini ve turizm etkinlik ve faaliyetlerinin uygulanması amaçlı olarak turistlere bu hizmetleri sunan ve bundan ekonomik ve sosyal fayda sağlamayı amaç edinen turizm işletmeleri ele alınmıştır.

İkinci bölümde, deniz turizminin tanımı ve önemine değinerek, deniz turizmi içerisinde önemli bir yer tutan kruvaziyer turizmin tanımı, özellikleri, tarihsel gelişimi, insanların kruvaziyer turizme yönelme sebepleri ve çekinceleri, kruvaziyer turizm arz ve talebinin özellikleri, kruvaziyer gemilerde verilen yolcu hizmetleri, gemi ve kamara tipleri ile gemilerde yolcu ve mürettebat güvenliği için uygulanan yasal ve modern güvenlik önlemlerine yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, dünya üzerinde yapılan kruvaziyer turizm faaliyetlerini ele aldım. Dünya üzerinde kruvaziyer turizm faaliyetlerini genel açıdan değerlendirerek, kruvaziyer turizm arz ve talebinin nasıl oluştuğunu, dünya üzerinde kruvaziyer turizmin yoğunlaştığı bölge, şehir ve limanları ve bu bölgelere olan sosyal, ekonomik ve kültürel katkılarını, uluslararası en büyük kruvaziyer birliği olan Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği'nin (Cruise Lines International Association, CLIA) yapısı, içeriği ve amacını açıklanmıştır.

Dördüncü bölümde, Türkiye'de kruvaziyer turizm çalışmalarına yer vererek, ülkemizin kruvaziyer turizm potansiyelini, kruvaziyer turizm arz ve talep yapısını, önemli kruvaziyer turizm limanlarını ve ülkemizin kruvaziyer turizm açısından sorunlarını ve çözüm önerileri yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZMİN TANIMI, ÇEŞİTLERİ VE TURİZM İŞLETMELERİ

Turizm faaliyetleri toplumların yaşamını etkileyen bir sosyal olaylar bütünüdür. İnsanlar, turizm olayının içine girdikleri andan itibaren, doğrudan veya dolaylı olarak birçok farklı yönden etkileşim içinde bulunurlar. Bu etkileşim toplumları sosyal, ekonomik ve hukuksal açıdan önemli derecede etkiler ve gelişimine katkıda bulunur. Turizmin tanımı, çeşitleri ve turizm faaliyetlerinde hizmeti gerçekleştiren turizm işletmeleri şu şekilde açıklanabilir:

1.1. Turizmin Tanımı, Önemi ve Özellikleri

Turizmin tanımı, önemi ve temel özellikleri açısından ele alındığında, bu ifadeler şöyle açıklanabilir:

1.1.1. Turizmin Tanımı

Günümüzde milyonlarca insan günlük yaşamlarını devam ettirdikleri yerlerden geçici süreler için başka yerlere hareket etmektedirler. Bu hareket ve yer değiştirme faaliyetleri içerisinde deniz, hava, kara ve demiryolu ulaşım hizmetlerinden yararlanılmakta, varılan yerlerde ise çeşitli konaklama tesislerinde ikamet edilmektedir. İş, eğlence, gezi, değişik yerleri görme amaçlı olan bu hareket ve davranışlar yaşadığımız yüzyıla özgü bir olay olarak görülse de bu yer değiştirmelerin aslında insanlık tarihi kadar eski olduklarının farkına varılabilir. İnsanlar yüzyıllar boyunca çeşitli neden ve amaçlarla bulundukları yerlerin dışına çıkarak devamlı bir hareket içinde olmuşlardır. Dinamik bir yapıya sahip olan bu hareketler ve davranışlar, tarih boyunca değişik diller ile kültürlerde değişik kavramlarla ifade edilmektedir. Bu dinamik olayların gelişimi ve birçok terimin doğurduğu karışıklık neticesinde tüm dikkatler tek bir sözcük üzerinde toplanmıştır. Bu sözcük "Turizm"dir. Turizm kelimesi insanlık tarihi boyunca süregelen bu hareketlerin ve yer değiştirmelerin modern anlamda karşılığı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm kelimesinin kökeni Latince "tornus" kelimesinden gelmektedir. Latince "tornus" kelimesi bir dönme hareketini ifade eder. Tornus, anlamındaki ince farka rağmen temelde değişmemek üzere batı dillerine girmiştir. Örneğin, İngilizce'de "tour" ve "touring" deyimleri bu kelimeden ortaya çıkmıştır. Tour, dairevi bir hareketi, bazı site ve yörelerin ziyaretini, iş veya eğlence amacı ile yapılan yer değiştirme hareketlerini ifade eder. Touring, deyimi ise, zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır. Fransızca'da "tour" ve "tourner" kelimeleri de Latince "tornus" kelimesinden türetilmiştir. "Turne" kelimesi dilimizde dönmek ve döndürmek anlamlarına gelmektedir. "Tur" ise dönme hareketleri ve gezintiler için kullanılmaktadır. Diğer bir deyişle, hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatleri ifade eder (Olalı, 1986:5).

Turizm kavramı üzerinde birçok değişik özel ve teknik tanım yapılmış olmasına karşın olayın tam içeriğini anlatan net bir ifade şekli yapılamamıştır. Bunun nedeninin turizmin öznesinin insan olmasından ve sosyal, psikolojik, ekonomik, politik unsurların bir araya gelmesinden kaynaklandığını söylenebilir. Olaya değişik yönlerden değinen yazarlar, değişik tanımlar yapmışlardır. Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında modern anlamda ilk turizm tanımı ortaya atılmıştır. "Turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinmeleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay" şeklinde tanımlanmıştır (Kozak, 2001:1).

Turizmin sadece ekonomik yönü üzerindeki tartışmaları başlatan kişi ise 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar olmuştur. Yazar; "başka bir ülkeden şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü" olarak turizmi tanımlamakta ve olayın sosyal-kültürel yönünden söz etmektedir (Kozak, 2001:2).

Literatüre bakıldığında ise, bugünkü çağdaş anlamda turizm tanımının ilk olarak ikinci dünya savaşı döneminde İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından kaleme alındığını görülmektedir. Bu tanıma göre; "turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü" şeklinde açıklanmıştır. Bu tanım, daha sonra Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST) tarafından da kabul edilmiştir (Bahar, 2010:29).

1980'li yıllarda Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti turizmin tanımını yeniden düzenleyerek "insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zaman olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü" şeklinde tanımlanmıştır (Kozak, 2001:4).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ise, turizmi şöyle tanımlamaktadır: "Turizm, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşıda bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür" (www.unwto.org).

Dünya üzerindeki birçok resmi kurum ve kuruluş kendi anlayış ve birikimlerine göre değişik turizm tanımları yapmışlardır. Türkiye'de ise Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan turizm tanımı şöyledir (www.kultur.gov.tr/turizm.html); "İkamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetlerdir. Ülke içindeki seyahatler 6 ay, yurtdışına yönelik seyahatler ise 12 aydan az olmalıdır." Bir başka tanımda turizm, "tatil amaçlı olarak evinden bir veya birkaç gece uzakta kalmak, arkadaş ve akrabaları ziyaret etmek, iş, eğitim ve devamlı kalma amaçlı olmayarak yapılan gezilerdir (Cartwright ve Baird, 1999:11).

Günümüzde turizm olayını tanımlamak için en önemli unsur, turizm olayının kapsamı içinde bulunan faaliyet ve hizmetlerden yararlanmaktır. Kişi, turizm hizmetlerini kapsayan bir faaliyeti (konaklama, seyahat, yeme-içme, eğlence) satın alıyor ve faydalanıyorsa turizm olayının içinde yer alıyor demektir (Nergiz, 2009:21).

1.1.2. Turistin Tanımı

Dünya üzerinde turizmin öneminin gittikçe artması, ülkeler ve ekonomileri açısından büyük bir gelir kaynağı oluşturması, turizm olayını meydana getiren ana unsur olan "turist" kavramına da açıklık getirilmesini zorunlu kılmıştır. Turizm hareketlerini, hacmini ve potansiyelini net bir biçimde belirleyebilmek için turistin tanımının açık bir şekilde yapılması gereklidir. Çünkü bütün turizm aksiyonlarında insan unsuru belirleyici rol oynamaktadır.

Tarihsel açıdan ele alındığında, turist tanımlarının birbirleriyle bağımsız olarak yorumlanıp, açıklandığı ortaya çıkmaktadır. Turist kelimesinin kökeninin yine turizm kelimesi ile aynı olduğunu Latince "tornus", İngilizce'de ise "tour" kelimelerinden türetilmiş olduğu görülebilir.

Turist, turizm olayına katılan ve yön veren, sürekli yaşadığı yeri ticari kazanç dışı sebeplerle geçici olarak terk edip seyahat eden ve konaklayan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı ile tüketimde bulunan kişidir (Usta, 1995:18).

Turist, turizm tanımındaki özelliklere uygun olarak, belirli bir süre için seyahat eden, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan veya bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapan, mali gücü ve zamanı sınırlı olan, rahatına düşkün, geleneklerini koruyan insandır (Olalı, 1986:10).

Turist, sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir (Kozak, 2001:5).

Başka bir tanıma göre, sürekli yaşadığı yer dışına psikolojik tatmin amacıyla geçici bir süre için çıkan ve tüketici olarak seyahat eden, konaklayan ve daha sonra yaşadığı yere geri dönen kişiye turist denir (Alaca, 1997:2).

Türkiye'de 1996 tarihinde "22747 sayılı Seyahat Acenteleri Yönetmeliğinde" turistin tanımı şu şekilde yapılmıştır: "Para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir" (Kozak, 2001:7).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ise turisti, "her zamanki ortamı dışında yerlerde kalmak şartıyla, en az 24 saat süreyle, iş amaçlı olmayacak şekilde, eğlence, gezi amaçlı yapılan seyahatlerdir" şeklinde tanımlamaktadır (www.unwto.org).

Bu tanımlar neticesinde turistin temel özellikleri şöyle açıklanabilir:

- Turist, turizm olayının öznesidir. Ona katılan ve yön veren kişidir.
- Turist, sürekli yerleşme amacı olmaksızın, eğlenme, dinlenme, sağlık, din veya boş zamanlarını değerlendirme gibi ticari kazanca yönelik olmayan sebeplerle seyahat eden insandır.
- Bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif sebeplerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler de turist olarak kabul edilirler.
- Turist, temel amacı psikolojik tatmin olan, seyahati süresince ekonomik anlamda tüketici sayılan, normal düzeyde mali güce sahip, zamanı sınırlı olan bir kişidir.

1.1.3. Turizmin Önemi

Dünyada önemi sürekli artan ve günümüzde büyük boyutlara ulaşan turizm hareketleri, insanların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına doğrudan ve dolaylı olarak, belli bir süre için cevap verebilen en etkili faaliyetlerden biri haline gelmiştir.

Ülkelerin, uluslararası turizm hareketlerinden daha fazla pay elde etmek için çaba harcamalarının temel sebebi, bir yandan turizmin milli ekonominin gelişmesine katkısı, diğer yönden de ülkede toplumsal refah düzeyinin yükselmesine yaptığı çok önemli olumlu yöndeki etkilerdir. Bu sebeple, ulusal ve uluslararası boyutlardaki turizm hareketleri, ekonomiyi, kültürü ve toplumu geniş boyutlarda etkileyerek, beraberinde ülkeye çok yönlü yararlar sağlamaktadır.

Turizm, ülke içinde mevcut potansiyel işgücüne yeni ve geniş istihdam alanları yaratarak, özellikle iklim, doğal ve kültürel zenginliğinden başka geçim kaynakları bulunmayan, yeterince gelişememiş ve istihdam alanları sınırlı kalmış ülkeler açısından (Birleşik Arap Emirlikleri, Maldivler) büyük önem taşımaktadır. Ülkelerdeki işsizlik sorunun çözümüne olumlu katkılarda bulunmaktadır. Görüldüğü gibi, turizm kendisiyle beraber birçok sektörü de (ulaşım, tarım, inşaat, el sanatları) olumlu yönde etkileyerek ülke ekonomileri için hem gelir hem de bir istihdam kaynağıdır. Böylece turizm kendisiyle beraber dolaylı ve dolaysız yoldan katkıda bulunduğu tüm sektörlerle bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınma, gelişim ve küresel intibak sürecine çok yönlü yardımcı bir faaliyet alanıdır.

Turizmin önemi kısaca aşağıdaki maddelere göre açıklanabilir (Usta, 1995:13):

- Küresel boyutta tüm dünyada yaşayan insanları ilgilendiren bir üretim ve tüketim olayıdır.
- Turizm, sağladığı döviz girdileri ile dış ödemeler ve dış ticaret dengelerini düzeltici bir sektördür.
- Milli gelire katkı sağlayan ve ülke ekonomisini geliştiren bir hizmet sektörüdür.
- İş ve istihdam sağlayıcı bir özelliği vardır.
- Doğal, kültürel ve sosyal çevreyi korumanın ve geliştirmenin etkili bir aracıdır.
- Toplum olarak gelişmenin itici ve sürükleyici bir elemanıdır.

1.1.4. Turizmin Diğer Bilim Dalları ile İlişkisi

Turizm, sağladığı yararlarla tüketiciyi, üreticiyi, toplumu ve milli ekonomiyi ilgilendiren büyük boyutlu ve özellikle günümüzde tamamen küresel bir olaydır. Bu olay, insanların seyahat ve geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili olduğundan sosyal bir nitelik taşır. Sosyal olaylar ise sosyal bilimlerin konusu olduğundan turizm de sosyal bir bilimdir. Bunun neticesinde diğer sosyal bilim dallarını da çok yönlülüğü ile etkilemesi kaçınılmazdır. Turizm ve diğer sosyal bilim dalları insanların ve ülkelerin yaşamlarına yön verir ve birbirleriyle sürekli iletişim içindedirler.

1.1.4.1. Turizm ve Ekonomi

Turizm, boş zamanın ve tasarrufun nasıl kullanılacağına ilişkin ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, dışsatım ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan bir sosyo-ekonomik olaydır. Özellikle yirminci yüzyılın başlarından itibaren başlayan ekonomik ve sosyal gelişmeler, gelir ve refah seviyesinin artması, çalışanlara ücretli izin ve tatil imkanlarının verilmesi, turizmi ülke ekonomileri açısından önemi hızla artan bir faaliyet niteliği konumuna getirmiştir.

Turizm, her şeyden önce ülkeler açısından ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan bir görünmeyen dışsatım kalemidir. Turizm, bu anlamda ülke içinde perakende fiyatlarla yapılan mal ve hizmet dışsatımı olarak kabul edilebilir. Bu alana yapılan yatırımlar oransal olarak çok yüksek düzeyde döviz getirisi sağlarlar. Otomasyon ve mekanizasyon imkanları sınırlı bir sektör olan turizm endüstrisinde istihdam/yatırım oranı da genel olarak yüksektir. Turizm, yarattığı uyarıcı etkiler nedeniyle diğer sektörlerde de (ulaşım, yiyecek-içecek, tarım, iletişim, inşaat) istihdam ve gelir düzeylerini yükseltir (Usta, 1995:98).

Kişinin, turizm hareketlerine katılmaya karar vermesinde etkisi olan unsurlardan birisi de ekonomik değişkenlerdir. Bu, mikro ekonominin konusu olmaktadır. Boş zamanların hangi tüketim amacına ne oranda ayrılacağı, yine çeşitli ihtiyaçlara elde edilen gelirin nasıl dağıtılacağı ve boş zaman tüketimi ile turizme ne kadar gelir tahsis edileceği, turizm olayının alacağı biçim iktisadi analize konu olacaktır. Geniş anlamda ise, toplumda ne kadar kişinin turizme katılacağı, ne kadarının geceleme yapacağı, hangi mal ve hizmetlerin talep edileceği, harcamanın hangi bölgelere yöneleceği gibi konular ekonomi biliminin ilgi alanına girmektedir.

1.1.4.2. Turizm ve İşletme

Turizm olayı, konaklama, yeme-içme, seyahat işletmeleri ve benzeri turizm kuruluşları açısından ele alındığında, işletmecilik bilimiyle ortak bir çalışma alanı doğmaktadır. Turizm alanında yatırım kararları ve projelerin değerlendirilmesinden başlayarak, turizm işletmelerinin kurulması, yönetilmesi, finansman, pazarlama, üretim ve personel yönetimi gibi konular "turizm işletmeciliği" konusu olarak

işletmecilik biliminin alt çalışma, inceleme ve araştırma alanını oluşturmaktadır (Usta, 1995:16).

Günümüzde otel, lokanta, seyahat acentesi ve benzeri turizm işletmelerinin etkin bir biçimde faaliyetlerini yürütebilmeleri ve turizmden beklenen yararları sağlayabilmeleri açısından, işletme bilimi içinde geliştirilen çeşitli yöntem, bilgi ve tekniklerinin büyük önemi bulunmaktadır.

1.1.4.3. Turizm ve Coğrafya

Bölgelerin, coğrafik yapı ve özelliklerini, iklim durumunu, doğal faktörleri ve beşeri kaynakları inceleyen bir bilim dalı olan coğrafya, bir mekan içinde oluşan ve mekanla çok sıkı ilişkisi bulunan turizm olayı ile yakından ilgilenmektedir. Bu iki bilim dalı arasındaki yoğun ilişki, "turizm coğrafyası" adı altında bir alt bilim dalının oluşmasına ve gelişmesine yol açmıştır (Kozak, 2001:9). Turizmin mekana yayılış özellikleri, mekan üzerindeki etkileri, turistik yer ve bölgelerin tespiti ve gruplandırılması, arazi kullanımının belirlenmesi ve korunması, gerekli önlemlerin alınması, coğrafyanın ilgi alanı içindedir. Turizmin belirli bir coğrafyada gerçekleşmesi, ikisi arasındaki yakın ilişkiyi ortaya koymaktadır.

1.1.4.4. Turizm ve Sosyoloji

Turizm, birbirinden farklı yapılara sahip toplumların birbiriyle ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasında etkileşime yol açan sosyal bir olaydır. Turistlerin yabancı bir ülkeye gelmesiyle doğan sosyal etkileşim, turizm olayını yaratan sosyolojik faktörleri ve turizmin yol açacağı sosyal etkileri inceleyen bilim adlı ise "Turizm Sosyolojisi" olarak tanımlanmaktadır. Böylece, turizm etkinliklerinden kaynaklanan çeşitli toplumsal olaylar, turizmin ana unsuru olan insanların bireysel ve grup halindeki davranışları, bunların yapısal bağlantıları, gelişme ve değişme eğilimleri turizm sosyolojisinin çalışma konularıdır.

1.1.4.5. Turizm ve Psikoloji

Turizm olayının öznesi ve odak noktası insandır ve turizm etkinliklerine katılmada temel itici güç, psikolojik tatmin arayışıdır. Bu sebeple, turizm ilgili olarak yapılan inceleme ve araştırma çalışmalarında, insan davranışlarıyla ilgili olduğundan dolayı psikoloji bilimine de büyük gereksinim duyulmaktadır. İnsanların tatil ve seyahatlerle ilgili amaç ve beklentileri, turizm faaliyetlerine katılmakla sağladığı tatmin düzeyi, tatil ve seyahat süresince gösterdiği tutum ve davranışlar, yabancı insanlarla kurduğu ilişkiler ve ilişki kurma tarzları, bu iletişim sürecinin nedenleri ve sonuçları psikoloji biliminin inceleme konuları arasına girmektedir. Bu bilimin bulguları, insan olarak turisti tanımada, davranışlarını kavramada, istek ve arzularını, olumlu ve olumsuz düşüncelerini anlamada, pazarlama ile reklam çabalarının etkinliği arttırma açısından turizm işletmelerine büyük yararlar sağlamaktadır (Kozak, 2001:10).

1.1.4.6. Turizm ve Hukuk

Toplum düzenini sağlayıcı kuralları belirleyen hukuk bilimi, toplumun birçok kesimini ilgilendiren turizm olayı ile çok yönlü olarak ilişki içindedir. İnsanların seyahat ve geçici konaklamalarından doğan ilişkiler, olaylar ve bunların doğurduğu sorunlar yeni bir yasal düzenlemeyi zorunlu kılmaktadır. Turizm faaliyetlerinin uluslararası boyutta gerçekleşen bir faaliyetler zinciri olması da düzenlemelerin aynı zamanda tüm dünya ülkelerini ilgilendiren hukuksal bir yapıya bağlanması zorunluluğunu oluşturmaktadır. Bu zorunluluk bir taraftan kitle turizminin gelişmesi ile birlikte daha da artarken, diğer taraftan sayıları giderek artan büyük ölçekli seyahat ve konaklama işletmeleri de iş, ticaret ve vergi hukuku alanlarında yeni düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır (Olalı, 1986:4).

1.1.4.7. Turizm ve Siyasal Bilimler

Turizm olayına katılan milyonlarca insanın değişik ülkelere seyahat etmesi ve geçici sürelerle de olsa bu ülkelerde yaşaması, uluslararası siyasal ilişkileri birçok yönde etkilemektedir. Turizm, toplumların birbirini tanımasını, karşılıklı anlayış, işbirliği ortamının doğmasını ve giderek çeşitli alanlarda yakınlaşmanın artmasını sağlar. Uluslararası turizmin siyasal ilişkileri etkilemesinin yanı sıra, siyasal sistemler ve olaylar da turizm hareketini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Bölge veya toplumlar arasında meydana gelen çeşitli siyasi olaylar, esnek bir talep yapısı olan turizm endüstrisini yakından etkilemektedir. Turizmin aynı zamanda dünya barışı üzerinde de çok önemli olumlu etkileri olduğu birçok sosyal kurum ve yapılan araştırmalarla da belirtilmektedir (Usta, 1995:15).

1.2. Turizmin Çeşitleri

Turizm sektöründen yararlanan kişilerin seyahat sebepleri, seyahat türleri, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer hizmetlerden beklentileri, gelir düzeyleri, zevkleri birbirinden son derece farklıdır. Bu nedenlerden dolayı, turizm ürün ve hizmetlerini sunan turizm endüstrisine dahil işletmelerde çok farklı yapı göstermektedirler. İnsan ihtiyaçlarının gelişen sosyal yapı ve teknolojiye ile hızlı bir değişim göstermesi de satış ve pazarlama çalışmaları açısından sürekli ve yeni beklentileri karşılama ihtiyacı doğurmaktadır. Turistlerin talep ettikleri turizm çeşitlerinin sınıflandırılması ve açıklanması da bir gereklilik olmuştur.

Turizmin çeşitleri konusunda pek çok kaynakta çoğu zaman birbirlerinden farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Bunun başlıca nedeni, turizm çeşitleri arasında yakın ilişkiler olması ve kendi aralarında kesin çizgilerle ayrılmamalarıdır. Turizmin sınıflandırılmasının yararı, temelde turistlerin birbirinden farklı amaçlarla turizm olayına katılmaları sebebiyle turizmde ürün çeşitlemesine gidilerek, istekler doğrultusunda özgür seçim yapabilmelerini sağlamaktır.

Turizmin başlıca tip ve şekilleri bakımından çeşitleri şöylece sıralanabilir:

1.2.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Bu şekilde yapılan sınıflandırmada turizm hareketlerine katılan bireylerin sayısı dikkate alınmaktadır. Bu tür ayrımda, tek kişi olarak katılımlara "bireysel", aralarında ortak amaçlarla katılımlara "grup", birbirleriyle ilişkisi olmayan büyük grupların gerçekleştirdiği katılımlara da "kitle turizmi" denilmektedir.

1.2.1.1. Bireysel (Ferdi) Turizm

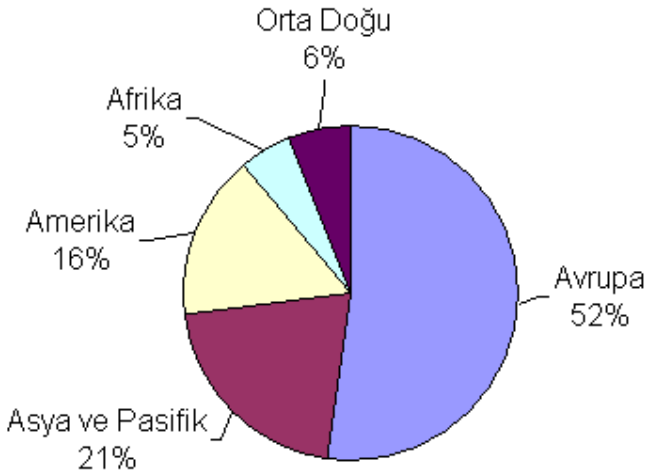
Bu turizm çeşidinde katılım bireysel yani tek başına, herhangi bir insan topluluğuna bağlı olmadan, kişisel amaç ve beklentilerle yapılan katılım şeklidir. İnsanlar yeni yerler görme ve keşfetme, macera arama gibi nedenlerle kişisel duygularını tatmin etmek için turizm faaliyetlerine katılırlar. Bireysel olarak turizme katılanlar toplumsal açıdan bir değerlendirmeye alındığında, bunların genellikle üst gelir grubunda yer alan kişiler, öğrenciler oldukları görülmektedir. Bireysel olarak katılanlar bölge olarak incelendiğinde ise, genellikle sosyal ve ekonomik açıdan gelişmiş Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinden oldukları görülebilir. Günümüzde artan seyahat, iletişim ve ekonomik imkanlar, insanları küreselleşen dünyamızda daha çok bireysel turizme katılmaya teşvik etmektedir.

Tablo1 incelendiğinde, 2009 yılı içinde dünya genelinde turizm faaliyetlerine katılanların sayısının 2008 yılına göre % 4.3 azalarak 880 milyon kişiye düşmüş olduğu görülmektedir. Yine 2009 yılında, toplam turizm gelirlerinin de 2008 yılına göre % 9.6 azalarak 852 milyar dolara gerilediği anlaşılmaktadır. Bu düşüşlerin başlıca nedenleri arasında, dünya üzerinde yaşanan küresel ekonomik krizin etkilerinin turizm sektörüne yansımasının olduğu söylenebilir. Yine aynı tabloda, turist gelişleri açısından Avrupa'nın ilk sırada olduğu görülmektedir. Dünyadaki turist akışının yarısından fazlası (% 52) 460 milyon turist ile Avrupa Kıtasına olmaktadır. Avrupa'yı, 181 milyon kişi ile Asya ve Pasifik, 140 milyon kişi ile de Amerika Kıtası takip etmektedir. 2009 yılında turizm gelirleri ve girişleri açısından yine en büyük kayıp Avrupa Kıtasında yaşanmıştır. Tablo 2'de yer alan bilgilere göre, Türkiye'de ise, gelen turist sayısı açısından 2008 yılına göre % 2.81'lik bir artış yaşanmış ve 2009 yılında Türkiye'yi 27.077.114 kişi ziyaret etmiştir. 2009 yılında Türkiye'nin turizm gideri de 4.145.740 dolar olarak gerçekleşmiştir. Tablo 3 incelendiğinde, 2009 yılında dünya üzerinde en çok yabancı turist ağırlayan ülkenin 74.2 milyon kişi ile Fransa olduğu görülmektedir. Türkiye ise, 25.5 milyon kişi ile yedinci sırada yer almaktadır. Turizm gelirleri açısından bakıldığında, ABD'nin 94.2 milyar dolar ile ilk sırada yer aldığını, Türkiye'nin de 21.3 milyar dolar ile dokuzuncu olduğu görülmektedir. ABD, turizm harcamaları bakımından en yüksek harcamanın yapıldığı ülke konumundadır. Türkiye'de ise, bir yabancı turistin ortalama harcaması 745 dolardır.

Tablo 1. Dünya'da ve Türkiye'de Turizm 2009

- 2009 yılında dünyada uluslararası turist gelişleri, 2008 yılına göre **%4,3** gerileyerek **880** milyona düşmüştür.
- 2009 yılında tüm dünyadaki uluslar arası turizm gelirleri 2008 yılına göre **%9,6** azalma göstermiş ve **852** milyar dolar olmuştur.

Uluslararası turist gelişleri 2009



- Dünyadaki turist akışının yarısından fazlası, **460** milyon turist ile Avrupa'ya olmaktadır.
- Avrupa'yı;

  Asya ve Pasifik (**181 m**), Amerika Kıtası (**140 m**), Orta Doğu (**53 milyon**), ve Afrika (**46 milyon**)

  izlemektedir.

- 2009 yılında turizm gelirleri;
  - o Avrupa'da **% -6,6**
  - o Asya ve Pasifik'te **% -1,2**
  - o Amerika'da **% -9,6**
  - o Orta Doğu'da **% -3,0**

  Değişim göstermiştir.

- 2009 yılında turist girişleri;
  - o Avrupa'da **% -5,6**
  - o Asya ve Pasifik'te **% -1,7**
  - o Amerika'da **% -4,7**
  - o Afrika'da **% 3,0**
  - o Orta Doğu'da **% -5,4**

  Değişim göstermiştir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm Raporları 2009, www.kultur.gov.tr/TR/belge/1

Tablo 2. Dünya'da ve Türkiye'de Turizm 2009

- Kötüye gitmekte olan dünya ekonomisi, petrol fiyatlarının artması ve kur farklarındaki ani oynamalar sebebiyle Avrupa başta olmak üzere tüm dünyada turizmin büyümesinde bir gerileme olmuştur.
- Türkiye bir önceki seneye göre gerek gelir, gerekse gelişler açısından artış göstermiştir. Her iki kategoride de dünya sıralamasında birer basamak yükselmeyi başarmıştır.

- Dünya turizm örgütünce tutulan istatistiklerde ülkemize gelen turist sayıları baz alınmıştır.
- Gelen yabancı ziyaretçi sayısı, turist sayısı ile günübirlikçi sayısını içermektedir.

ÜLKEMİZE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI (2008- 2009)		
2008	**2009**	**2009 / 2008 (%)**
26 336 677	27 077 114	2,81

Yıllara Göre Turizm Giderleri

YIL	TURİZM GİDERİ	ORTALAMA HARCAMA
2002	1 880 000	699,9
2003	2 113 300	618,9
2004	2 524 000	656,5
2005	2 870 400	695,9
2006	2 742 300	674,9
2007	3 259 625	657,7
2008	3 506 448	717,0
2009	4 145 740	745,0

- Turizm gideri, turistik amaçlarla ülkeden çıkış yapan vatandaşlarımızın, yurtdışında yaptıkları harcamaları göstermektedir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm Raporları 2009, www.kultur.gov.tr/TR/belge/2

Tablo 3. Dünya'da ve Türkiye'de Turizm 2009

2008'de dünyanın en çok turizm gelirine sahip ilk 10 ülkesinin sıralamasında bazı değişiklikler oldu. Gelen yabancı turist sayısında Türkiye 7. sıraya yükselerek Almanya ve Malezya'yı geride bıraktı. Türkiye'nin 2009 yılı turizm geliri 2008'e göre % 3,2 azalarak 21,3 milyar dolar olarak kaydedildi.

DÜNYADA TURİZM 2009
(GELEN YABANCI TURİST SAYILARI İLK 10)

		MILYON
1	FRANSA	74,2
2	A.B.D	54,9
3	İSPANYA	52,2
4	ÇİN	50,9
5	İTALYA	43,2
6	İNGİLTERE	28,0
7	**TÜRKİYE**	**25,5**
8	ALMANYA	24,9
9	MALEZYA	22,1
10	MEKSİKA	21,5

KAYNAK: UNWTO

- Türkiye 25,5 milyon turistle, dünyada en çok turist çeken 7. ülke konumundadır.

DÜNYADA TURİZM GELİRİ İLK 10 (2009)

		MİLYAR $
1	A.B.D	94,2
2	İSPANYA	53,2
3	FRANSA	48,7
4	İTALYA	40,2
5	ÇİN	39,7
6	ALMANYA	34,7
7	İNGİLTERE	30,1
8	AVUSTRALYA	25,6
9	**TÜRKİYE**	**21,3**
10	AVUSTURYA	19,4

KAYNAK: UNWTO

- Türkiye, 21,3 milyar dolarla, dünyada en çok turizm geliri elde eden 9. ülkedir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm Raporları 2009, www.kultur.gov.tr/TR/belge/3

1.2.1.2. Kitle Turizmi

İnsanların turizm faaliyetlerine geniş ölçüde büyük kitleler halinde katıldıkları turizm çeşididir. Özellikle ikinci dünya savaşından sonra 1950'li yıllardan itibaren gelişme göstermeye başlamıştır. İnsanların ortak istek ve beklentiler doğrultusunda bir araya gelerek gerçekleştirdikleri bir turizm çeşididir. Turizm endüstrisinde belirleyici bir etkisi vardır. Çünkü insanlar genellikle turizm etkinliklerine büyük kitleler halinde katılmaktadırlar. Kitle turizminin en tipik özelliği insanların daha çok paket turları tercih etmesidir. Kitle turizmi bir defada katılan kişi sayısı açısından turizm işletmeleri için cazip olmasının yanı sıra, oluşan grupların devamlılığı açısından da avantajlıdır. Bu nedenle ülkeler ve işletmeler açısından turizmin geliştirilmesi aşamasında üzerinde en fazla durulan turizm türünü oluşturmaktadır.

1.2.1.3. Grup Turizmi

Burada çeşitli toplumsal grupların turizm faaliyetlerine katılmaları söz konusudur. Dernek üyeleri, öğrenci grupları, kurum çalışanları, meslek organlarının katılımı ile gerçekleştirilen bu turizm çeşidinde kişi sayısı 11 ile 16 arasındadır (Kozak, 2001:14). Katılan kişi sayısının belli rakamlarla sınırlı olması ve grupların devamlılık göstermesi yönüyle grup turizmi, kitle turizminden farklılık göstermektedir.

1.2.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

Turizm hareketleri, turistin geldiği veya ziyaret edilen yere göre "iç turizm" ve "dış turizm" olarak iki farklı gruba ayrılmaktadır. Turistin hareket yönünün ulusal sınırlar içine ya da dışına olması esasına dayanan bu turizm çeşitlerine "ulusal turizm" ve "uluslararası turizm" ismi de verilmektedir.

1.2.2.1. İç Turizm

Bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülke sınırları içinde turizm faaliyetlerine katılmalarına "iç turizm" denilmektedir. Bu turizm faaliyetine katılanlar kendi ülkeleri içerisinde hareket ettiklerinden pasaport, vize, döviz alış-verişi gibi işlemlere gerek yoktur. Ayrıca iç turizmin ülke ekonomisine döviz getirici bir etkisi yoktur. Ancak ülke içindeki ekonominin canlanmasına ve turizm faaliyetleri ile direkt ve endirekt etkili sektörlerinde çalışmasına olumlu yönde katkı sağlar. Ekonomik anlamda bu katkının yanı sıra, turizme katılan kişilerin kendi ülkelerinin doğal ve kültürel değerlerini öğrenmelerine ve kültürel değerlerini sevmelerine yardımcı olur, iş yaşamlarında verimliliklerini arttırır, toplum açısından sosyal faydası yüksek bir turizm çeşididir.

Türkiye'de iç turizmin geliştirilmesi ile ilgili politikalara ikinci beş yıllık kalkınma planı döneminde başlanmıştır. 1967-1972 yılları arasını kapsayan bu planda, turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanmak ve turizm gelirleri ile iç ve dış turizm hareketlerini geliştirici önlemlerin

alınması ile turizm yatırımlarının desteklenmesi ilkeleri benimsenmiştir (DTP/Plan, s:602).

1.2.2.2. Dış Turizm

Dış turizm ise, kişilerin ülkeleri dışında yaptıkları seyahatleri kapsamaktadır. İç turizmden farklı olarak pasaport, vize, döviz işlemleri gibi işlemleri gerektirmektedir. Dış turizmin ülke ekonomileri için en cazip yönü, döviz getirici etkisidir. Bu yönüyle incelendiğinde dış turizm ikiye ayrılır:

- Aktif Dış Turizm (Incoming Tourism): Bir ülkeye yabancı ülkelerden gelen turistler sebebiyle doğan turistik hareketlerdir. Bir ülkenin ödemeler dengesi üzerinde döviz girdisi nedeniyle çok önemli olumlu etkileri vardır.

- Pasif Dış Turizm (Outgoing Tourism): Bir ülke vatandaşlarının başka bir ülkeye yapmış oldukları seyahatleri ifade eder. Bu turizm çeşidinde ise gerçekleşen faaliyetler neticesinde ülkeden döviz çıktısı meydana gelir.

Aktif dış turizm döviz arzı, pasif dış turizm döviz talebi doğurur. Turizmden meydana gelen döviz arz ve talebi arasındaki fark ülkenin net turizm gelirini gösterir (Olalı, 1986:61).

1.2.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizmin Çeşitleri

Turizm hareketlerine katılımda etkili bir diğer unsur da insanların yaş durumudur. İnsanların yaş durumu ile turizm hareketlerine katılım arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Yaşlara göre dağılımda "gençlik turizmi", "yetişkin (orta yaş) turizmi" ve "üçüncü yaş turizmi" şeklinde üç çeşit turizm ortaya çıkmaktadır.

1.2.3.1. Gençlik Turizmi

Dünyayı tanımak ve görmek isteyen maddi olanakları kısıtlı, 15-24 yaş arasındaki bireylerin anne, baba ve diğer yakınlarından bağımsız olarak turizm hareketlerine katılmalarıdır. Genç nüfus, psikolojik yapıları gereği harekete, maceraya ve değişime daha açık bir kişilik özelliği taşımaktadır. Ayrıca seyahat ve konaklama yerleri seçiminde çok titiz davranmamaları seyahate ve değişik yerleri gezme, görme konusunda isteklerini arttırmaktadır. Gittikleri yerlerde çok uzun kalmazlar ve fazla konfor aramazlar. Çeşitli ülkelerde öğrenci yurtlarının yazları turizm amaçlı olarak öğrenci gruplarına açılması ve ulaşım araçlarında öğrencilere özel indirimlerin uygulanması gençlik turizmine olan ilgiyi arttırmaktadır. Özellikle, dağcılık, kampçılık, spor gibi amaçlarla seyahat ederler ve hostel, pansiyon, yurt gibi yerlerde konaklama ihtiyaçlarını karşılarlar.

1.2.3.2. Yetişkin (Orta Yaş) Turizmi

25 ile 60 yaş grubundaki insanların katıldıkları turizm hareketleridir. Bu turizm çeşidinde yer alan kişiler, yoğun bir çalışma dönemi içerisindedirler ve genellikle bir aile yapısı ve sorumluluğuna sahiptirler. Bu kesimin gezi, seyahat ve tatil olanakları çalışma koşullarına bağlı olduğundan genellikle yaz ve izin günlerinde meydana gelmektedir. Kendilerinin ve eş ile çocuklarının en uygun olduğu zamanlarda beraberce tatile çıkmak bu yaş grubunun turizm hareketlerine katılımda en önemli özelliğidir (Kozak, 2001:16).

1.2.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi

60 yaş ve üzerinde yer alan insanların gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleridir. Uygun iklim, ucuzluk, sağlık hizmetlerinin yaygınlığı, ulaşım kolaylığı, paket turlar gibi imkanlar ziyaret edilen yerlerde bu yaş grubunda tercih sebebi olmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde artan refah seviyesi ile birlikte uzayan insan ömrü sonucunda yaşlı nüfusun sayısı artmış ve günümüzde potansiyel olarak üçüncü yaş turizmi ülkeler ve işletmeler için cazip bir hale dönüşmüştür. Bu grupta çoğunluk emekli kişilerden oluştuğu için yeterli boş zamanları olan ve aile sorumluluğu azalmış insanlar kendi arzuları doğrultusunda rahat hareket edebilmektedirler. Bu turizm çeşidinde sunulan hizmetler genellikle sağlık turizmi ile paralel bir biçimde planlanarak programlanmaktadır. Ayrıca kültürel ve dini amaçlarla, iklim ve doğa güzelliklerini görme amaçlı olarak yapılan gezi ve seyahatler bu grupta başlıca seyahat nedenleridir.

1.2.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizmin Çeşitleri

Turizm faaliyetlerine katılmada etkili olan bir diğer faktörde, insanların sahip oldukları toplumsal statü, refah seviyesi ve ekonomik durumudur. Bu çeşide uygun olarak turizm, “sosyal turizm” ve “lüks (selektif) turizm” olarak ikiye ayrılmaktadır.

1.2.4.1. Sosyal Turizm

Sosyal turizm, ekonomik bakımdan zayıf olan kişilerin birtakım özel önlemler ve teşvik uygulamaları yolu ile turizm etkinliklerine katılmalarının sağlanması amaçlı olarak yapılan bir turizm türüdür. Sosyal turizm ile eş anlamlı olarak “kitle turizmi”, “halk turizmi” gibi deyimler de kullanılmaktadır. Burada ölçü olarak kişilerin ekonomik durumu ele alınmaktadır. Ekonomik güçleri sınırlı işçiler, memurlar, emekliler, gençler ve öğrenciler, bedensel özürlüler, çiftçiler, esnaf ve zanatkarlar gibi sosyal grupların birtakım devlet ve özel kurumların kampanyaları, indirimleri ve teşvikleriyle turizm imkanlarından yararlanmalarının sağlanmasıdır. Bu imkanlar, tatil kredileri, ulaşım araçlarında indirimli fiyatlar, taksitle tatil olanağı, özel seyahat ve tatil çekleri, öğrenci yurtlarının ve kamu kamplarının kullanıma sunulması, tasarruf sandıklarının kurulması şeklinde oluşturulabilmektedir. Türkiye’de sosyal turizm amaçlı olarak düzenli ve bilinçli yapılan ilk uygulama T.C. Turizm Bankası tarafından 1975-1984 yılları arasında yürütülen tatil kredisi uygulamasıdır (Kozak, 2001:19). Günümüzde özellikle yaz aylarına ve izin günlerine

yönelik olarak, turizm işletmeleri erken rezervasyon indirimi, kredi kartlarına taksitlendirme, paket tur imkanları gibi seçenekler sunmaktadır. Birçok ülkede sosyal turizme yönelik olarak, özellikle gençlik ve öğrencileri kapsayacak şekilde ucuz ulaşım imkanları verilmesi (rail pass), okullar ve yurtlarda konaklama ve yeme-içme imkanları, müzelerde indirimler, spor organizasyonlarında sağlanan kolaylıklar sağlanmaktadır.

1.2.4.2. Lüks (Selektif) Turizm

Çoğunlukla gelir düzeyi yüksek kişilerin bireysel olarak veya küçük gruplar halinde gerçekleştirdikleri ve lüks turizm ürünlerine yönelik bir talep doğuran turizm biçimidir. Bu turizm çeşidi, ekonomik gücü ve geliri yüksek olan ve toplum içerisinde büyük saygınlık taşıyan kesimlerin turistik etkinliklerini kapsamaktadır. Bu kesimlerin turizm anlayışı toplumun diğer gelir gruplarına göre oldukça farklı yönlere sahiptir. Bireyler, oldukça pahalı konaklama tesislerinde konaklar ve her türlü konforu bulunan gemilerle seyahat ederler. Büyük ve lüks kumarhanelerin oldukları yerlerde (Monako, Las Vegas) tatillerini geçirirler. Bu grupta yer alan kişiler seyahatlerini genellikle kendilerine ait özel araçlarla (yat, uçak) gerçekleştirirler. Lüks turizme katılanların en çok itibar ettikleri turizm türleri arasında, av turizmi, golf turizmi, kruvaziyer turizmi ve kumar turizmi yer almaktadır. Bu kişilere ait dünyanın çeşitli yerlerinde, doğal güzelliği bulunan ünlü tatil yörelerinde, villalar ve malikaneler bulunduğundan konaklama tesislerinde geceleme sayısı diğer turizm çeşitlerine katılanların geceleme sayısından daha az sayıda gerçekleşmektedir (Kozak, 2001:19).

1.2.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizmin Çeşitleri

İnsanların turizm faaliyetlerine katılmasını sağlayan nedenler çeşitlidir. Bir turistin hangi amaç ve beklentilerle seyahate karar vermiş olduğunu belirlemek, amaçların birbiriyle yakından ilişkili olması sebebiyle oldukça güçtür. Bununla beraber seyahat ve konaklama süresince yapılan etkinliklerin ve kurulan ilişkilerin hangi noktalarda toplandığına bakılarak temel amacın belirlenmesi mümkün olmaktadır. Başlıca temel amaçlar şöyle açıklanabilir:

1.2.5.1. Dinlenme (Rekreasyon) Turizmi

Günümüz yaşam ve çalışma koşulları içinde yorulan ve bunalan insanların yıllık izin günlerinde, resmi tatillerde ve boş zamanlarında sürekli yaşadıkları yer dışına çıkarak, bedensel ve ruhsal sağlığını yeniden kazanmak amacıyla, sakin ve dinlendirici ortamlar aramalarıyla oluşan turizm biçimidir.

1.2.5.2. Kültürel Turizm

İnsanların kendi ülkelerinde veya dünya üzerindeki değişik uluslara ait kültürleri ve bunlar tarafından şimdi veya geçmiş zamanlarda ortaya konmuş eserleri görmek ve incelemek için (tarihsel anıtlar, müzeler, ören yerleri, savaş alanları) yaptıkları seyahatlerdir. Özellikle ülkemiz bu turizm çeşidi bakımından tarihi ve

coğrafi konumu açısından çok zengindir. Değişik kültürlerin birikim yeri olan Türkiye'de batı bölgelerinde yoğunlaşan bu turizm potansiyelini Doğu ve Karadeniz bölgelerine yatırımlarla çekilirse turizm pastasından daha çok pay alınabilir (Olalı, 1986:21).

1.2.5.3. Sportif Turizm

Spor yapan, spora ilgi duyan ve sporla ilişkisi bulunan kişilerin, sportif karşılaşmalara, olimpiyatlara ve benzeri spor organizasyonlarına ya bizzat katılmak, ya da bu karşılaşmaları izlemek amacıyla gerçekleştirdikleri turizm hareketleridir. Sporun başlı başına bir sanayi olduğu günümüzde, spor organizasyonları insanları seyahate iten en önemli nedenlerden birisi haline gelmiştir. Milyonlarca insan hem spor karşılaşmaları ile eğlenmek hem de ziyaret ettikleri bölge ve ülkeleri gezmek amacıyla bu faaliyetlere katılmaktadır. Ekonomik açıdan da büyük maddi olanakların ve sponsor firmaların desteklerinin olduğu bu sektör, bugün dünyamızda büyük bir potansiyel haline gelmiştir. Ülkemizde de özellikle Antalya Bölgesinde turizm sezonunun düşük olduğu kış aylarında kamp ve dinlenme amaçlı olarak gelen çeşitli yerli ve yabancı spor takımları sayesinde işletmeler doluluk oranlarını arttırmaktadır. Golf turizmi de özellikle ekonomik gücü uygun olan kişilerin tercih etmiş olduğu gelişen önemli bir spor turizmidir.

1.2.5.4. Dinsel Turizm

İnsanların değişik inançları sebebiyle dini açıdan kutsal saydıkları yerleri ziyaret etmek, hac gibi dini görevlerini yerine getirmek, ünlü mabetleri gezip görmek amacıyla yaptıkları turizm hareketleridir. Dini turizm insanların yapıları ve inançları gereği olduğundan ve süreklilik arz ettiğinden dolayı günümüzde en önemli turizm hareketlerinden birisidir. Dünya üzerinde özellikle üç büyük dinin (Müslümanlık, Hıristiyanlık, Musevilik) doğduğu bölgeler çok önemli ve devamlılık gösteren bir turizm potansiyeline sahiptirler. Ülkemizde bu coğrafyada yer aldığından, her yıl Kuşadası Bülbül Dağı Meryem Ana evine Hıristiyanlar hacı olmak amacıyla gelmektedir (Güngördü, 2007:108).

1.2.5.5. Sağlık Turizmi

Doğanın sağlık verici özelliklerinden yararlanmak isteyen insanların termal kaynaklar, şifalı sular, hamam, kaplıca, ılıca ve bunları tamamlayan, bu kaynaklar çevresinde kurulmuş sağlık amaçlı kür merkezlerine tedavi olmak ve dinlenmek amacıyla yaptıkları turizm hareketleridir. Özellikle üçüncü yaş turizminde dahil yaş gruplarının tercih ettikleri bir turizm çeşididir. Amaç doğal kaynakları kullanarak, tesislerde bulunan uzmanlar denetiminde tedavi olmak ve dinlenmektir. Tesislerde standart konaklama ve yeme-içme hizmetinin yanında yetkili personel tarafından sağlık hizmeti de verilmektedir. Tedavi amaçlı mağaralara yapılan ziyaretler, temiz hava alma amaçlı dağ, orman ve kır gezileri, yayla gezileri, özel tedavi yöntemleri sebebiyle yapılan seyahatler (estetik ameliyat, özel tedavi yöntemleri) bu turizm çeşidinde yer almaktadır.

1.2.5.6. Politik Turizm

Devlet adamı, diplomat ve kamu görevlilerinin ulusal veya uluslararası politik ilişkiler sebebiyle katıldıkları turizm hareketleri ve politikayla ilgilenen kişilerin bu tür olayları izlemek ve bunların yapıldığı yerleri görmek amacıyla yaptıkları turizm faaliyetleridir.

1.2.5.7. Kongre Turizmi

Dünyada son yıllarda gelişmekte olan önemli turizm çeşitleri arasında kongre turizmi de yer almaktadır. İnsanlar yaşantılarıyla ve birbirleriyle olan ilişkileri sebebiyle birçok konuda tartışmak, karara varmak, eleştirmek, oylamak, öğrenmek, haberdar olmak gibi sebeplerle bir araya gelerek toplanmak, kongre, seminer, sempozyum düzenlemek ihtiyacı duymaktadırlar. Her kongre, toplantı, sempozyum bir turistik hareket nedenidir. Dünyanın çeşitli yerlerinden çağrılan insanların seyahatleri, transferleri, konaklama, yeme-içme, gezi ve eğlence ihtiyaçları bu turistik hareketleri zorunlu kılar. Kongre turizmi, insanların ortak konular üzerine toplu olarak görüşmelerde bulunmak amacıyla, oturdukları yerlerin dışına organize biçimde seyahat etmeleri, gerektiğinde geçici konaklamalar yapacak şekilde bir yerde toplanmaları ve bu arada etrafı görmek, dinlenmek, eğlenmek gibi eğilimlerini tatmin etme olayıdır (Aydın, 1997:13). Türkiye'de en önemli kongre turizm merkezleri; İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi büyük şehirlerdir.

1.2.5.8. Deniz Turizmi

Türkiye'de talebin en fazla olduğu turizm çeşididir. Burada insanların "deniz-kum-güneş" üçlüsü olarak tanımladıkları deniz ya da kıyılardan yararlanarak yaz aylarında denize girmek ve buralarda tatillerini geçirmek amacıyla başvurdukları bir turizm amacı ve çeşididir. Türkiye, deniz turizmini gerekli kılan, uzun kıyılar, uygun kumsallar, temiz denizler, doğal ve tarihi güzellikleri ile uygun iklim koşulları nedeniyle bu turizm türünde dünya üzerinde oldukça gelişme göstermiştir. Ülkemize gelen yabancı turistlerin büyük bir çoğunluğunu deniz turizmine yönelik amaçlarla gelen kişiler oluşturmaktadır. Türkiye'de turizm potansiyeli bu nedenle daha çok bu hizmetin programlanmış olarak verildiği ve yatırımların yoğunlaştığı Akdeniz, Ege ve Marmara gibi batı bölgelerinde bulunmaktadır. Karadeniz bölgesi de yapılacak yatırımlar ve tanıtımlarla özellikle bölge turizmi için geliştirilebilir bir konuma sahiptir. Deniz turizmi aynı zamanda yat ve kruvaziyer gemi seyahatlerini de kapsamaktadır. Denizler ve kıyılar arasında kendi yatları ya da seyahat gemileri ile gezen kişiler uğradıkları limanlarda hem kendi istek ve ihtiyaçları için hem de gemi ve yatlarının lojistik ihtiyaçlarının karşılanması sebebiyle turizm hareketlerini oluşturmaktadırlar.

1.3. Turizmin Tarihsel Gelişimi

İnsan yaşamındaki her sosyal olay gibi turizmde tarih içerisinde değişik dönemlerde bazen yavaş, bazen hızlı, fakat sürekli olarak değişen ve gelişen bir çizgi

izlemiştir. Turizmin tarih içerisindeki gelişimini turizmin yapısı ile ilgili gelişmeler ve turizmin tarihi açıdan gelişimi olarak iki bölümde incelenebilir.

1.3.1. Turizmin Yapı İle İlgili Gelişmesi

Turizmin gelişebilmesi için, büyüyen ve gelişen bir sanayi uygarlığının gerekli olduğu söylenebilir. Sanayi uygarlığı içerisinde, üretim ekonomisinin yanında tüketim ekonomisinin de var olmasını gerektiren bir faaliyetler zincirini meydana getirir. Ekonominin devamı ve sürekliliği için üretilenlerin aynı zamanda ihtiyaçlara göre tüketilmesi de gerekir. Bunun insan yaşayışındaki etkilerini turizm hareketleri üzerinde de görmekteyiz. Dünya üzerinde özellikle yirminci yüzyılın başından itibaren başlayan ve ikinci dünya savaşından sonra oldukça hızlanan ekonomik gelişmişlik ve refah düzeyinin artışı turizm endüstrisine de yansımış ve turizm sektörü hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu gelişmeler bugünkü anlamda var olan çağdaş turizm anlayışını doğuran faktörleri de beraberinde getirmiştir. Sanayi uygarlığının gelişmesi sonucu ortaya çıkan ve turizmin yapı ile ilgili gelişmesini sağlayan faktörler şöyle sıralanabilir (Usta, 1995:33):

1-) Düzenli olarak artan gelir ile birlikte, kişilerin satın alma güçleri de artmış ve bireyin yaşama düzeyi yükselmiştir. Böylece insanların gelirlerinden turistik tüketim için ayırdıkları harcama payı sürekli artmıştır.

2-) Teknolojik gelişmeler sayesinde üretim için gerekli çalışma süresi düzenli olarak azalmıştır. Çalışma süresindeki bu azalış, kişinin boş zamanının artmasına sebep olmuş ve turizmin gelişmesini etkilemiştir.

3-) Ulaşım sektöründeki yapısal ve teknik gelişmeler seyahate çıkan insan sayısının hem bölgesel hem de küresel anlamda hızlı bir şekilde artmasını sağlamıştır.

4-) Kitle iletişim araçlarının gelişmesi, turizmde sürekli ve güvenilir iletişimi sağlamıştır. İletişimin gelişmesiyle insanlar görmedikleri ve bilmedikleri yerler hakkında fikir sahibi olmuşlar ve buraları gezip görme ihtiyaçları artmıştır.

5-) Kişilerin ve toplumların eğitim düzeylerinin yükselmesi, genel kültür seviyesini yükseltirken, kendilerini çevreleyen dünyayı tanıma isteğini de arttırmıştır.

6-) Sanayi toplumu insanları, kendilerini aynı zamanda çevre sorunlarından kaynaklanan etkilerle de karşı karşıya bulmuşlardır. Bugün insanların tatile çıkmalarının başlıca sebepleri arasında ortam değişikliği, dinlenme, kendini bulma ve tanıma, başkalarıyla ilişki kurma, özgürlüğü yaşama, sağlık gibi amaçlar bulunmaktadır. Özellikle ortam değişikliği ve bulunduğu ortamdan başka bir yerde dinlenme isteği ihtiyaç duyulan zorunlu bir istek olmuştur. Kent yaşamının zorluğu ve monotonluğu kişileri seyahate çıkarak rahatlamak için bir sebep teşkil etmiştir.

1.3.2. Turizmin Tarihi Bakımdan Gelişmesi

Her sosyal olay gibi, turizm de tarih içinde bir gelişim süreci izlemiştir. İnsan topluluklarının geçirdiği tarih aşamaları içinde, turizmde kendi gelişmesini değişik özellikler altında günümüze kadar sürdürmüştür. Bu gelişmeler çağlar itibariyle şu şekilde açıklanabilir:

1.3.2.1. İlk Çağlarda Turizm

İlk çağlarda insanlar, yaşantılarını sürdürebilmek için yiyecek arama ve bulma, güvenilir yerlerde barınma, verimli topraklar bulma ve yerleşme gibi ihtiyaçları nedeniyle hareket halinde olmuşlardır. Küçük toplumlar, kavimler daha sonra da milletler haline geldikçe durum daha da değişmiştir. Özellikle deniz ticaretinin gelişmesi ile Fenikeliler ticari amaçlarla her yöne gitmeye başlamıştır. Uzak toplumların ve kültürlerin birbirini tanımasıyla İpek Yolu, Baharat Yolu gibi ticaret yolları kurulmuş, dönemin imkanlarıyla sürekli ve düzenli bir ekonomik alış-veriş sistemi oluşturulmuştur. Bu yollar üzerinde önemli ve uygun noktalara tarihin ilk konaklama tesisleri olan hanlar ve kervansaraylar kurulmuştur. İlk çağlarda meydana gelen bu seyahat ve yer değiştirmelerin amacının ihtiyaçların karşılanması ve ekonomik sebepler nedeniyle olduğunu görülmektedir.

Yine bu devirlerde seyahat ve toplumsal hareketlerin sporla ilgili sebeplerden de meydana geldiğini saptanabilir. İlk çağlarda Akdeniz ülkelerinde düzenlenen Olimpiyat Oyunları, özellikle Yunanistan ve çevresinde büyük bir turizm hareketinin doğmasına yol açmıştır.

Bir diğer önemli turizm hareketi de dini sebeplerden meydana gelen seyahatlerdir. Her yıl çeşitli bölgelerde düzenlenen dinsel törenler, inşa edilen büyük ve görkemli tapınak ve ibadet yerleri insanların buraları görmek ve yapılan ayinlere katılma ihtiyacını doğurmuştur. Günümüzde de bilinen birçok filozof, misyoner, elçi, din adamı bu seyahatler neticesinde tanınmıştır.

İlk çağlarda en önemli seyahat sebeplerinden birisi de sağlıkla ilgili sorunlardan kaynaklanmaktaydı. İnsanlar hastalıklardan kurtulmak ve tedavi olmak amacıyla zamanın en uygun tedavi yöntemi olan kaplıca ve şifalı su merkezlerine yolculuk etmekteydiler. Özellikle Romalılar bu konuda gelişmiş kür merkezleri kurmuşlar ve tedavi yolları keşfetmişlerdir (Olalı, 1986:36).

İlk çağlarda en önemli hareket ve yer değiştirmelerin sebeplerinde bir diğeri de savaşlar olmuştur. Savaşlar neticesinde birçok toplum ve uygarlık başka bölge ile ülkelere akın etmiş, istenmese de bir hareket alanı oluşturmuştur.

1.3.2.2. Orta Çağda Turizm

Bilindiği gibi orta çağ Avrupa'sında sosyal hayat ve ekonomi yüzyıllar boyunca kımıldamamış, gelişme göstermemiştir. Eskiçağlarda olduğu gibi bu devirde de sosyal ve ekonomik düşüncelere daha çok felsefi ve özellikle dini fikirler etkili

olmuştur. Burada vurgulanan din ile bilginin birbirine sıkı bağlılığı olmuştur. Üretilen fikirler ve icatlarda dinin etkisi yüksektir. Bu çağda Avrupa Hıristiyan Toplumları hacı olmak ve kutsal yerleri Müslümanlardan ele geçirmek için haçlı seferleri düzenlemişler, yıkıcı etkileri toplumları derinden etkilemiştir. Bu devrin en çekici seyahat ve gezi etkinliği Marco Polo'nun seyahatleridir. Marco Polo Uzakdoğu seyahatleri ve günlükleriyle bu dönemin kültürlerini bizlere aktarmıştır. Müslüman topluluklar da Mısır, Suriye, İran ve Türkiye topraklarındaki seyahat hatıralarını yazmışlardır (Usta, 1995:37).

Loncalar sisteminin doğuşu ve gelişimi ile sanat türlerinin teşkilatlanması bu devrin seyahat sebeplerinden birisi olmuştur. Loncalar sistemi ile birlikte iyi kalitede iş anlayışı doğmuş, iyi kalitede işin ise ancak seyahatlerde kazanılabilen geniş bir kültüre bağlı olduğu anlaşılmıştır. Genel düşünceye göre, usta bir işçi ancak diğer ülkelerdeki meslektaşları ile ilişki kurduktan, onları ve sanatlarını tanıdıktan sonra yetişebilmekteydi. Bu nedenle, loncalar sistemi içerisindeki sanatçılar seyahate yönelmişlerdir (Olalı, 1986:38).

1.3.2.3. Rönesans Devrinde Turizm

Ortaçağın dini görüşler ve kilise baskısı ağırlıklı teokratik anlayışına bir tepki olarak ortaya çıkan Rönesans Hareketi, bir yandan bilim, sanat ve din alanındaki gelişmelerin kaynağı, diğer yandan da Batı dünyasındaki yeni atılımların merkezi olarak ortaya çıkmıştır. İtalya'da başlayan Rönesans Hareketi, tüm Avrupa'ya sıçramış ve İngiltere, Almanya ve İspanya'dan birçok kişinin bu gelişmeleri görmek, sanat ve tarihi yapıtları incelemek, öğrenim görmek anacıyla İtalya'ya akın etmesine neden olmuştur. İtalya bu devirde hızlı bir turizm hareketine merkez oluşturmuştur.

Rönesans devri turizmi, kültür turizmi şeklindedir. Roma ve Paris, çeşitli ülkelere mensup öğrencileri (İspanyol, Arap, Grek, Alman, Britanyalı) kendine çekmiştir (Güngördü, 2007:8).

1.3.2.4. Yakınçağda Turizm

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya üzerinde ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik değişmeler, toplumların alışkanlıkları ve ihtiyaçları üzerinde büyük etkiler yaratmıştır. Bunun sonucu olarak uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi doğmuştur. Böylece, turizm olgusu günümüzde ulaştığı boyutlar sayesinde sanayileşme ve uluslararası ticaret gibi önemli ve sürekli bir sektör özelliğine sahip olmuştur. Turist çekme ve turiste hizmet etme bilimi, sanatı ve ticareti olarak tanımlanan turizm (Usta, 1995:12), ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı dev boyutlarıyla yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz girdisi sağlayan, yeni ve geniş istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı olumlu yönde etkileyen, önemli toplumsal ve insani fonksiyonları başaran ve tüm bunların sonucunda da dünya barışı üzerinde çok önemli katkıları olan sosyal bir olay niteliği kazanmıştır.

Fransız İhtilali ile başlayan ve tüm dünya üzerine yayılan özgürlük ve demokrasi hareketi geniş halk kitlelerini etkilemiştir. Toplumlarda sosyal, ekonomik ve siyasal alanlarda çeşitli değişiklikler meydana gelmiştir. Bu devirde turizmi etkileyen en önemli gelişme ulaşım alanında yaşanmıştır. Buharlı makinelerin icat edilmesi ile gemilerin, demiryollarının ve kara taşıtlarının yaygınlaşması ve seyahat imkanlarının genişlemesi, büyük halk kitlelerini de turizm ve seyahat imkanlarından yararlanmaya sevk etmiştir. 1841 yılında Thomas Cook tarafından gerçekleştirilen ilk toplu seyahat tarihte düzenli olarak yapılan ilk toplu taşıma hareketi olarak kabul edilmektedir. Amerika'da 1929 yılında yaşanan büyük ekonomik buhrandan sonra, özellikle işçi kesimi sosyal haklar ve sendikalaşma konusunda önemli haklar elde etmiştir. Bu haklardan biriside çalışanlara ücretli izin ve tatil hakkı verilmesidir. Böylece orta ve düşük gelir grubu da turizm hareketlerine katılmaya ve seyahate çıkmaya hak kazanabilmiştir. Modern anlamda turizm hareketleri ve seyahatlerin programlanarak düzenlenmesi, paket turların ortaya çıkması ise, ikinci dünya savaşından sonra gelişme göstermiştir. Havayolunun yaygınlaşması ve tur programlarına dahil edilmesi özellikle Avrupa ve Amerika gibi gelişmiş batı toplumlarında turizm faaliyetlerini kıtalararası boyuta taşımıştır. Dünya üzerinde büyük otel zincirlerine bağlı olarak, konaklama tesislerinin yapılması ve işletilmesi ile insanların konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlence ihtiyaçları karşılanmaya başlamıştır. Günümüzde ülkeler açısından küresel düzeyde turizm endüstrisinin önemi anlaşılmış ve turizmin itici bir güç olarak sosyal, ekonomik, siyasal alanda ve dünya barışı üzerindeki olumlu etkileri fark edilmiştir. Turizm hareketlerinin gelecekte de aynı önem ve hızla gelişimini sürdüreceği açıkça ortaya çıkarılmıştır.

1.4. Turizm Endüstrisi ve Turizm İşletmeleri

Turizm faaliyetlerinin oluşmasında insan ihtiyaçları temel unsurdur. İnsanlar, konaklama, yeme-içme, gezme, görme, eğlenme gibi, istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda bu faaliyetler içerisinde yer alırlar. Bu talebin de, bu istek ve ihtiyaçları karşılayan, hizmeti sunan, turizm arzını gerçekleştiren çeşitli turizm işletmelerince yerine getirilmesi gereklidir.

1.4.1. Turizm Endüstrisinin Tanımı ve Özellikleri

Turizm faaliyetlerini bir bütün olarak incelediğimizde, üretici ve tüketici arasındaki ilişkileri ve tüketicilerin almış olduğu hizmetin başarılı bir şekilde tamamlandığını, memnuniyet derecesinin yüksek olduğunu, üreticilerinde bu hizmeti yeterli hizmet kalitesinde yerine getirip getiremediğini etkileyen birçok unsurun yer aldığını görmekteyiz. Örneğin bir paket turu satın alan bir müşteri, birçok değişik birimin etkin ve yeterli çalışması ve işbirliği içerisinde alınan hizmetten tam anlamıyla tatmin olabilecektir. Paket turu satın aldığı acente sorumlusundan başlamak üzere, sigorta sorumlusu, pilot, hostes, yer hizmetleri, gümrük memuru, şoför, rehber, transferleri sağlayanlar, konaklama tesisi çalışanları gibi bütün bu unsurlar turizm sisteminin bir halkasını oluşturmaktadır. Bu bölümlerden herhangi birinde yaşanan olumsuz bir olay tüm faaliyeti etkilemektedir.

Turizm bir sektör olarak ele alındığında turist gönderen bölge, ulaşım faaliyetleri ve turisti kabul eden bölge olmak üzere üç temel unsurdan oluşmaktadır. Bütün bu işlemlerin gerçekleştirilmesi için seyahat acenteleri, tur operatörleri, ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence ve diğer yardımcı hizmetleri sunan işletmelerin desteğine gereksinim duyulacaktır. Bütün bu işletmeler ve bunların sunmuş olduğu hizmetler, turizm sistemini oluşturan ve destekleyen birimler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizmin tanımından hareketle turizm endüstrisinin tanımı şu şekilde yapabiliriz: Turistlerin, ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinme duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan faaliyet alanlarının tümüdür (Kozak, 2001:42).

Turizm endüstrisi, turist ve günübirlikçi olarak tanımlanan insanlara hizmet ve mal arz eden çok sayıda örgüt ve işletmeden oluşmaktadır. Bu işletmelerin önemli bir bölümü, endüstride seyahat, konaklama ve çeşitli turistik çekicilikler ile ilgilidir. Bununla birlikte, endüstri içinde turizm enformasyon merkezleri, anı ve hediyelik eşya üreticileri ve perakende mağazalar gibi bazı özel ve destek hizmeti sağlayıcı işletmeler ile örgütlenmeler de yer almaktadır (Bahar, 2010:44).

Turizm endüstrisinin kendisine özgü özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Kozak, 2001:42):

1-) Turizm endüstrisinde arzın oluşturulması için yüksek miktarda yatırım maliyeti gerekmektedir. Bir otel işletmesinin kurulum ve işletme maliyetlerinin başlangıçtaki yüksekliği ve bunun karşılanması için belli bir sürenin geçmesi gerekliliği yatırım-maliyet oranının yüksekliğini göstermektedir.

2-) Turizm endüstrisi yılın 365 günü ve günün 24 saati hizmet veren bir özellik gösterir.

3-) Turizm endüstrisi yapısı gereği hizmet üreten bir sektördür. Hizmet üretimi, satışı, pazarlaması üretim ve tüketim yönünden soyut bir özellik gösterir.

4-) Hizmetlerin kalite ve içeriği hizmeti üreten bir birimden diğerine ya da hizmeti talep eden bir tüketiciden diğerine veya hizmetin üretildiği zamandan başka bir zamana göre değişiklik gösterebilmektedir.

5-) Turizm pazarında yer alan tüketicilerin yani turistlerin zevk, moda ve alışkanlıkları kısa sürede değişiklik göstermektedir.

6-) Turizm pazarında üretilen turistik ürünler heterojen bir özellik göstermekte, yani ürünler yer, bölge ve zaman açısından farklı biçimlerde sunulabilmektedir.

7-) Turizm arzı, diğer turizm merkezlerindeki fiyatların etkisi ve tüketici eğilimleri ve gereksinimlerindeki farklılıklar gibi dış unsurların etkisi ile ayrıcalıklar gösterebilir.

8-) Turizm endüstrisinde talep kısa dönemde sosyal, ekonomik, politik ve doğal olaylar etkisi ile esnek bir yapıya sahiptir. Tüketiciler bu olaylardan kolayca etkilenerek talep değişikliği gösterebilmektedirler.

1.4.2. Turizm Arzı ve Turizm Talebi

Ekonomi biliminde arz denildiği zaman, belirli bir piyasada belirli bir fiyattan sunulmak istenen mal ve hizmet akla gelmektedir. Turizm arzı ekonomik olarak, turistik tüketimde yer alan ve turizm talebinin gereksinmelerini karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü şeklinde tanımlanabilir (Bahar ve Kozak, 2010:85). Turizm arzı kapsam olarak turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan konaklama, yeme-içme, eğlence, dinlenme ve ulaşım gibi faaliyetlerinin tümünü ilgilendirmektedir. Turizm sektöründe turizm unsurlarından bağımlı ve bağımsız olmak üzere iki çeşit arz kavramı bulunmaktadır. Bir bölgenin doğal, tarihi, kültürel ve yerleşim özellikleri, dağı, ormanı, denizi, güneşi, tarihi ve sanatsal değerleri, gelenek ve görenekleri turizm işletmelerinden bağımsız, bölgeye ait ve özgü arz unsurlarını oluştururlar. Bu değerler o bölgede turizme yönelik olarak yapılacak tesis ve faaliyetler ile turizm arzı görünümüne kavuşacaktır. Bağımlı turizm arzı ise, bahsedilen değerlerden turizm amaçlı yararlanmak üzere, turistik mal ve hizmetlerin alt ve üst yapısı tamamlanmış bir dizi tesislerle turistin hizmetine sunulmasıdır. Burada kamu ve özel sektöre ait temsilciler, konaklamadan, ulaştırmaya, pazarlamadan, güvenliğe kadar her türlü imkanı turizm için organize etmektedir.

Ekonomi biliminde talep, piyasada belirli bir fiyattan satın alınmak istenen mal ve hizmetin miktarı olarak tanımlanmaktadır. Turizm talebi ise, “insanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turistik ürün ve hizmetleri satın alma isteğinde bulunan insan miktarı” olarak tanımlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2010:110). Bu tanımdan özetle turizm talebinin üç önemli özelliği olduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi, insanların turizm faaliyetlerine katılabilmeleri için uygun bir gelir düzeyi, ikincisi boş zamanı ve üçüncüsü de hizmetleri satın alma isteğinin olması gerekmektedir. Bir ülke içinde turizm talebi, ülke vatandaşlarının kendi ülkesi içinde yapmış olduğu turizm faaliyetlerine yönelik talep, diğeri de ülke vatandaşlarının yabancı bir ülkeye giderek gerçekleştirdikleri talep türüdür.

1.4.3. Turistik Ürün ve Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Turistleri bir şehre, bir bölgeye, bir ülkeye çeken, buralara gelerek turizm arzı olarak sunulan ürünlerden faydalanmasını sağlayan birçok çekicilikler ve varlıklar bulunmaktadır. Turistlerin ekonomik anlamda talep etmiş oldukları bu istek ve beklentileri onlara sunan, bu hizmetlerden faydalanmalarını sağlayan çeşitli turizm kuruluşları vasıtasıyla turistik ürünlerdir. Turistik ürün, “insanların seyahat ve geçici

konaklamalarından doğan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olan mal ve hizmetler ile bu mal ve hizmetler karışımından oluşan pakettir" (Olalı, 1986:148). Diğer bir tanıma göre turistik ürün, "turistlerin evinden ayrılışından tekrar eve dönene kadar geçen sürede satın aldığı mal ve hizmetlerin oluşturduğu bir paket veya geçirdiği tecrübelerin toplamı" (Usta, 1995:121), bir başka tanımda ise, "bir turistin seyahatinin başlangıcından bitimine kadar geçen zaman dönemi içerisinde gereksinmelerini karşılamak amacıyla elde ettiği ve turizm arzını oluşturan unsurlar tarafından servisi yapılan nesnel ve öznel değerlerin bütünü" (Kozak, 2001:46) şeklinde açıklanmaktadır.

Bir turizm bölgesinin turistik ürünler açısından kaynakları başlıca iki başlık altında incelenebilir: Birincisi; Bölgenin, iklimi, coğrafyası ve dağılımı, ekolojik özellikleri, doğal güzellikleri ile çekiciliği, bölgede kurulmuş uygarlıklar ve tarihi eserleri, kültür birikimleri, bölgedeki eserlerin mimari özellikleri, bölgenin demografik yapısı ve bunların sunumu gibi doğal yapısı ile ilgili unsurlar, ikincisi; bölgede kurulmuş konaklama, yeme-içme, eğlence, spor tesisleri, alışveriş merkezleri ve hediyelik eşya dükkanları gibi turizm işletmeleridir. Bu iki özellik, birlikte bir turizm bölgesinin turistik ürün açısından çekiciliğini oluşturmakta, talebin bölgeye yönelmesini sağlamaktadır.

Bir turizm bölgesinde turistik ürünü oluşturan unsurları şu şekilde gruplayarak açıklanabilir (Kozak, 2001:46):

1-) Doğal Unsurlar: Doğal kaynaklar, coğrafik durum, temiz deniz ve çevresi, güneş ve kumsallar, kaplıca ve şifalı sular

2-) Sosyo-Kültürel Unsurlar: Gelenek ve görenekler, kültürel varlıklar, siyasal yapı, eğitim durumu, kentleşme oranı

3-) Ekonomik Unsurlar: Turistik ürünlerin fiyatı, genel ekonomik durum, altyapı olanakları, turizm endüstrisinin ekonomik gücü

4-) Psikolojik Unsurlar: Ülkeler arasında tarihi, kültürel ve dinsel ilişkiler, toplumların gelenek, görenek ve davranış biçimleri, moda, alışkanlıklar, kullanılan dil, yeme-içme kültürü

1.4.4. Turizm İşletmeleri

Karmaşık bir yapısı olan turizm endüstrisinin mahiyetine birçok birim girmektedir. Dolayısıyla bu birimler, turistin çok çeşitli beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılama görevini yerine getiren organizasyonlar veya kurumlar olarak, turizm endüstrisinin içinde yer alırlar. Turizm endüstrisine hizmet veren bu kurumlar şöyle gruplandırılabilir:

1.4.4.1. Ulaştırma İşletmeleri

Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde temel unsurlardan birisi olan insanların devamlı oturmuş oldukları yerlerden başka yerlere gitmesi yani yer değiştirmesi olayı ulaştırma olanakları sayesinde mümkün olmaktadır. Bir yerin çekiciliği, cazibesi, fiyatının uygunluğu, hizmet kalitesi ne kadar uygun olursa olsun, o bölgeye tüketicileri taşıyacak uygun, yaygın ve organize edilmiş bir ulaştırma sistemi yoksa bütün cazibesini yitirecektir. Bu nedenle ulaşım imkanları ve çeşitliliği bölgelerin turizm potansiyelini destekleyen ve arttıran en önemli özelliklerden birisidir. Turizm sektöründe ulaştırma işletmeleri karayolu, havayolu, denizyolu ve demiryolu ulaştırma işletmeleri olarak dört grupta toplanabilir.

1.4.4.2. Konaklama İşletmeleri

Konaklama sektörü turizm işletmelerinin özellikleri bakımından birinci sırada gelmektedir. Çünkü değişik amaç ve beklentiler sonucu devamlı oturmuş olduğu yeri geçici bir süreyle terk eden kişi, gideceği yerde doğal olarak orada kalma ve konaklama ihtiyacı hissedecektir. Bu yüzden turizm hizmetlerinin temelinde yer alan bu ihtiyacı çeşitli büyüklükte ve özellikte konaklama işletmeleri vermektedir. Günümüz çağdaş turizm anlayışı içerisinde aynı zamanda bu işletmeler misafirlerinin konaklama ihtiyacı yanında yeme-içme, eğlence, spor, tedavi gibi ihtiyaçlarını da karşılamaya yönelik yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde barındırmaktadırlar. Bu işletmeler, oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, hosteller, kampingler, oberjler, termal tesisler, apart tesisler olarak sınıflandırılabilir.

1.4.4.3. Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Turizm sektöründe genellikle bir konaklama tesisi bünyesinde hizmet veren yiyecek-içecek işletmeleri, ayrıca bağımsız ticari kuruluşlar olarak da hizmet sunmaktadırlar. Müşterilerine ayrı bir birim olarak yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak hizmet sunan bu işletmeler yerleşim merkezlerinde yer alabileceği gibi çeşitli doğal ve kültürel zenginliklerin bulunduğu bölgelerde de hizmet sunabilmektedirler. Özellikle bölgesel tatları ve damak zevkini sunuma yönelik işletmeler çeşitlilik göstermektedir. Lokantalar, fast-food tarzı işletmeler, bir bölgeye özgü düzenlenmiş ve yöresel lezzet sunan işletmeler örnek verilebilir.

1.4.4.4. Seyahat İşletmeleri

Bu işletme grubunda turistik ürünlerin sunumunda toptancı durumunda yer alan "tur operatörleri" ve perakendeci olarak çalışan "seyahat acenteleri" yer almaktadır. Farklı turizm işletmeleri tarafından üretilen (ulaştırma, konaklama, transfer, yeme-içme, eğlence, rehberlik) hizmetleri paket tur adı altında bir araya getirerek yeni bir tek bir ürün oluşturan ve bu ürünü kendi satış büroları veya seyahat acenteleriyle tüketiciye yönelik satışa sunan işletmelerdir. Seyahat acenteleri ise, tur operatörlerinin meydana getirdiği paket turları belirli bir komisyon karşılığında satan, bunun yanı sıra kendisi de doğrudan paket turları meydana getiren ve bunları satın alan turistlere gittikleri bölgeler hakkında bilgi veren aracı kuruluşlardır.

1.4.4.5. Rekreasyon İşletmeleri

Rekreasyon kelimesi anlam olarak, "dinlendirmek, eğlendirmek, canlandırmak" anlamlarına gelmektedir (www.tdkterim.gov.tr). Rekreasyon işletmeleri, insanların boş zamanlarını değerlendirmek, eğlence ve dinlenme, psikolojik tatmin ihtiyaçlarını giderme amacıyla çeşitli etkinlikler sunan kuruluşlardır. Rekreasyon işletmeleri, doğal, sportif, kültürel ve eğlenceye yönelik olarak hizmet sunarlar. Alışveriş ve eğlence merkezleri, Disneyland, tiyatrolar, baleler, gece kulüpleri, oyun salonları, spor merkezleri, çeşitli şehirlerde yapılan yarışma ve festivaller, hayvanat bahçeleri, lunaparklar örnek gösterilebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. DENİZ TURİZMİ KAPSAMINDA KRUVAZİYER TURİZMİ

İnsanların denizlerle ve okyanuslarla olan ilgisi hangi amaçla olursa olsun tarihin bilinen ilk çağlarından günümüze kadar devam etmiştir. Özellikle medeniyetlerin kurulup, insanların toplu yaşama geçmesi ve ulaşım araçlarının gelişmesi ile artan bu ilgi, ticaret yapma, yeni yollar, yeni yerler keşfetme isteği ile doruğa çıkmıştır. İnsanların birbirleriyle iletişim kurması, birbirlerini tanıması ve sonuçta bu ilişkiyi de karşılıklı yarar güdüsü içerisinde devam ettirmesi için seyahat gerekli bir ihtiyaç haline dönüşmüştür. Deniz temelli seyahatlerde bu ihtiyacın karşılanması için en uygun ulaşım yöntemi olmuştur. Çünkü deniz ulaşım araçlarını kullanarak yapılan seyahatler, özellikle insanlığın gelişim sürecinde uzak mesafelere ulaşmak, yeterli miktarda yük ve insan taşımak, zamandan tasarruf etmek için uygun bir seyahat biçimi oluşturmaktaydı. Günümüzde de dünya üzerinde yapılan ticari taşımacılığın büyük bir kısmı yine deniz ticareti ile yapılmaktadır. Büyük limanlar ve şehirler kullanılarak yapılan kıtalararası taşımacılık önemini modern dünya üzerinde de yitirmemiştir.

Denizler kullanılarak yapılan bu ulaştırma faaliyetleri tabi ki yalnızca yük ve eşya taşımacılığından ibaret değildir. İnsanlar deniz ulaşımını aynı zamanda tarihi devirler boyunca kişisel ve toplu seyahatler için de kullanmışlardır. İlk zamanlarda yeni, verimli ve zengin topraklar keşfetme, dini inançlar sebebiyle kutsal bölge ve eserleri ziyaret, diplomatik ilişkiler kurma ve geliştirme yapılan bu seyahatlerin nedenlerini oluşturmaktaydı. Bilimin ve teknolojinin gelişmesiyle, sanayileşmiş çağdaş toplumların kurulması sonucunda oluşan modern turizm bilinci, insanların deniz seyahatlerinin de bilinçli ve düzenli olarak yapılmasına olanak vermiştir. Gemi seyahatleri tüm dünya üzerinde önceden oluşturulmuş bir plan ve program dahilinde yapılmaya başlanmış ve her yıl turizm olayına katılan milyonlarca turistin de ilgisini çekmeye başlamıştır (İncekara ve Yılmaz, 2002:11).

Deniz Turizmi ile ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Deniz Turizmi Yönetmeliği" hazırlanmış ve bu yönetmelik 24.07.2009 tarihinde 27298 sayılı resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik resmi dayanağını 12.03.1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizm Teşvik kanununun otuz yedinci maddesinin birinci fıkrasının (A) bendinin (4) numaralı alt bendinden almaktadır. Ülkemizde deniz turizmi ile ilgili resmi düzenlemelerin ve uygulamaların yer aldığı bu yönetmelik toplam onbir bölüm ve 62 madde üzerinden yayınlanmıştır. Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımların yer aldığı birinci bölüm şu şekildedir:

Amaç:

MADDE 1 – (1) Bu Yönetmeliğin amacı; denizcilik ve turizm hizmetleri açısından deniz turizmi tesisleri ve araçlarının yatırım ve işletmeciliğinin geliştirilmesi, teşviki, bunların güvenli bir biçimde kullanılması, bu işletmelerin ülke ekonomisine ve ülke turizmine yararlı olacak şekilde nitelik ve standartlarının belirlenmesi, bu alanda faaliyet gösteren yatırımcı ve işletmecilerin uyması gereken

asgari kuralların belirlenerek deniz turizmi sektörünün uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve kalitesinin yükseltilmesini sağlamaktır.

Kapsam:

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

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

Dayanak:

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

Tanımlar:

MADDE 4 – (1) Bu Yönetmeliğin uygulanmasında;

a) Bakan: Kültür ve Turizm Bakanını,

b) Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığını,

c) Belgeli işletmeler: Bakanlıkça turizm yatırımı belgesi veya turizm işletmesi belgesi verilmiş deniz turizmi tesisleri veya araçlarını,

ç) Deniz turizmi araçları: Deniz turizmi hizmetinde gezi, spor, eğlence amaçlı, denize elverişlilik belgesine sahip, gerçek ve tüzel kişilere ait özel ve ticari yatları, kruvaziyer gemileri, günübirlik gezi teknelerini, yüzer otel, yüzer lokanta, su üstünde veya su altında hareket etme kabiliyetine sahip araçlar ile diğer deniz turizmi araçlarını,

d) Deniz turizmi araçları yatırım ve işletmecisi: Bakanlıktan alınan turizm yatırım belgesi ile yatırımı yapan veya işletme belgesi almak suretiyle sahip oldukları veya kiraladıkları Türk veya yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarını, mürettebatlı veya mürettebatsız olarak gezi, spor ve eğlence amacıyla geçici süreler ile kiraya veren, kendi ürünlerinin pazarlamasını yapan, gerçek veya tüzel kişileri,

e) Deniz turizmi işletmeleri: Türk veya yabancı uyruklu gerçek veya tüzel kişilerce, birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçlarını işleten ticari işletmeleri,

f) Deniz turizmi tesisleri: Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı, münhasıran deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım hizmetleri, bu araçlarla gelen yolculara yeme, içme, dinlenme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerden birkaçını veya tamamını sunan kruvaziyer gemi limanı, yat limanı, çekek yeri, rıhtım ve iskele gibi turizm tesislerini,

g) Deniz turizmi tesisleri yatırım veya işletmecisi: Bakanlıktan turizm yatırım veya turizm işletme belgesi almak suretiyle deniz turizmi tesisi yatırım ve işletmeciliği ile tesislerinin pazarlamasını yapan, faaliyet alanları Bakanlıkça belirlenen gerçek veya tüzel kişileri,

ğ) Deniz turizmi yatırımı: Türk veya yabancı uyruklu gerçek veya tüzel kişilerce, deniz turizmi tesislerine ve deniz turizmi araçlarına yapılan yatırımları,

h) Doğrudan turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen deniz turizmi tesisi ve deniz turizmi araçları işletmelerine turizm yatırımı belgesi almadan doğrudan turizm işletmesi belgesi taleplerinde verilen belgeyi,

ı) Kanun: 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununu,

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

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

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

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

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

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

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

ifade eder.

Deniz turizmi genel olarak ele alındığında yatçılık ve yat limancılığı, günlük turlar (guletle yapılanlar), su altı ve su üstü işletmeciliği, feribot işletmeciliği ve kruvaziyer turizmi şeklinde ayrılabilir.

2.1. Yatçılık ve Yat Limancılığı

Dünya üzerinde turizm anlayışı ve turizm talebi artık klasikleşmiş olan güneş, kum, deniz anlayışını terk etmekte, değişen tatil anlayışları daha aktif turizm alanlarına kaymaktadır. İnsanları doğaya dönme ve aktif uğraşılarda bulunma isteği sağlık turizmi, kültür turizmi, golf, avcılık, su sporları ve yatçılık gibi aktif turizm şekillerini ortaya çıkarmıştır.

Motorlu, yelkenli, hem motorlu hem de yelkenli olabilen yatların tarihçesi oldukça eskiye dayanmaktadır. İlk kez Hollandalılar "yaght" ismini vermişlerdir. İngiltere'de ise bu kelime "yacht" şeklinde dönüştürülerek İngilizce' ye geçmiş ve günümüzde kullanılır olmuştur (Kocabıçak, 1996:27).

İnsanların kendilerini daha özgür ve rahat hissettikleri ortamlar yaratan yat turizmi, ülkemizde ve dünya üzerinde gittikçe gelişen bir seyir izlemektedir. Yatlar, basit bir tanımlamaya göre gezi, spor ve eğlence amacıyla kullanılan teknelerdir. Bir başka ifadeyle, konaklama, mutfak, banyo gibi yaşam bölümlerinden oluşan, suda yüzen, seyahat ve turizm amaçlı kullanılan deniz araçlarıdır (Keleş, 2003:56). 1983 yılında kabul edilen 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'nun 37. maddesine dayanılarak yürürlüğe giren Yat Turizminin Geliştirilmesi Hakkındaki Yönetmelikte yat; "ölçü belgesinde yat şeklinde tescil edilen gemilerle, ölçü belgesinin bulunmaması halinde gezi ve spor amacıyla yararlanılan, ancak yük ve yolcu gemisi niteliğinde olmayan tekmil deniz araçları" diye belirtilmiştir. Bu yönetmelik 23 Haziran 1991 tarihinde "Yat Turizmi Yönetmeliği" olarak değiştirilmiştir. Yapılan bu değişikliğe göre yatın tanımı şu şekilde oluşturulmuştur; "Yat tipinde inşa edilmiş, gezi ve spor amacıyla yararlanılan, taşıyacakları yolcu sayısı 36'yı geçmeyen, yük ve yolcu gemisi niteliğinde olmayan, ölçü (tonilato) belgelerinde Ticari Yat veya Özel Yat olarak belirtilen deniz araçlarıdır (Narin, 2000:20). Özellikle gemi adamları yönetmeliğini yayınlayan ve liman başkanlıkları aracılığı ile uygulayan ulaştırma bakanlığı açısından sektörün başlangıcı 1986 yılıdır denilebilir. Bu yönetmelikte yat tanımı şu şekilde yapılmaktadır; "spor, gezi ve eğlence amaçlı, gros tonajı 150'yi kütük boyu 33 metreyi ve yolcu sayısı 12'yi aşmayan ticari gemiler" şeklindedir (Güzel, 2006:13). Kültür ve Turizm bakanlığı tarafından hazırlanan ve 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak

yürürlüğe giren Deniz Turizm Yönetmeliği Beşinci Bölümü Madde 23'te yatlar şu şekilde tanımlanmaktadır; "Yatlar, gezi, spor ve eğlence amacıyla deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, taşıdığı yolcu sayısı on ikiyi geçmeyen, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, kamarası, tuvaleti ve mutfağı olan deniz aracıdır.

Yatlarla yapılan turistik seyahatlere bakıldığında ticari yatlarla yapılanlar ve özel yatlarla yapılanlar olmak üzere iki şekilde gerçekleştirildiği görülmektedir. Söz konusu yatların turizm amaçlı olarak kullanılması "yatçılık" kelimesinin doğmasına neden olmuştur. Yatçılık; "Limanlar arasında düzenli yolcu ulaşımını sağlamaktan çok, gezi, eğlence, dinlenme, macera, spor amacıyla az sayıda kişinin hizmetine sunulan, tonaj olarak pek büyük olmayan gemilerle yapılan turistik ve ticari faaliyetlerdir" şeklinde tanımlanmaktadır (Kocabıçak, 1996:41). İnsanların gezi, dinlenme, eğlence, spor amacıyla ve yatla doğal, tarihi ve turistik değer ve yöreleri içine alan bir rota boyunca yaptıkları geziye de yat turizmi adı verilmektedir. Yat turizmi, psikolojik ve fiziki açıdan sağlık, spor, macera, değişik yerler görme imkanı sağlamasının yanında özgürce hareket etmek isteyenlerin tercih ettiği bir turizm çeşididir (Narin, 2000:21).

Yat limanı (Marina) ise, her türlü hava şartlarında dalga etkisine karşı güvenli, genelde deniz yapılarıyla korunmuş, özellikle yatların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hizmet birimleriyle donatılmış turizm işletmeleridir (Keleş, 2003:57). Yatlara, güvenli bir bağlama yeri ve her yata doğrudan yürüyerek çıkılmasına olanak sağlayan, her zaman yeterli derinlikte su bulunan, yatlara çekek, bakım ve onarım hizmetleriyle, yatçılara da sosyal ve kültürel imkanlarla her çeşit turizm hizmetini sunabilen komple turistik tesisler yat limanı (marina) olarak adlandırılır (Çağlayan, 1995:228). Marina kelimesi 1928 yılından itibaren ABD'de kullanılmaya başlanmış, yabancı dilde liman karşılığı olan ve İngiltere'de özellikle denizden yararlanma imkanlarını tanımlamak için kullanılan terim olup, yatların konaklamalarına olanak tanıyan, deniz veya tatlı su limanı anlamına gelmektedir (Olgaç, 2001:5).

Türkiye'nin en donanımlı marinaları İstanbul (Ataköy ve Kalamış), Güney Ege ve Akdeniz kıyılarında İzmir, Kuşadası, Bodrum, Datça, Bozburun, Marmaris, Göcek, Fethiye, Kalkan, Kas, Finike, Kemer ve Antalya'da yer almaktadır. Bu tam donanımlı limanlarda, yatçılar gereksinim duydukları hizmet ve mühimmatı bulabilmektedirler. Antalya, Dalaman, İzmir ve İstanbul havaalanları tüm Türk marinalarına süratli bağlantı kurabilmekte kolay bir uçuştan sonra yatınıza binip deniz yolculuğuna başlanılabilmektedir.

Yatlar yapmış oldukları seyahatler esnasında bir başka yabancı ülkenin karasularına girdiklerinde ve limanlarına uğradıklarında sarı bayrak (Q Flag) çekmek zorundadırlar. Bu yatlara sarı bayraklı yat denilmektedir (Turizm Bakanlığı 1992b:6).

Ülkemizde yat işletmeciliği 1960'lı yıllarda balıkçılık ya da küçük kargo taşımacılığında kullanılan teknelerle başlamıştır. Teknelere gösterilen ilginin artması sonucu özellikle tarihi ve turistik önemi olan kıyı bölgelerinde bu teknelerin

sayılarının artması sonucu günümüzde ülkemizde de üretimi yapılan modern ve lüks yatların yapılması ve kullanılmasıyla yat turizmi gelişme göstermiştir. Yatlar kullanım şekillerine göre dört grup altında sınıflandırılabilir:

2.1.1. Mürettebatlı Yatlar

Gulet adı verilen ahşap gövdeli ve kamaralı teknelerdir. Bunlar eski balıkçı gemilerinin elden geçirilerek değiştirilmesi ile oluşturulmuş teknelerdir. 1960'lı yıllarda tirol teknelerine kamara ve alaturka tuvalet eklenerek başlayan bu çok özel yapı biçimi bugünlerde 20-23 metre boyunda her kabininde özel deniz tuvaleti, 6-8 ton kullanma suyu pis su tankları ve ferah kamaraları ile ilginç bir noktaya ulaşmıştır. Yat işletmecileri derneğinin 1990 yılında yaptığı bir araştırma sonucunda mavi yolculuk adı verilen garanti deparlı paket turlarının genelinde otel, resort, kulüp tatillerinden çok daha ilgi çektiği belirlenmiştir.

2.1.2. Mürettebatsız Yatlar

Mürettebatsız yatlar tümü ile ithal edilerek Türk bayrağı çekilen yada Türk yat işletmelerinin şemsiyesi altında kendi bayrağı altında kiralanan teknelerdir. Büyük bir çoğunluğu yelkenli olup son birkaç yıldır motorlu yatlarda işletilmektedir. Bu sınıftaki yatlar yabancıların kendi ülkelerinde sürekli gördükleri ve tanıdıkları dünya çapında markalardır. Mürettebatsız teknelerde gemicilik ve hizmet görevini kiralayanlar kendileri yerine getirmektedir. Mürettebatsız yat kiraya veren işletmelerin en büyük sorunu filolarını yenilemekte ve yeni tutmakta karşılaştıkları güçlüklerdir.

2.1.3. Grup Halinde Yat Kiralama

En az yedi ve daha fazla yatın belirli bir düzen içerisinde beraberce gezmek üzere kiralanmasıdır.

2.1.4. Özel Yatları Kiralama

Yat işletmelerinin özel yat sahipleri ile anlaşma yaparak kendi müşterilerinin bu yatları kiralamalarına aracılık yapma faaliyetidir.

2.2. Günlük Turlar (Guletle Yapılanlar)

Gulet, Anadolu'nun batı ve güney kıyılarında yüzlerce yıldır balıkçılık ve taşımacılık amacıyla kullanılan özgün planlı teknelerdir. Tamamen usta yapısı ve el işi olan gövdeleri ve iç bölmeleri genellikle çam, kestane ve maun gibi ağaçların kerestesinden inşa edilir. Günümüz insanının çağdaş gereksinimlerine göre son yıllarda yeniden dizayn edilen guletler, farklı büyüklüklerde, farklı standartlarda ve farklı yolcu kapasitesine sahiptir. Hepsinde konforlu kamaralar, duş, wc, salon, güneşlenme alanları bulunmaktadır. Geleneksel Türk Guletleri, Akdeniz'in muhteşem güzelliklerine sahip kıyılarında kullanılan, motor ve yelken donanımlı, özel bir dizayna sahip ahşap gezi tekneleridir. Güverteleri, üzerindeki günlük

yaşamın gereklerine göre planlanmıştır. Genellikle teknelerin kıç güverteleri, yemek ve dinlenme amacıyla kullanılır. Ön güverte ise güneşlenme terası olarak değerlendirilir. Çağdaş planlı tekneler, geleneksel dizaynlarını korumakla birlikte, geçmişte balıkçılık ve taşımacılık amacıyla kullanılan örneklere göre daha modern aksesuar ve ekipmana, daha geniş karineye ve kullanım alanına sahiptirler (www.tr.vikipedia.org).

Türkiye'nin yerli deniz aracı Guletlerin özgün tasarımı pratiklik ve geleneği mavi seyahatle özdeşleşen rahat bir tarzda kaynaştırmaktadır. Yıllardır balık avı ve ulaşım amaçlı geleneksel sanat türünden geniş güverteli şimdiki görüntülerine doğru gelişme göstermişlerdir. Bodrum, Bozburun, Marmaris, İstanbul, ve Karadeniz kıyılarındaki tersanelerde inşa olunan bu gemiler, motorlarıyla birlikte tam deniz aracı teçhizatıyla donatılmaktadırlar. Guletlerdeki yolcu sayısı geminin boyuna bağlı olmakla birlikte, çoğu sekiz ile on iki kişi barındırabilmektedir.

Bu gemiler yolculara müstakil konaklama sağlayabilmekte, kiralandıklarında hizmet ve eğlence satın alabilmektedir. Modern Guletler evin tüm konforuyla donatılmış olup kendinize tümüyle hoş vakit sağlayacağınız bir çevreye özendirmektedir. Deniz yolculuğunda küçük grupların yakınlığı, dostluk ve paylanma atmosferini geliştirmekte; müşteriler ve mürettebat arasında rahat ilişkiler yaratılabilmektedir.

Küçük liman ve yerleşimler kıyı hayatinin büyük gemilerin gerçek şekilde yansıtamadığı samimi bir görünümünü sunmaktadırlar. Bir bakıma Gulet odası denize bakan manzaranın devamlı değiştiği tam servisli bir otele benzetilebilir.

Türkiye limanlarına uğrayan sarı bayraklı yatların tablo 4'e bakılarak yıllara göre dağılımı incelenecek olursa, belirgin bir artış olduğunu görülmektedir. 2009 yılında genel toplamda 8100 özel, 3168 ise ticari amaçlı yatın limanlarımıza geldiği saptanmıştır. Türkiye limanlarına en çok gelen yabancı yatlar ise ABD bandıralı yatlardır. 2009 yılında, 2318 özel, 99 ticari amaçlı ABD bandıralı yat gelmiştir. Bunları Avupa (İngiltere, Almanya, Fransa, Yunanistan) ülkelerine ait yatlar takip etmektedir.

Tablo 5'e bakarak Türkiye limanlarına gelen sarı bayraklı yatların yolcu ve mürettebatlarını incelediğinde ise 2007 yılından başlayarak 2009 yılı dahilinde çeşitli dalgalanmalar olduğunu görülebilir. Yabancı yolcu ve mürettebat sayısının 2008 yılında, 2007 yılına göre ticari amaçlı yatlarla gelenlerde artmış, özel yatlarla gelenlerde ise azalmıştır. Bu rakam 2009 yılında, 2008 yılına göre ticari yatlarla gelen kişilerde azalmış, özel yatlarıyla gelenlerde ise artmıştır. Yine Tablo 5'e bakarak limanlarımıza gelen yolcu ve mürettebatın uyruk olarak daha çok Avrupa ülkelerinden gelen kişiler olduğu görülmektedir. 2009 yılında en çok yolcu ve mürettebat Birleşik Krallık'tan ülkemize gelmiştir. Ticari amaçlı yatlarla 3914 kişi, özel yatlarla da 3623 kişi limanlarımıza uğramıştır. Bunu diğer Avrupa ülkeleri (Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda) takip etmektedir.

TABLO.4- ÜLKEMİZ LİMANLARINA GELEN SARI BAYRAKLI YATLARIN BANDIRALARINA, CİNSLERİNE VE YILLARA GÖRE DAĞILIMI

	2007		2008		2009		
BANDIRA	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	Flag
ALMANYA	218	763	81	585	227	795	Germany
AVUSTURYA	80	95	19	98	62	141	Austria
BELÇİKA	2	69	2	63	16	76	Belgium
DANİMARKA	4	39	6	31	7	48	Denmark
FİNLANDİYA	-	20	-	18	2	24	Finland
FRANSA	214	455	60	394	199	558	France
HOLLANDA	184	266	21	196	67	286	Netherlands
İNGİLTERE	328	1 633	112	1 333	306	1 838	U.Kingdom
İRLANDA	1	15	-	6	-	11	Ireland
İSPANYA	-	23	-	22	3	26	Spain
İSVEÇ	7	100	1	49	4	84	Sweden
İTALYA	3	198	4	173	4	175	Italy
LÜKSEMBURG	5	22	-	15	2	24	Luxembourg
PORTEKİZ	4	3	1	6	-	3	Portugal
YUNANİSTAN	80	267	41	274	76	300	Greece
ÇEK CUM.	3	2	-	7	1	5	Czech Rep.
İSVİÇRE	2	85	-	121	3	119	Switzerland
İZLANDA	8	36	2	8	-	3	Iceland
YENİ ZELLANDA	1	32	1	29	3	43	New Zealand
NORVEÇ	5	20	-	15	1	41	Norway
A.B.D.	80	1 466	46	1 504	99	2 318	U.S.A
AVUSTRALYA	7	70	2	49	6	68	Australia
İSRAİL	6	112	1	105	1	86	Israel
KANADA	1	42	-	47	3	40	Canada
MALTA	35	79	51	57	43	100	Malta
DİĞER	80	445	37	530	64	697	Others
YABANCI TOPLAM	**1 358**	**6 360**	**488**	**5 738**	**1 199**	**7 914**	**T. Foreign**
TÜRK	**2 061**	**754**	**2 600**	**89**	**1 969**	**186**	**Turkey**
GENEL TOPLAM	**3 419**	**7 114**	**3 088**	**5 827**	**3 168**	**8 100**	**Grand Total**

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Yat İstatistikleri 2009

TABLO.5 - ÜLKEMİZ LİMANLARINA SARI BAYRAKLI YATLARLA GELEN YOLCU VE MÜRETTEBATIN MİLLİYETLERİNE VE YILLARA GÖRE DAĞILIMI

	2007						2008						2009						
	YOLCU		MÜRETTEBAT		TOPLAM		YOLCU		MÜRETTEBAT		TOPLAM		YOLCU		MÜRETTEBAT		TOPLAM		
MİLLİYET	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	TC	ÖP	Nationality
ALMANYA	1814	1364	527	1559	**2341**	**2923**	2829	497	157	1196	**2986**	**1693**	2405	908	554	1271	**2959**	**2179**	Germany
AVUSTURYA	422	177	303	251	**725**	**428**	431	137	57	291	**488**	**428**	302	209	133	208	**435**	**417**	Austria
BELÇİKA	333	182	66	125	**399**	**307**	279	88	8	104	**287**	**192**	315	139	34	112	**349**	**251**	Belgium
DANİMARKA	267	119	2	85	**269**	**204**	338	61	4	44	**342**	**105**	123	71	4	72	**127**	**143**	Denmark
FİNLANDİYA	36	24	5	36	**41**	**60**	88	16	1	51	**89**	**67**	65	30	11	39	**76**	**69**	Finland
FRANSA	2243	711	178	1193	**2421**	**1904**	1884	461	67	1018	**1951**	**1479**	2760	914	153	1049	**2913**	**1963**	France
HOLLANDA	792	459	218	340	**1010**	**799**	945	164	37	363	**982**	**527**	579	306	67	398	**646**	**704**	Netherlands
İNGİLTERE	4496	2483	737	2101	**5233**	**4584**	7371	847	211	1770	**7582**	**2617**	3398	1270	516	2353	**3914**	**3623**	U.Kingdom
İRLANDA	75	45	17	53	**92**	**98**	97	26	1	24	**98**	**50**	52	64	9	89	**61**	**153**	Ireland
İSPANYA	366	115	13	60	**379**	**175**	439	65	7	85	**446**	**150**	409	104	11	90	**420**	**194**	Spain
İSVEÇ	176	179	14	178	**190**	**357**	129	63	2	101	**131**	**164**	160	157	7	188	**167**	**345**	Sweden
İTALYA	1428	574	124	694	**1552**	**1268**	1347	591	73	603	**1420**	**1194**	1292	808	48	528	**1340**	**1336**	Italy
LÜKSEMBURG	60	20	1	20	**61**	**40**	35	6	-	12	**35**	**18**	29	20	2	8	**31**	**28**	Luxemburg
PORTEKİZ	40	14	8	5	**48**	**19**	34	25	2	7	**36**	**32**	43	8	-	13	**43**	**21**	Portugal
YUNANİSTAN	111	554	42	644	**153**	**1198**	154	649	35	592	**189**	**1241**	279	847	48	601	**327**	**1448**	Greece
ÇEK CUM.	14	3	2	12	**16**	**15**	22	13	1	14	**23**	**27**	14	26	6	19	**20**	**45**	Czech Rep.
İSVİÇRE	185	132	32	246	**217**	**378**	327	155	14	297	**341**	**452**	326	198	49	248	**375**	**446**	Switzerland
İZLANDA	-	4	12	9	**12**	**13**	26	-	4	6	**30**	**6**	3	5	-	3	**3**	**8**	Iceland
MACARİSTAN	12	16	9	21	**21**	**37**	39	21	4	20	**43**	**41**	7	22	10	20	**17**	**42**	Hungary

TABLO.5 - ÜLKEMİZ LİMANLARINA SARI BAYRAKLI YATLARLA GELEN YOLCU VE MÜRETTEBATIN MİLLİYETLERİNE VE YILLARA GÖRE DAĞILIMI

	2007						2008						2009						
	YOLCU		MÜRETTEBAT		TOPLAM		YOLCU		MÜRETTEBAT		TOPLAM		YOLCU		MÜRETTEBAT		TOPLAM		
MİLLİYET	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	T C	Ö P	Nationality
MEKSİKA	9	11	-	4	9	15	5	6	-	1	5	7	8	17	-	3	8	20	Mexico
YENİ ZELLANDA	66	87	6	140	72	227	69	73	2	101	71	174	66	91	12	266	78	357	New Zealand
SIRBİSTAN&KARADAĞ	12	5	-	1	12	6	5	9	-	6	5	15	8	4	3	10	11	14	Serbia and Mont.
MALTA	-	7	4	7	4	14	-	-	-	4	-	4	8	-	2	8	10	8	Malta
İSRAİL	141	352	79	671	220	1 023	111	431	14	509	125	940	119	528	26	381	145	909	Israel
DİĞER	1068	1742	282	1353	1350	3095	676	1113	102	1066	778	2179	1127	1737	289	1708	1416	3445	Others
YABANCI TOPLAM	15456	10627	2771	10562	18227	21189	18984	6340	838	9023	19822	15363	15104	9419	2093	10840	17197	20259	T. Foreign
TÜRK	2155	2159	6453	5122	8608	7281	2065	1821	7170	3242	9235	5063	2467	3746	6365	4614	8832	8360	Turkey
GENEL TOPLAM	17611	12786	9224	15684	26835	28470	21049	8161	8008	12265	29057	20426	17571	13165	8458	15454	26029	28619	Grand Total

T: Ticari C: Commercial Ö: Özel P: Private

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Yat İstatistikleri 2009

2.3. Feribot İşletmeciliği

Feribot kelimesi dilimize İngilizce "Ferry" kelimesinden geçmiştir. Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlüğünde Türkçe anlamı "Arabalı Vapur" olarak adlandırılmaktadır. Okyanuslarda, özellikle boğaz ve küçük denizlerde bir sahilden diğer sahile, vasıta, yük ve yolcu gibi her türlü nakliyat işinde kullanılan bir çeşit gemidir. Bu çeşit vapurlar özellikle köprü kurulamayacak geniş sularda, iki yaka arasında demiryolu bağlantısı kurarak katarların sürekliliğini sağlamaya yarar. Araba taşıyan feribotlar yanında tren vagonları taşıyan cinsleri de vardır. Bu feribotlarda tren rayları bulunur. Standart feribotun iki ucu yuvarlak, üst kısmı geniş olup, makinesi feribotu ileri ve geri alabilecek cinstedir. Uzunlukları 30-40 m arasında değişir. Boylarına göre enleri diğer gemilere göre daha geniştir. Okyanusta çalışanlar normal tiplerden biraz değişiktir. Bunlar standart gemi türünde olup, arabalar için kullanılanlarda, arka veya yan kapaklar mevcuttur. Özellikle dünyada, Manş ve Baltık denizlerinde, Volga Nehrinde, Japonya ve Yeni Zelanda'da yaygın olarak kullanılır. Araba feribotlarından dokuz bin tonluk olanları da mevcuttur (www.turkcebilgi.com).

Feribot seferleri Türkiye'de Çanakkale-Bozcaada-İmroz, Mersin-Girne, Darıca-Yalova, İstanbul-İzmir, İstanbul-Bandırma ve İstanbul Boğazının iki yanında yapılmaktadır. Ayrıca yaz aylarında İzmir-Trieste (İtalya), Trabzon-Köstence arasında (Ro-Ro) feribot seferleri düzenlenmektedir (www.feribotseferleri.com).

Petrol ürünlerinin her geçen gün artması, daha ucuz olan deniz taşımacılığının önemini arttırmaktadır. Bu bakımdan arabaların nakli için tercih edilen feribotlara rağmen daha fazladır. İkinci Dünya Savaşından sonra köprü yapma teknolojisinde meydana gelen gelişmelerle, kısa hatlardaki feribot seferleri zaman içerisinde terk edilmeye başlanmıştır.

2.4. Kruvaziyer Turizmi

Kruvaziyer turizmi, turizm faaliyetinin yapıldığı alan bakımından deniz temelli bir turizm çeşididir. Hizmet, hem lüks donanıma sahip bir gemi içerisinde hem de geminin uğradığı çeşitli şehir ve limanlarda iki yönlü olarak verilmektedir. Yolcular gemi içerisinde, beş yıldızlı bir konaklama işletmesi kalitesinde konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlence gibi hizmetleri alabilmekte, geminin uğradığı ülke, liman ve şehirlerde de çevre gezileri, alışveriş, festival ve kutlamalara katılabilmektedirler.

2.4.1. Kruvaziyer Turizmin Tanımı

Tamamıyla turizm ve seyahat endüstrisi içerisinde yer alan deniz gezisi işi değişik turizm kesimlerini bir araya getirmektedir. Kruvaziyer turizm işletmeciliği tek bir endüstriyel sınıfa sokulamamaktadır. Konaklama veya taşıma endüstrilerinin aksine (örneğin, oteller ve uçaklar) deniz gezisi kendi başına bir endüstri olarak kabul edilmektedir. Deniz gezisi endüstrisi sıklıkla sadece taşımacılık sektörünün bir parçası olarak gösterilmektedir. Deniz gezisinin bazı dalları turistik etkinlikler, dinlenme tesisleri, eğlence ve konaklamaya da uzanmasına rağmen konaklamaya

örnek olarak restoranlar ve kalınacak yerler örnek verilmiştir ve açık bir şekilde taşımacılığın bir parçası olarak belirtilmektedir. Seyahat endüstrisini değişik taşıma şekillerine göre sınıflandırılmıştır. "kara yolu ile taşıma, hava yolu ile taşıma, demir yolu ile taşıma, ve denizyolu ile taşıma". Yolcu taşımacılığını da kendi içerisinde alt bölümlere ayrılmıştır: Denizde deniz gezisi, nehirde tekne seyahati, feribotlar ve yatlar.

Dünya çapında seyahat gemilerinin önemlerini yolcu taşıma araçları olarak kaybetmelerine rağmen deniz turizminin bir parçası olarak, tatil trafiğinde giderek artan bir yer edinmektedirler. Buna ek olarak "charter" taşımacılığını düzenli tarifeli taşımacılıktan ayrılmıştır. Bu nedenle şunu söyleyebiliriz ki; deniz gezisi bir tatil kategorisidir. Bir deniz gezisi tecrübesi büyük bir oteldeki konaklamayı yansıtır ve pek çok açıdan aynı işlevlere sahiptir Deniz gezisi her şeyin fiyata dahil olduğu bir paket turdur. Seyahat gemisi uzmanlar tarafından lüks otellerde bulunan hizmet kalitesinde hizmet verilen yüzen bir otel olarak tanımlanır. Fakat, bir gezi gemisindeki yolcular sıklıkla aynı gün ziyaretçileri ve gezinticileri olarak tanımlanırlar ki Dünya Turizm Örgütüne göre de "aynı gün gelen ve ayrılan ziyaretçiler" olarak tasvir edilirler (www.unwto.org). Bu yüzden bir durakta birden fazla gece konaklamazlar. Deniz gezisi yolcuları belirli bir limanda- en azından yerel olarak 24 saatten daha fazla kalmadığı için mürettebat ve seyahatçiler ile aynı gruba konulurlar. Uluslararası Denizcilik Organizasyonu tarafından tanımlandığı gibi, deniz gezisi yolcuları bir ülkeye seyahat gemileriyle gelenlerdir ve bir veya daha fazla süreli karaya çıkışlarda bile geceyi gemide geçirirler.

Kruvaziyer turizm, deniz temelli turizm kategorisi içinde yer almaktadır. Kruvaziyer turizminde de liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler vardır. Kruvaziyer gemilerin uğradığı limanlar ve bu limanlarda, kruvaziyer turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin ağırlıkla yatırım yaptıkları alanları oluşturmaktadır. Ancak, kruvaziyer turizmin temelinde deniz ve gemi seyahati vardır. Gemi seyahati, gemide sunulan her türlü hizmet ve liman ziyaretlerinden oluşan bir turistik ürün olarak kruvaziyer turizm, ayrıca diğer ulaştırma ve konaklama hizmetlerinden de yararlanmaktadır. Kruvaziyer gemi seyahati belirli limanlardan başlar. Belirli sayıda limanlar arasında ve belirli sürede sürecek olan seyahatin öncesinde ve sonrasında, katılımcıların ulaşımı ve konaklaması, turistik ürünü diğer bileşenleridir.

"Cruise" kelimesi İngilizce'de Türkçe anlam olarak "yol almak, seyir etmek, gemi ile dolaşmak" şeklinde ifade edilmektedir. "Cruiser" kelimesi de "gemi ile yapılan seyahat" anlamına gelmektedir (www.ingilizceturkce.com). Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (Cruise Lines International Association, CLIA) kruvaziyer turizmin tanımını şu şekilde yapmıştır: "Seyahati programlanmış, derin sularda iki gün ya da daha fazla kalan, en az 100 yolcu kapasiteli gemilerdir" (www.cruising.org). Bu tanıma göre yük taşıyan gemilerle kısa mesafeli tur yapan operatörler, feribotlar ve teknelerin kapsam dışı tutulduğu görülmektedir. Mesela Yunan adaları arasında veya Yunan adalarıyla Türkiye limanları arasında günlük yolcu taşıyan ya da kısa tur yapan teknelerin ya da feribotların, kruvaziyer turizme dahil olması mümkün değildir.

Kültür ve Turizm Bakanlığımız kruvaziyer turizmin tanımını ise 24.07.2009 tarihinde 27298 sayılı resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren Deniz Turizm Yönetmeliğinde şöyle açıklamıştır: " Kruvaziyer gemiler, gezi, eğlence ve spor amacıyla önceden belirlenmiş program ve rotada seyreden, deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun konaklama, yeme, içme, eğlence, dinlenme, spor etkinliklerine uygun üniteleri bulunan, denize elverişli olan deniz turizmi aracıdır." Kruvaziyer seyahat, konukların belli bir rota izlemekten ziyade değişik destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için, bir ücret ödeyerek binmek suretiyle yapılan seyahatlerdir (İncekara ve Yılmaz, 2002:9). Bu tanıma göre de, amacı taşıma veya ulaştırma değil, konuları olan turistleri ağırlamak olan ve bu amaçla her tür hizmet donanımına sahip bulunan büyük gemilerle yapılan deniz seyahatleri, kruvaziyer turist ürününün ana eksenini oluşturmaktadır. Kruvaziyer geziler bir gemi ile yapılan bir tatil gezisidir. Önceliği iş amaçlı olarak yapılan deniz taşımacılığı (kargo gemileri) ve kendi küçük teknelerinde insanların yapmış olduğu seyahatler ile düzenli feribot seferleri bu tanım dışında kalmaktadır. Kruvaziyer seyahat öncelikle tüm gemi personelinin hizmet sunduğu eğlenceli bir tatil deneyimidir. Kruvaziyer seyahatlerin merkezinde, bir rahatlama arzusu, her şeyden uzaklaşmak, deneyimler yaşamak, öğrenmek, şımartılmak ve eğlence yer almaktadır (Mancini, 2004:3). Kruvaziyer seyahat endüstrisi ilk yolcu gemilerinin ortaya çıkışından günümüze dek belirgin bir gelişme göstermiştir. Bu değişim ve gelişmeye, gezi seferleri, transatlantik gemi seyahatleri, savaş gemilerinin yerini yolcu gemilerine bırakması ve modern kruvaziyer gemi seyahatlerinin başlaması dahil olmaktadır. Bu endüstri günümüzde turizm endüstrisi içerisinde en hızlı gelişme gösteren bir konuma gelmiştir. Kruvaziyer gemi seyahatlerinin cazibesini gösteren beş karakteristik özelliği şöyle sıralanabilir (Dowling, 2006:3):

1-) Yolculara diğer seyahat çeşitlerine göre, kısa bir süre içerisinde çeşitli yerleri sorunsuz bir şekilde ziyaret etme imkanı verir.

2-) Gemiler kendi kendilerine yeten bir donanıma sahiptir.

3-) Yolcu gemileri eğlenceli zaman geçirmeye yönelik hizmet veren personel ve idare tarafından yönetilmektedir.

4-) Yüksek kaliteli yiyecek ve içecekler zarif bir şekilde servis edilir.

5-) Herkes genelde seyahatini başladığı yerde bitirir.

Turistik ürünün pazarlanması ve sunumu açısından taşıma ve ulaştırma vazgeçilmez bir hizmet şeklidir. Ulaştırma ihtiyacı, turistik ürün türlerinin hemen tümünde turizm hizmetler zincirinin önemli bir halkasıdır. Bu halka turizm bileşenin diğer önemli unsurlarını (konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, paket turlar) da birbirine bağlamaktadır. Ulaştırma araçlarından gemiler ise, hem turizm amaçlı olarak hem de yük ve insan taşımacılığında eskiden beri yaygın olarak kullanılan ulaşım araçlarındandır. Kruvaziyer gemiler ise insanların beklentilerine uygun bir biçimde hem birbirinden farklı çeşitli bölge ve şehirleri gezme ve görme, hem de bir

beş yıldızlı otelden bile lüks bir donanım ve hizmet anlayışı içerisinde hizmet sunabilmektedirler.

Bir başka tanımda kruvaziyer turizm şu şekilde açıklanmaktadır. "Kruvaziyer Turizm; konukların, belli bir rotada işlemekten ziyade değişik destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için, bir ücret ödeyerek binmek suretiyle yapılan seyahattir". Buna göre, amacı taşıma veya ulaştırma değil, konukları olan turistleri ağırlamak olan ve bu amaçla her türlü hizmet donanımına sahip bulunan büyük gemilerle yapılan deniz seyahatleri, kruvaziyer turist ürünün ana eksenini oluşturmaktadır (Babacan, www.kalkınma.org, 2007).

Kruvaziyer turistik ürün satın alan misafirler gemiye hangi limanda ne zaman bineceklerini, hangi limanları ne kadar süre içinde ziyaret edeceklerini, bu ziyaretler sırasında liman ülkesinde, karada aktivitelere katılacaklarını, dönüşün hangi limana ne zaman olduğunu normal koşullar altında bilirler. Örnek olarak İstanbul başlangıçlı bir kruvaziyer gemi ile bir hafta süre ile Karadeniz de 5 liman ziyareti satın alan bir turist kendi olanaklarıyla İstanbul'a gelir. Programlı seyahatine başlar bitince yine aynı limanda gemiden ayrılarak ülkesine geri döner. Kruvaziyer gemiler yanaştıkları limanda ihtiyaçlarını karşılarlar. Gemi ve yolcuları için giriş-çıkış işlemleri yapılır. Limanlarda genellikle saatli sürelerde kalınır. Bu süre içinde; eğlence, ziyaretler, alış-veriş ve bunun gibi olanaklar yolculara sunulur. Bu aktivitelere katılım, genellikle kruvaziyer seyahat ücretine dahil değildir. Yerel seyahat acenteleri önceden anlaşılan fiyatlar üzerinden, çeşitli organizasyonları gerçekleştirirler.

2.4.2. Kruvaziyer Turizmin Tarihçesi ve Gelişimi

Denizler ile insanlar arasındaki ilişkilere baktığımızda, insanlık tarihinin akışı boyunca denizlerin insanlar için vazgeçilmez bir tutku olduğunu görmekteyiz. Dünya üzerinde hüküm sürmüş tüm medeniyet ve toplumların doğrudan veya dolaylı bir şekilde deniz ve deniz ulaşımı ile ilgilendiği tarihi belgelerde görülmektedir. Toplumlar denizleri kendileri için sonsuz bir kaynak olarak görmüşler ve bereketlerinden yararlanmaya çalışmışlardır. Denizlerden yararlanma insanlık tarihinin ilk aşamalarında daha çok yiyecek temin etme ve bu yolla geçimini sağlama şeklinde gerçekleşmekteydi. Medeniyetlerin gelişmesi ve teknolojinin ilerlemesi ile denizleri aşabilecek kapasite ve büyüklükte deniz taşıtları inşa edilmeye başlanmıştır. Bu deniz taşıtlarının kullanılmaya başlanması insanlık tarihinde ulaşım ve keşifler açısından bir dönüm noktası oluşturmaktadır. Çünkü özellikle, denizyolu sayesinde toplumlar birbirleriyle iletişim kurarak, aralarındaki ticari ilişkileri geliştirmişler ve yakınlaşmışlardır. Yeni bölgeler ve keşifler hep denizlerin aşılmasıyla ve deniz taşıtlarının kullanılmasıyla gerçekleşmiştir (Güzel, 2006:20).

Denizyolları gelişmeye başladığı zamanlarda ilk olarak ticaret ve keşif amacıyla kullanılmıştır. Ülkeler arasında gerçekleşen ticaretin büyük bir kısmı denizyolu ile yapılmıştır. Bunun nedenleri olarak denizyolunun ticari mal taşıma kapasitesinin büyüklüğü, güvenilir olması, sürekliliği, maliyetinin düşüklüğü ve zamanının teknolojisi açısından alternatifsiz oluşu gösterilebilir. Özellikle Avrupa ve

Akdeniz limanlarında deniz ticaretinde Cenevizliler ve Venedikliler büyük söz sahibi olmuşlar, Akdeniz'i bir ticaret gölü haline getirmişlerdir. Denizyolunda seyahat ve yolcu taşımacılığı bu zamanlarda ancak sınırlı sayıda ve ticari gemiler kullanılarak yapılmaktaydı. Bilinçli ve düzenli olarak insanların deniz taşıtlarını kullanarak seyahat etme fikri henüz tam oluşmamıştır.

19. yüzyıldan itibaren başlayan sanayi ve endüstri devrimi ile birçok alanda büyük değişiklikler ve yeni gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Özellikle ulaşım sektörü buhar gücüyle çalışan motorların icat edilmesiyle kendini büyük bir değişimin içinde bulmuştur. Yeni buharlı motorlarıyla deniz taşıtları hem hızlanmış hem de yük ve yolcu taşıma kapasiteleri artmıştır. Medeniyetin hızla geliştiği Avrupa ve Amerika kıtaları arasında hızlı ve büyük miktarlarda yük ve insan taşımacılığı başlamıştır. Özellikle yeni kıta Amerika'ya göç etmek isteyen ve buradaki zengin kaynaklardan yararlanarak kendilerine yeni bir yaşam kurmak isteyen Orta Sınıf Avrupa İnsan Toplulukları kitleler halinde denizyolunu kullanarak büyük bir göç hareketi başlatmışlardır. Teknoloji alanındaki gelişmeler sadece denizyolu taşıtlarında yaşanmamış, petrol türevi yakıtları kullanan motorların icat edilmesiyle demiryolu ve daha sonra da kara ve hava taşıtları seyahatlerde kullanılmaya başlanmıştır.

Dünya üzerinde kabul edilen ilk toplu ve düzenli yolcu taşıma faaliyetinin 1841 yılında İngiliz din ve işadamı Thomas Cook tarafından 571 kişilik bir turist kafilesini Leicester kentinden 20 kilometre uzaklıkta düzenlenen bir festivale topluca götürmesi modern anlamda ilk resmi turizm hareketi olarak kabul edilmekte ve turizm faaliyetlerinin başlangıcı olarak görülmektedir (Cartwright ve Baird, 1999:3). Fakat resmi olarak denizyolu yolcu taşımacılığında böyle toplu ve düzenli bir tur organizasyonunun ne zaman tam olarak yapıldığı konusunda çelişkiler mevcuttur. Deniz ulaştırmasının tarihine bakıldığında, Avrupa'dan Amerika'ya yapılan yoğun göç dalgasına cevap vermek amacıyla ilk ciddi denizyolu yolcu taşımacılığı gayretlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu dönemde, hem yüksek yolcu kapasitesi bulunan, hem hızlı, hem de yük taşıyabilen tarifeli gemi işletmeciliğinin devreye girdiği görülmektedir.

18. yüzyılda başlayan köle ve göçmen taşımacılığı, 19. yüzyıla gelindiğinde her bir seferde 2000 kişinin taşındığı kapasiteye erişmiştir. Cunard, White Star, Red Star, Atlantic Transport, Norddeutscher Lloy, Dominion Leyland, The French Line, Anchor Steamship, Hamburg-American gibi denizcilik firmaları, 1500 ile 2000 yolcu kapasitesine sahip gemileriyle Kuzey Avrupa ve Akdeniz limanlarından Amerika'ya insan taşımışlardır. Bu yıllar İtalya'dan Amerika'ya göçlerin hızlandığı bir dönemdir. Kuzey Atlantik'in tonajı 10.000 ile 27.000 arasında değişen gemileri bir seferde 6500 yolcu taşıma kapasitesine ulaşmışlardır. Bu gemiler 3000 adet birinci mevkii, 3500 adette ikinci mevkii yolcu taşımaktaydı. Aynı zamanda düzenlenen bu seferler denizyolu yolcu taşımacılığında tarifeli yolcu taşımacılığının öncüsü kabul edilmişlerdir. Denizyolu taşımacılığı söz konusu dönemlerde yolcu ve yük taşımacılığının yanı sıra posta taşımacılığı da yaptığından bir süre posta gemisi olarak da adlandırılmıştır (İncekara ve Yılmaz, 2002:11).

Amerika'da ilk deniz gezisi, 1867 yılında yapılan New York'tan hareket edem buharlı gemi "Quacker City" ile gerçekleştirilmiştir. Bu seyahatin reklâmı "Kutsal Topraklar, Mısır, Kırım, Yunanistan ve aradaki istenilen yerlere gezinti" olarak yapılmıştır (Güzel, 2006:20). Bu aşamada müşterilerin ilgisini çeken kişinin değişik yerlere göreceli olarak kolay ve güvenli bir şekilde seyahat edebilmesi düşüncesidir. Dünya üzerinde seyahat ve turizmin büyümesi, 19. yüzyılda buharlı gemiler ve demiryollarının ortaya çıkışı gibi güvenli bir taşımacılık sisteminin ortaya çıkışı ile gelişme göstermiştir. Turizm, bundan başka, şehirleşme, endüstriyelleşme, zenginlik ve eğitimdeki artış ve ülkedeki, denizdeki ve denizaşırı yerleri görme isteğinden faydalanmıştır. Bunların sonucunda, taşımacılığa olan talep artmıştır ve bu da gemicilik endüstrisinin temellerini atmıştır.

Deniz turizmi içinde değerlendirilen kruvaziyer gemilerle yolcu taşımacılığı ilk kez Albert Balin tarafından 19. yüzyılın sonlarında, 1890 yılında gerçekleştirilmiştir. O yıllarda yolcu ve yük gemileri arasında donanım ve hizmet açısından tam bir fark olmadığından bu seferler dünya üzerinde büyük bir ilgi yaratmamıştır. (İncekara ve Yılmaz 2002:12) Birinci Dünya Savaşından sonra Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılan göçlerin sınırlandırılması ve uçak teknolojisindeki gelişmeler neticesinde Avrupa ile Amerika arasında yapılan tarifeli transatlantik seferlerine olan talep azalmaya başlamıştır. Uçakların kıtalararası mesafeleri çok daha kısa sürelerde alabilmesi, ulaşım alanındaki rekabetin havayolunun lehine dönmesine sebep olmuştur. Örneğin, Le Havre Southampton- New York arası mesafeyi bir transatlantik gemisi 3,5 günde tamamlayabilirken, uçak ile aynı mesafe 6-8 saate kadar düşmektedir.

White Star şirketinin stratejisi, daha sessiz ve daha güvenli bir seyahat sağlayan daha önce okyanuslar arası rotada seyahat eden diğer bütün gemilerden daha büyük ve daha emniyetli gemiler inşa ederek ve bunları yüzdürerek yolcu taşımacılığında fark yaratmaktır. Her biri 40 ton ağırlığında 3 yeni gemi inşa etme kararı, çok iyi bilinen bir felaket olan "Titanic" gemisinin batması ile sonuçlanmıştır. "Olympic", "Titanic" ve "Britannic" adını alacak olan devasa gemiler tam birer "yüzen saraydılar. O dönemdeki güvenlik kurallarına göre gemideki yolcuların sayısının yarısını taşıyacak kadar cankurtaran sandalı bulundurulması yeterliydi. Bu kural da White Star Denizyollarına stratejisini gerçekleştirme imkânı vermiştir. İlk geminin 1911 yılında yaptığı ilk yolculuk çok başarılı olsa da, daha sonra gemicilik tarihinin en büyük trajedisini neden olacak ve tarihe geçmiştir. Titanic 2228 yolcu ve mürettebat ile 1912 yılında 10 Mayıs 1912 tarihinde Southhampton'dan hareket etti. Gemi Kuzey Atlantik'te bir buzdağına çarptı ve battı. Sadece 705 yolcu kazadan canlı kurtuldu. Akıllara sığmayan olmuştu, asla batmaz denilen "Titanic" batmıştır. Bu unutulmaz ve trajik "Titanic" kazasından sonra, transatlantik rotalarını daha güneye kaydırmak, su geçirmez gemi bölgelerini yükseltmek ve daha fazla cankurtaran botunun ilavesi gibi yolcu güvenliği ile ilgili birkaç değişiklik yapılmıştır. Bu yenilikler Almanya'nın yeni kuşak gemileri olan "Imperator", "Vaterland" ve "Bismark" gemilerinde uygulanmıştır. Daha güvenli bir sisteme ek olarak, su geçirmeye karşı daha iyi önlemler alınmış ve daha fazla cankurtaran botu eklenmiştir.

Çağdaş anlamdaki deniz gezisinin ilk adımlarından bir diğer örnek de Hamburg-Amerika Denizyollarının yılda bir yapılan dünyanı etrafını 125 günde dolaşan tek tarifeli deniz gezisi uygulamasıdır. 1912 yılında "Deutschland" gemisinin "Victoria Lousie'e" çevrilmesi sırasında, bu deniz yolu şirketinin geniş ek odalara yatırım yapması, yıl boyu sürecek olan deniz gezisine ilk göz kırpmayı temsil etmektedir. Bundan başka, geminin dış boyasının beyaz olmasıyla dikkatimizi çekmektedir ki bu o dönemlerde bir ilktir. Işığı daha iyi yansıttığı için ve geminin güneşli Karayiplerde seyahat etmesi amaçlandığı için, beyaz seçilmiştir. Üstün ısı yansıtma özellikleri ve çekiciliği nedeniyle beyaz gemiler günümüzde hala tercih edilmektedirler.

1914'te savaşın patlak vermesi deniz yoluyla yolcu taşımacılığını kesintiye uğratmıştır. Yolcu gemileri, asker taşıtları ve zırhlı ticaret gemileri haline dönüştürülmüşlerdir. Birinci dünya savaşında sonra, transatlantik trafiği çoğunlukla, barış zamanında kullanımı için yeniden döşenen eski gemilerle kaldığı yerden devam etmiştir. Güçlü bir pazarlamanın yardımıyla göçmenlerin yerini ünlü savaşların yapıldığı yerleri görmek isteyen öğretmenler, öğrenciler ve turistler almıştır. 1919 yılında Birleşik devletler hükümetince bu duruma karşı önlem alınmış ve yasak getirilmiştir. Bu yüzden Transatlantik seyahati için başka bir teşvik yaratıldı. Bütün bu eğilimlerden faydalanmak için gemilerin tasarımlarında bir değişiklik gerekmekteydi. Bu günümüz seyahat gemilerine benzeyen yeni tasarımlı gemilerin yapımına doğru ilk adımları oluşturmuştur. Daha fazla gemi yapıldıkça, daha büyük, daha konforlu ve hatta lüks hale gelmişlerdir. Göçmen kabinleri "üçüncü-sınıf" veya "turist sınıfı" yerleşmelerine çevrilmiş ve barlar ve kokteyl salonları eklenmiştir. Yeni aktiviteler düzenlenmiştir. Güverte tenisi, bilardo, maskeli balo aktiviteleri ve diğer aktiveler düzenlenmiştir. Bu yolla okyanuslar arası seyahat eden gemilerin heyecan verici yerler olduğu imajı yaratılmıştır. Bu gelişmelerle ilgili olarak şöyle yorumlar yapılmaktaydı; " Kısacası, denizde bir hafta geçirmek artık kaçınılacak bir şey değildi, aksine moda haline gelmeye başlamıştır." Bunun sonucunda bu dönemdeki transatlantik seyahatler, dünyanın her yerinden, zengin, güçlü ve ünlü insanları kendisine çekmiştir. Okyanuslar arası seyahatler, korkulan, konforsuz ve yaşamı tehdit eden bir tecrübe olmaktan çıkıp muhteşem bir seyahate dönüşmüştür.

1929 yılında yaşanan ve büyük buhran yılları olarak adlandırılan, bütün dünyayı sarsan ekonomik kriz yılları sırasında, operatörler kayıplarını en aza indirgemek için Atlantik ötesi seyahatlere alternatif aradılar ve gemilerini daha kısa deniz gezilerine gönderdiler. Bahama adalarına daha kısa ve daha ucuz içki gezileri düzenlendi ve bunun sonucunda aslında yeni bir sektör keşfedildi. Artık ilgi odağı Atlantik'in öteki tarafına giden deniz gezileri değil, Atlantik Okyanusuna giden deniz gezileri idi. Mevsimsel deniz gezileri, İngiltere, Fransa, İtalya ve Almanya'dan İskandinavya ve Akdeniz'e gittiler. Yıllık dünya turları da düzenlendi; Hawaii, Güney Pasifik, ve Güney Amerika'ya turlar düzenlendi. Esas olarak broşürler olmak üzere, reklam araçları yurt dışında olma tecrübesi yerine, ziyarete edilecek limanları vurgulamıştır. Yine de bazı uyanık İtalyan deniz yolu firmaları pazarlama tekniklerinin gücünü keşfetmişler ve artık daha geniş güverteleri olan, daha açık ve öncekilerden daha fazla otellere benzeyen beyaz renkli gemilerde tatil aktiviteleri arayan günlük kıyafetler giyen insanları resmetmişlerdir. Cunard Denizyolları en

büyük ve en ünlü iki gemisini, "Queen Mary"(1934) ve "Queen Elizabeth"i (1940) suya indirdi ki bunlardan "Queen Elizabeth" 1992 yılına kadar yapılan en büyük yolcu gemisi idi. (80.000 ton). İki savaş arasında deniz gezisi daha popüler hale gelmeye başlamıştır (Güzel, 2006:22).

1930 yılında, kruvaziyer seferlere devlet desteği sağlayan Almanya sayesinde, kruvaziyer turizm çok büyük bir gelişme göstermiştir. Bu seferlere yoğun katılım sağlayabilmek için, devlet "eğlen, güç kazan" sloganını yaymaya başlamıştır. Ancak İkinci Dünya Savaşında Almanya'nın savaşı kaybetmesi üzerine kruvaziyer seferler ortadan kalkmıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra Yunanlı Armatörler kruvaziyer gemi seferleri başlattılar. Amerikalılar gezme-görme-dinlenme arzusunu savaştan sonra tekrar düzenlenmeye başlayan kruvaziyer gemi seyahatlerinde bir turizm ve seyahat sloganı olarak yönlendirmede çok başarılı olmuşlardır. "Semiramis" isimli gemi ile gerçekleştirilen bu seferler büyük ilgi görmüştür. (İncekara ve Yılmaz, 2002:12)

İkinci dünya savaşından hemen sonra, transatlantik taşımacılığı için bir talep patlaması oluştu ki bu da buharlı gemi işkolunda bir patlamaya yol açmıştır. Avrupa'nın yeniden inşası, hem turistler hem de iş seyahati yapanlar için ve göçmenler için Avrupa'ya taşımacılığa giderek artan bir talep artışını teşvik etmiştir. 1951 yılında New York'tan Bermudaya sürekli bir haftalık deniz gezisi programı uygulayan ilk denizyolu şirketinin "Furness-Wilthy" olduğunu bilinmektedir. (Güzel, 2006:26) Bu ilk gemi seyahatleri Transatlantik seferlerin olmadığı kış aylarında yapılmaktaydılar. Seyahat sezonu Noel'de başlar ve Mart ayına kadar devam etmekteydi. Bu zamanlarda deniz gezisi belli bir tatil atraksiyonu olmuştur. Konfor ve kolaylığa sahip yeni modern yolcu gemileri 1957 yılında hizmete girdi. Deniz gezisi gemisi, tam bireysel bakımın yanı sıra, konfor, hizmet ve mutfak bakımından en üst seviyede hizmet vermeyi amaç edinmiştir.

Transatlantik yolcu taşımacılığı savaş sonrası dönemde giderek önemini arttırdı fakat zirveye 1957 yılında çıktı. Turizmin genel olarak çok büyük oranda büyümesi ile özellikle büyük jetlerin ortaya çıkışı, buharlı gemilerin yavaşça ortadan kaybolmasına neden oldu. Pan Amerikan Havayolları 1939 yılında ilk transatlantik uçuşu gerçekleştiren firmaydı. Fakat 1958 yılının kasım ayına kadar düzenli transatlantik yolcu seferleri yoktu. 1960 yılına gelindiğinde, sürekli transatlantik seferleri düzenleyen 11 başka havayolu şirketi daha hizmete girmişti. Gemi ile Avrupa'ya geliş veya gidiş 6-7 gün sürerken uçak ile bu seyahat 6-7 saat kadar kısa bir süre almaktaydı. Bunun sonucunda, deniz yolcu taşımacılığına olan talep önemli ölçüde azaldı. On yıldan biraz daha uzun bir süre zarfında şirketlerin geleneksel yolcu taşımacılığı hizmetlerini sona erdirmişti. Uçaklar transatlantik yolcu taşımacılığı için kullanılmaya başlandıktan sonra, pek çok denizyolu şirketi yolcu taşımacığı hizmetlerine son vermek zorunda kaldı. Transatlantik gemi işletmeleri yaşlanan gemilerine iş bulmak için yeni yollar ararken, seyahatin tatil kısmına yoğunlaştılar ve deniz gezisi alanına girdiler. 1960'larda transatlantik yolcu taşımacılığı kan kaybederken, filolarını yeniden konuşlandırmayan şirketler batmaya başlamıştır. Pek çok deniz yolu firması sektörden çekildi ve gemileri gerçek fiyatlarının çok altında satıldı, hatta hurdaya ayrıldı. Yaşamaya devam eden şirketler

de gemicilik kârlarındaki dalgalanmaları dengeleyebilmek için tamamen değişik alanlarda önemli yatırımlar yaptılar. Deniz yolu firmaları ıskartaya çıkartılmış gemileri aldılar ve daha sonra özel maçlı olarak tasarlanmış seyahat gemileri haline getirdiler.

2.4.3. Çağdaş Anlamda Kruvaziyer Gezisi

Gemi ile seyahat sadece klasik anlamda bir deniz gezisi değildir. Günümüzde tüm turizm ürünlerini kapsayacak şekilde genişlemiş ve içeriğine yeni kavramlar ile hizmetler katarak gittikçe büyüyerek genişlemektedir. Gemiler, sunulan hizmetlerin çeşitliliği ve kapsamı nedeniyle daha büyük ve yolcu kapasitesi daha fazla olarak inşa edilmektedir. Kamara kapasiteleri ise özel suit kamaralar haricinde sunulan hizmetlerin çeşitliliği neticesinde küçülmekte fakat işlevsellik ve dizayn çalışmaları ile kalite değişmemektedir. Bakım, kalite, güvenlik ve hijyene daha fazla önem verilmektedir. Yeni dönem ile birlikte deniz gezileri sadece denizlerde gezerek geleneksel olarak sunulan konaklama ve yeme-içme hizmetlerinden yararlanmaktan sıyrılarak çıkmış ve eğlence, spor, rekreasyon, alışveriş, iletişim gibi imkanları sunan neredeyse küçük bir yerleşim merkezi haline gelmiştir. Yakın zamana kadar deniz gezisi tatilinin cazibesi geleneğe dayalı tutulmaktaydı. Artık deniz gezisi geleneksel sunumların yeni deniz gezisi ürünleri ile birleştirildiği yeni bir döneme girmiştir. Deniz gezisi tecrübesi konforlu bir dinlenmeden, hayatı zenginleştirici bir tecrübe haline gelmiştir. Yolcuları eğlendirmeye, sağlık ve formda kalma tesislerine daha fazla önem verilmektedir.

Modern anlamda kruvaziyer turizmin kuruluşu ve işletilmeye başlaması açısından 1966 yılında Ted Arison ve Knut Kloster tarafından kurulan "Norwegian Cruise Line" şirketinin faaliyetine başlaması çok önemli bir dönüm noktasıdır (Güzel, 2006:28). Yıl boyunca düzenli olarak Miami'den Karayibler'e seferler yapan dört gemilik modern filosuyla bu şirket günümüzde bilinen şekliyle deniz gezisi işletmeciliğini başlangıcını temsil etmektedir. Kruvaziyer turizm konusunda modern anlamda bu gelişmeleri bir başka dev şirket "Royal Caribbian Cruise Lines (RCCL)" 1967 yılında kurulması takip etmiştir (www.tr.vikipedia.org). Modern filosu ve hizmet anlayışıyla bu şirket özellikle Karayipler, Bahamalar ve Amerika sahillerinde düzenlediği programlı gezileri ile günümüzde de dünyanın en önemli kruvaziyer seyahat şirketlerindendir. Bugün, Toplam 42 gemisi ve 5 farklı marka altında Dünya Kruvaziyer Turizm Pazarının % 25.6 'sını elinde tutmaktadır. 1924 yılında bir gemi taşımacılık şirketi (cargo ship) olarak kurulan İtalyan Costa Cruises, deniz gezisi işletmeciliğinde bir devrim yaratmıştır. Amerika'da deniz gezisi işine giren bu İtalyan şirketi müşterilerine paket olarak hava-deniz tatilleri satan ilk şirkettir. Deniz gezisini havayolu taşımacılığı ile beraber satmak "hava-deniz" programını oluşturur ki bu günümüz deniz gezisinin çok önemli bir parçası olmuştur. Bu deniz gezileri yolcunun evi ile turun başlayacağı yer arasında gidiş-gelişi hava yolculuğu ile birleştiriliyordu ve gerekirse konaklama hizmeti de paket içerisinde müşterilere sağlanmaktaydı. Ted Arison tarafından 1972 yılında kurulan bir başka modern kruvaziyer seyahat şirketi ise, "Carnival Cruise Lines" firmasıdır. Şirket, Karayipler sahilinde deniz gezisi yaparken eğlence dolu bir Amerikan deniz gezisi sunarak, "eğlence gemisi" kavramını geliştirmeye başlamıştır. Bunun sonucunda, özellikle

Amerikalıların eğlence kavramına yeni bir boyut getirerek dikkat çekmiş ve Kuzey Amerika kruvaziyer seyahat pazarında büyük bir başarı elde etmiştir. Bu başarısının nedeni olarak sunduğu şu hizmetler büyük bir farklılık ve değişim oluşturarak talep patlaması meydana getirmiştir (Güzel, 2006:29):

1-) Florida ve Karayipler'deki başarılı kara otelleri ile direkt olarak rekabet etmek ve deniz gezisini bu pazarın gereklerine uygun hale getirmek.

2-) Carnival şirketinin ürünlerini, karşılanabilir bir bütçe ile tüm kuşaklara hitap edecek şekilde denizde, resmi olmayan alternatif bir aile tatili haline getirmek.

3-) Deniz seyahatinin bir otel tatili kadar heyecanlı ve canlı olabileceğini ispatlamak.

Carnival Cruise Lines şirketi Amerikan tarzı deniz gezisi ile kitle pazarında çalışmaya öncülük etmiştir. 1996 yılında dünyanın ilk 100.000 tonluk gemisi olan 3.350 kişi kapasiteli "Destiny" gemisinin suya indirilmesi ile büyüklükleri ve özellikleri sayesinde eğlence parkları ve büyük otellerle rekabete başlayan mega-gemilerin temellerini atmıştır. Uçuş ve deniz gezisi paketlerine uygun fiyatlar biçen Carnival şirketi daha genç ve daha az varlıklı pazara girmeye devam etmektedir. Bu strateji sonrasında gelen talep deniz gezisi iş kolunda tam bir imparatorluk kurulmasına yardımcı olmuştur. 1975 yılında kurulan ve 25 büyük kruvaziyer turizm şirketinin üye olduğu, "Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği, Cruise Lines International Association, (CLIA)" Dünya Kruvaziyer Turizm Sektöründe söz sahibi en büyük organizasyondur.

Modern kruvaziyer yolcu gemilerinin öncüsü olarak sayabileceğimiz gemi Cunard Line şirketinin 1969 yılında ilk seferine başlayan Queen Elizabeth II gemisidir. Bu gemi uzun yıllar 70.327 grosston ağırlığı ve 1800 kişilik yolcu kapasitesi ile dünyanın en büyük yolcu gemisi olarak uzun yıllar hizmet vermiştir. 2008 yılında ise son seferini tamamlayarak Birleşik Arap Emirlikleri'nin Dubai kentinde Port Rashid limanına çekilmiştir. Günümüzde faaliyette olmamasına karşın, bu gemi kruvaziyer seyahatlerin tarihçesinde bir efsane halindedir. Cunard Line bu geminin yeni versiyonu olarak 2004 yılında 150.000 grosston ve 3000 kişilik yolcu kapasitesi bulunan Queen Mary II gemisini hizmete sokmuştur (Gibson, 2006:3).

2.4.4. Kruvaziyer Turizmin Özellikleri

Kruvaziyer turizmi sunulan hizmetin yeri ve şekli bakımından deniz temelli bir turizm çeşididir. Kruvaziyer turizmin temelinde deniz ve gemi seyahati yer almaktadır. Sunulan hizmet açısından kruvaziyer turizmi misafirlerine iki yönlü bir hizmet sunmaktadır. Bunlardan birincisi, modern ve donanımlı yolcu gemileri ile dünyanın dört bir köşesine yapılan seyahatler, ikincisi ise yine beş yıldızlı bir otel işletmesinden bile daha fazla lükse ve geniş hizmet olanaklarına sahip konaklama, yeme-içme, eğlence, dinlenme, spor, alış-veriş, sanat etkinlikleri sunan gemi içindeki yolcu hizmetleri. Seyahate katılan misafirler, hem kaliteli bir otel işletmesinden bekledikleri sunum ve hizmetleri almakta hem de her gün dünyanın farklı ve değişik

limanları ile şehirlerinde çeşitli gezi ve etkinliklerine katılabilmektedirler. Kruvaziyer turizminde liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler vardır. Kruvaziyer gemilerin uğradığı limanlar ve bu limanlarda, kruvaziyer turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin ağırlıkla yatırım yaptıkları alanları oluşturmaktadır. Gemilerin uğradıkları liman ve şehirlerde, önceden hazırlanan çeşitli gezi, eğlence, müze ve ören yerleri ziyaretleri, festival ve kültür-sanat etkinliklerini içeren aktiviteler yolculara bir paket program halinde seyahat acenteleri ve tur operatörlerince sunulabilmektedir. Böylece hem gemi dışında farklı ve çeşitli yerler gezilip görülebilmekte hem de hizmetin sunumu çok farklı yerleri ve kültürleri içeren çok zengin bir içerik kazanmaktadır. Kruvaziyer gemi seyahati belirli limanlardan başlar. Belirli sayıda limanlar arasında ve belirli sürede sürecek olan seyahatin öncesinde ve sonrasında, katılımcıların ulaşımı ve konaklaması, turistik ürünü diğer bileşenleridir.

Kruvaziyer turistik ürün satın alan misafirler gemiye hangi limanda ne zaman bineceklerini, hangi limanları ne kadar süre içinde ziyaret edeceklerini, bu ziyaretler sırasında liman ülkesinde, karada aktivitelere katılacaklarını, dönüşün hangi limana ne zaman olduğunu normal koşullar altında bilirler. Örnek olarak İstanbul başlangıçlı bir kruvaziyer gemi ile bir hafta süre ile İstanbul, Pire (Yunanistan), Dubrovnik (Hırvatistan), Venedik (İtalya), Bari (İtalya), İzmir ve yine İstanbul şehir ve limanları gezilerek, uğranılan bu yerlerde çeşitli aktivitelere katılınıp, gemi içindeki hizmetlerden yararlanılabilinir. Bu şekilde önceden paket program olarak hazırlanmış seyahat seçenekleri ile dünyanın önemli ve büyük liman, şehir, ülke ve denizleri gezilebilir. Buralarda çeşitli tarihi yerleri, sanat ve kültür etkinliklerini görülerek, alış-veriş imkanlarından yararlanılabilir. Tüm bu hizmetleri hem de tek bir gezi programı ile kruvaziyer turizm gemileri misafirlerine sunabilmektedir.

Kruvaziyer turizmin belirgin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Güzel, 2006:10):

- Seyahat süresi yolcu açısından bellidir. (5,7,10,15 ve 30 gün)

- Yolcu bindiği yere geri getirilmektedir. Yani binme ve inme limanları aynıdır.

- Gezi sırasında uğrak yerleri ve uğrak zamanları tarifeye dayandırılmıştır.

- Uğrak yerleri ağırlıklı olarak turizm merkezleri (kumsal, güneş, tarih, doğa, alış-veriş yerleri, önemli ve büyük liman ile şehirler) arasından seçilmektedir.

- Hizmet ulaştırmadan çok gezi niteliğindedir.

Yolcular, programlı seyahatine başlar bitince yine aynı limanda gemiden ayrılarak ülkesine geri döner. Kruvaziyer gemiler yanaştıkları limanda ihtiyaçlarını karşılarlar. Gemi ve yolcuları için giriş-çıkış işlemleri yapılır. Limanlarda genellikle saatli sürelerde kalınılır. Bu süre içinde; eğlence, ziyaretler, alış-veriş ve bunun gibi olanaklar yolculara sunulur. Bu aktivitelere katılım, genellikle kruvaziyer seyahat

ücretine dahil değildir. Yerel seyahat acenteleri önceden anlaşılan fiyatlar üzerinden, çeşitli organizasyonları gerçekleştirirler.

Turizm amaçlı kruvaziyer gemi işletmeciliği farklı ve zor bir uğraş alanıdır. Özellikle kruvaziyer gemiler sabit yatırımı, sermaye ve teknoloji açısından özellikli bir yatırımdır. Piyasadan talebin iyi olduğu dönemlerde sorun olmayacak olan yatırımın geri dönüşümü, turizm gibi kırılgan bir sektörde oldukça riskli olabilmektedir. Örnek olarak, 11 Eylül 2001 saldırılarından sonra, genel olarak dünya piyasalarında meydana gelen daralma, kruvaziyer turizm hareketlerine de yansımıştır. Bu yansıma, doğal olarak işletmeleri, acentaları, limanları ve kruvaziyer turizme hizmet veren her kesim üzerinde hissedilmektedir (www.gezikolik.com).

2.4.5. İnsanların Kruvaziyer Turizmi Tercih Etmesinin Sebepleri

İnsanları kruvaziyer turizme katılmaya sevk eden başlıca nedenler şu şekilde sıralanabilir (Mancini, 2004:17):

- Kruvaziyer turizm sorunsuz bir tatildir. Etrafta araba sürücüsü yoktur, otel aranılmaz, yemeğin nerede yenileceği merak edilmez.

- Kruvaziyer turizm hepsini misafirlerine sunar. Manzara, deniz, su, gökyüzü.

-Başka hiçbir yerde olmayan hizmetleri vardır. Yatakta kahvaltı, güvertede uzanmak, sıcak bir küvette banyo, ikindi kahvaltısı, şampanya, havyar ve herkesin hoşuna gidecek zarif bir hizmet.

- Yolculuklar geniş bir seçenekler dizisi sağlar. Misafirler için gün, güvertede sabah eksersizi, jimnastik salonunda yoga ya da salonda dans dersleri ile kahvaltıdan önce başlayabilir.

- Geniş bir coğrafik bölgeyi görme zevki tadılabilir. Kruvaziyer seyahatler genellikle çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Seyahat boyunca en ilginç yerlerde durulur.

- Kruvaziyer seyahat yenidir. Birçok kişi eski ve aynı tipteki gezilere çıkmaktan yorgundur, bu yüzden yeni tatil deneyimlerini denemekten hoşlanırlar.

- Kruvaziyer seyahatler yemek, aktiviteler gibi büyük bir çeşitlilik sunmaktadır. Gösteriler izlenebilir, havuzlarda dinlenilebilinir.

- Kruvaziyer seyahatler alışverişi kolaylaştırır. Her limanın kendi alışveriş olanakları vardır.

- Gemi seyahatlerinde arkadaşlıklar kurmak kolaydır. Yeni kişilerle kolayca tanışılabilir.

- Kruvaziyer seyahatlerde grup içindekiler birbirlerine yardım ederler. Bir organizasyonda insanlar birlikte gemi seyahatine çıkabilirler.

- Gemi seyahati romantik bir deneyimdir. Şaşırtıcı miktarda film, şarkı, oyun ve kitap seyahate romantik bir ayarlayıcı olur.

- Gemi seyahati öğretici bir deneyimdir. Amaç, sadece iyi vakit geçirmek olsa bile, ziyaret edilen birbirine bağlantılı noktalar hakkında yeni bir şeyler öğrenilebilir.

- Gemi seyahatlerinde hemen hemen herkesi tatmin edecek bir hizmet vardır.

- Özel bir olayı kutlamak için harika bir yoldur. İnsanlar balayını, doğum günlerini, çiftler evlilik yıldönümlerini kutlamak için her şeyi gemi seyahatlerinde bulabilirler.

- Herkes nasıl harika yolculuklar yaptıklarından bahseder.

- Kruvaziyer seyahatler güvenli bir yolculuk deneyimini temsil eder. Suç ve terör olaylarından oldukça uzakta, ulaşılabilecek güvenli yolculuklar sunar.

- İnsanların kazandıkları para için müthiş bir değerdir.

- Peşin olarak önceden ne kadar ödeneceği bilinmektedir. Gemi seyahatleri genellikle her şey dahil sistem uygularlar.

Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği'nin (CLIA) 2004 yılında yapmış olduğu bir araştırmaya göre gelecek yıllar içerisinde yaklaşık 30 milyon Amerikalı turistin gemilerle seyahate çıkacağı tahmin edilmektedir. Yine bu birlik tarafından kruvaziyer turizmin insanlar açısından bu kadar cazip olmasının nedenleri şu şekilde sıralanmıştır (İstikbal, 2006, www.denizhaber.com):

- Bir kruvaziyer gemi, insanların bir tatilde isteyebileceği hemen hemen her şeyi sunabilir: aşk macerası, heyecan, dinlenme, macera, kaçış, keşfetme, uygun fiyat ve daha fazlası. Bütün bunlara, istenildiği ölçüde zahmetsizce ulaşılabilmektedir.

- Yapılan güncel bir anket kruvaziyer gemi ile tatile çıkanların tatillerini "tahminlerinin ötesinde iyi" ve "çok iyi" bulduklarını ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda, kruvaziyer gemi yolcularının büyük çoğunluğu yolculuklarında kendilerini mutlu eden şeylerin başında şunları sıralamaktadırlar: "geminin konforu" "kendilerine iyi davranılması" ve "pek çok yeri ziyaret etme fırsatının olması"

- Kruvaziyer turizmi fiyat/satınalınan değer oranı açısından diğer tatil türlertne oranla daha uygundur. Denizde yapılan tatilde barınma, harika yemekler, eğlence, birinci sınıf hizmet ve diğer lüks seçenekler fiyata dahildir.

- Her yıl kruvaziyer gemilerle yolculuğa çıkanların yaklaşık % 40-45 ini ilk kez katılanlar oluşturmaktadır.

- ABD'deki kruvaziyer turizm yolcuları genelde evli, yıllık geliri 99.000 dolar civarında, kolej mezunu, ve belirli işte çalışan kişilerdir. Genelde partnerleriyle birlikte ortalama 6,2 gün gemide kalırlar ve bu süre içerisinde kendilerine kişi başı 1,650 ABD Dolar bir maliyet çıkmaktadır. Bu fiyata hava transferleri dahil değildir.

- İster ilk kez kruvaziyer yolcusu olanlar olsun, isterse düzenli olarak bu seyahate çıkan müşteriler olsun, kruvaziyer turizmini tercih edenler bir kruvaziyer tatilinin en iyi yönlerini istediklerini istedikleri kadar çok ya da az yapma özgürlüğü, eğlence ve hesaplı fiyat olarak göstermektedirler.

- Günümüzün lüks kruvaziyer gemilerinde tam teşekküllü SPA merkezlerinden sağlık kulübüne, özel restoran ve gurme seçeneklerinden profesyonel çocuk kulüplerine; spor etkinliklerinde golften dağcılığa kadar ve internet merkezleri de dahil olmak üzere her yaşta ve zevkte yolcuya hitap eden seçenekler bulunmaktadır.

- Günümüzün kruvaziyer gemileri gerek ana makine gerekse pervane sistemlerinde; atıkların değerlendirilmesinde ve haberleşmede en son teknolojik yenilikleri kullandıklarından çevreye daha duyarlı, daha güvenli ve daha kullanışlı gemiler olarak öne çıkmaktadırlar.

- Kruvaziyer seyahati yolculara güvenli ve konforlu bir şekilde dünyanın en uzak ve bazen de vahşi bölgelerine, tarihi değerdeki şehirlere; güneşle yıkanan adalara ulaşmaları olanağını vermektedir.

- Kruvaziyer endüstrisi eğitime ve seyahat acentelerine destek için yaptığı yatırım sonucunda tüketicilere kendi kişisel yaşam tarzlarına, zevklerine ve bütçelerine uygun seçimi yapmalarını sağlayacak profesyonel destek sunmaktadır.

2.4.6. Kruvaziyer Turizm Talebindeki Engeller

Dünya üzerinde 2010 yılında 14.300.000 kişi kruvaziyer turizm gezilerine katılarak dünyanın çeşitli bölgelerinde gemiler ile seyahat etmiştir (www.f-cca.com). Yine 2010 yılında, dünya üzerinde turizm faaliyetlerine katılarak bir başka ülkeyi ziyaret eden toplam turist sayısı ise yaklaşık 940.000.000 kişi olarak gerçekleşmiştir (www.unwto.org). Bu rakamlar incelendiğinde dünya üzerinde çeşitli amaçlarla (tatil, kültür, kongre, spor) turizm faaliyetlerine katılarak bir başka ülkeyi ziyaret eden toplam turist sayısının çok az bir bölümünün (yaklaşık % 1.5) kruvaziyer turizm amaçlı olarak turizm etkinliklerine katıldığı görülmektedir. Kruvaziyer turizmin turistler için cazip gelen birçok hizmet sunumunun olması yanında turizm talebini olumsuz olarak etkileyen birtakım özellikleri de bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde açıklanabilir (Mancini, 2004:22):

- Kruvaziyer turizm seyahatleri ve sunulan hizmetler pahalıdır. Yapılan birçok ankette kruvaziyer satışlarını engelleyen birinci etkenin bu olduğu görülmüştür.

- Kruvaziyer seyahatler sıkıcı gelmektedir. Bu hoşnutsuzluk transatlantik seyahatlerinin başlangıç günlerinden itibaren yaşanmaktadır. Bazı yolcular seyahat esnasında sadece güvertede şezlong üzerinde oturarak seyahati geçirmenin sıkıcılığını belirtmektedir. Ama günümüzde bu tamamen değişmiştir. Sunulan hizmetlerin çeşidi, zenginliği ve farklılığı yolculara eğlenceli bir tatil yaşatmaktadır.

- Kruvaziyer seyahatler çoğunlukla yaşlı turistlere yöneliktir. Dünya üzerinde gemi ile seyahat eden yolcuların çoğunluğunun yaş ortalaması 43' tür. Bu da genellikle orta ve üzeri yaşlardaki turistlerin gemi ile seyahatlere katıldığını göstermektedir.

- Kruvaziyer seyahatler genelde resmi bir havada geçmektedir. Bir gemi seyahati genellikle yolcular için resmi olmayan bir şekilde ve rahat bir ortamda gerçekleşmelidir. Bazı gemilerde yolculuk esnasında öğlen ve akşam yemek salonlarında kıyafet zorunluluğu vardır. Bu da yolcuların rahat hareket etmesini önlemektedir.

- Kruvaziyer seyahatler oldukça disiplinlidir. İnsanlar bu seyahatler esnasında daha özgür ve rahat hareket etmek isteyebilirler.

- Uğranılan limanlarda yolcular için zaman yetersiz kalmaktadır. Bir kruvaziyer gemi uğradığı limanda genellikle 12 saatin altında bir sürede kalmaktadır. Bu da yolcuların limanın bağlı bulunduğu şehri ve bölgeyi gezmesi için zaman bırakmamaktadır.

- Geminin ortamı insanlara oldukça kısıtlayıcı gelmektedir. Yolcu gemisi tasarımcıları gemilerde rahatlık hissi oluşturmak için oldukça uğraşmaktadırlar. Genel kullanım alanlarında geniş pencereler, soluk renkler ve diğer görünümü genişletmek için başvurulan ticari amaçlı dizaynlar bu görüşü değiştirmek için gösterilen çabalardır.

- İnsanlar diğer yolcularla birlikte olmak zorunda mıdır? Gemiler kullanım alanları gereği insanların aktiviteleri ve sunulan hizmetleri hep birlikte aldıkları yapıdadırlar. Bazı insanlar kendi başlarına kalmak, güvertede kitap okumak, odasında akşam yemeğini yemek, geminin verandasında manzarayı seyretmek isteyebilirler.

- Yenen yemekler yüzünden kilo almak sorunu. Gemilerde insanların hareket yerinin azlığı şikayet ettikleri bir konu olmuştur. Günümüzde modern gemilerde sağlanan çeşitli spor aktiviteleri (yüzme, fitness center, tırmanma) ile bu konuda önemli gelişmeler kaydedilmiştir.

- Gemiler gerçekten güvenli bir yolculuk sunmakta mıdır? Titanik faciasından sonra dünya üzerinde deniz seyahatinin güvenliği sorgulanmaya başlanmıştır. Modern ve son teknolojiyi kullanan günümüz yolcu gemilerinde ise radar, GPS, yangın alarm sitemi, ısıya dayanıklı malzeme kullanımı dahil birçok yeni iletişim teknikleri kullanılmakta ve personel sürekli eğitilmektedir.

- Terörizm korkusu insanları endişelendirmektedir. 11 Eylül 2001 tarihinde ikiz kulelere yapılan saldırılar küresel terörizm endişesini bir kez daha ortaya çıkarmıştır. Yolcular ve gemide görevli personel için çeşitli güvenlik önlemleri alınmaya başlanmış (kimlik kontrolü, bagajların aranması, alarm sistemi) bu konuda güvenlik birimleriyle işbirliğine gidilmiştir.

- Gemi limanları uçak havaalanlarına genelde oldukça uzakta bulunmaktadır. Paket tur satın alarak gemi seyahatine katılan bir yolcu, uçak yolculuğu ile geminin bulunduğu limana gelmekte, bu da birkaç aktarmayı beraberinde getirmektedir.

- Yolcuların sağlık sorunları ile ilgili endişeleri. Bazı yolcular seyahat esnasında gemi yolculuğundan kaynaklanan "deniz tutması" sorunu yaşayabilirler. Fakat yeni gemilerde kullanılan gemi altında bulunan modern dengeleyici sistemler ile bu sorun büyük ölçüde giderilmiştir. Gemi yolculuğu esnasında tam donanımlı bir sağlık ünitesi ve personeli daima hazır bulunmaktadır.

- İnsanların kruvaziyer gemi seyahati hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması. İnsanların birçoğu daha önce gemi ile seyahat deneyimi yaşamadıklarından, bu yolculuklara önyargı ile yaklaşmaktadır. Deniz yolculuğundan korkmakta ve bunun iyi bir seyahat şekli olmadığını düşünmektedir.

2.4.7. Kruvaziyer Turizm Talebinin Yapısı ve İçeriği

Kruvaziyer turizm turistik ürünü, özel nitelikli gemi seyahatinin merkezinde bulunduğu bir turizm aktivitesidir. Kruvaziyer turizm tarafından sunulan hizmetleri satın alan turistler, temelde bir gemi seyahati satın alırlar. Bu gemi seyahati, birkaç ülke, şehir ve liman ziyaretinin de satın alınan hizmet içerisinde yer aldığı ve belli bir süre içerisinde gerçekleşmesi gerekli toplam hizmetleri kapsar. Bu sunulan hizmet paketi içerisinde turistler, dünyanın bir bölgesinden başka bir bölgesine veya şehrine gelebilirler. Türkiye'den kruvaziyer turizm hizmeti satın alan bir kişi Avrupa'nın veya Amerika'nın çeşitli ülke, liman ve şehirlerini gezebilir. Bu paket içerisinde uzak bölgelerde yer alan örneğin Karayipler, Alaska, İskandinavya gibi seyahat bölgelerine ulaşım ve transferlerde hava ve karayolu ulaşım araçları da kullanılmaktadır. Bu şekilde önceden organize edilmiş ve düzenlenmiş bir seyahat ve konaklama paketi içerisinde seyahatlere katılmak isteyenler ne zaman ve nerede olacaklarını bilmekte, hangi hizmetleri ne şekilde alacaklarını ve uygulanacak konseptin içeriğinin tam olarak ne olduğunu daha karar verme aşamasında fiyatlarıyla birlikte öğrenebilmektedirler.

Seyahatlere katılmak isteyen turistler için sunulan turistik ürünleri cazip hale getiren bazı uygulamalardan da söz etmek mümkündür. Yolculuklar esnasında, diğer seyahatlerde normal olarak karşılanan yolculuk güçlükleri deniz gezilerinde yaşanmaz. Modern ve tam donanımlı bir seyahat gemisinde uyuma, dinlenme, yeme-içme, eğlence, güneşlenme, havuza girme, spor yapma, kültürel ve sanatsal etkinliklere katılma (sinema, tiyatro, revü gösterileri), alış-veriş imkanlarından yararlanma, modern iletişim araçlarını kullanabilme, çocuklarınıza uygun özel hizmeti bulabilme, sağlık hizmetleri gibi birçok sunum bir arada bulunmaktadır. Bu

hizmetleri sanki hareket eden bir evde otururken her gün başka bir bölge ve ortamda alabilmek mümkündür. Ayrıca gemilerde son derece lüks bir hizmet ve büyük bir konfor vardır. Modern yolcu gemileri yaklaşık 3000-4000 kişinin rahatça seyahat edebileceği bir dizayn ve konfor anlayışı ile inşa edilmişlerdir. Bu seyahatlere katılmak isteyen insanlar açısından kruvaziyer turizm ürün talebi, denizi ve denizde gemi seyahatini sevmek ön koşul teşkil etmektedir. İlk kez bir kruvaziyer tura katılan bir turistin, gemi ile seyahatten hoşlanmaması durumunda, gemide sağlanan lüks, konfor, eğlence ve diğer imkanlar ne olursa olsun memnun olması açısından yeterli olmayabilir. Bu kişiler açısından seyahatlerin tekrarı olmayabilir. Aynı durum, gemi seyahatlerinden hoşlanan bir insan için de sürekli bir talebe dönüşebilir.

Yapılan araştırmalara göre kruvaziyer turistik ürün talep eden kişilerin dünya genelinde yaşlı, zengin, gemi seyahatini diğer seyahat çeşitlerine tercih eden insanlardan oluştuğu gözlemlenmiştir. Ancak dünya üzerinde kitlesel olarak yapılan tanıtım, reklam, eğitim ve bilgilendirme amaçlı konferans ve fuar çalışmaları neticesinde özellikle de fiyat ile promosyon kampanyaları sonucunda genç nüfusun da kruvaziyer turizme katılımlarının ve ilgisinin arttığı tespit edilmiştir.

Kruvaziyer turizm talebini oluşturan turistlerin yaklaşık % 75’ ini evli turistler oluşturmaktadır. Kruvaziyer turizmin bir ailenin ihtiyaçları ve beklentileri açısından uygun koşullar sunduğu görülmektedir. Aile yapısı açısından incelediğimiz de ise, 18 yaşından küçük çocuklu ailelerin oranının % 32-33 olduğu fakat bu oranın gelecekte artarak % 47’ye çıkabileceği tahmin edilmektedir. Kısaca çocuklu ailelerin daha fazla kruvaziyer turizm talebi içerisinde yer alacağını söylenebilir (İncekara ve Yılmaz, 2002:14).

Kruvaziyer turizme katılanlar eğitim durumları açısından incelendiğinde, büyük bir çoğunluğunun yüksek öğrenim görmüş kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bu da çoğunlukla araştıran, bilinçli ve beklentilerinin ne olduğunu iyi tespit etmiş kişilerin talep oluşturduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu kişiler, gidilecek yerler, sunulacak hizmetler, fiyatlar ve satın alınacak ilave aktiviteler hakkında net bir bilgiye sahip, aynı zamanda maddi imkanları da bu gezileri karşılamaya yeterli kitlelerdir.

Kruvaziyer talebinin yöneldiği kruvaziyer tur sürelerinin gelişiminin incelenmesi sonucu ortaya, 2-5 günlük turların gittikçe daha fazla talep edildiği çıkmaktadır. 2-5 günlük turların toplamdaki payı yüzde 31,4'e yükselirken, 6 -8 günlük turların oranının yüzde 3.6'lık gerileme ile yüzde 55.5 olduğu anlaşılmaktadır. Kısacası anlaşılacağı üzere kruvaziyer tur talebi daha çok kısa turlara kaymaya başlamıştır. Talebin kısa turlara kayması, Türk kruvaziyer turizm sektörü açısından, çok endişe edilebilecek bir durum olmadığı belirtilebilir. Kısa turların, özellikle Avrupa pazarında Akdeniz bölgesine ve bu arada Türkiye'ye yöneltilebileceğini ileri sürmek mümkündür. "Avrupalı turistlerin büyük bir kısmı Pasifik ve Uzak Doğu ülkelerini ve uzun süreli seyahatleri tercih etmektedir. Fakat kısa süreli tatiller için Akdeniz ülkeleri hala cazip destinasyonlardır (Güzel, 2006:32).

Kruvaziyer turistlere yönelik olarak yapılan araştırmalarda, kruvaziyer ürün talep edenlerin % 85 'inin daha önce ziyaret ettikleri liman ve destinasyonlar yerine farklı bölge, ülke, şehir ve liman içeren destinasyonları denemeyi tercih ettiklerini göstermektedir. (İncekara ve Yılmaz, 2002:17). Bu sonuç itibariyle de gelişme gösteren yeni kruvaziyer tur bölgelerinin, özellikle de Türkiye'nin yeni, modern şehir ve limanları ile bu konuda bir avantaj oluşturduğunu söylenebilir.

Tablo.6 Dünya Üzerinde Kruvaziyer Turizme Katılanların Ülkelere Göre Dağılımı 2009

ÜLKELER	TURİST SAYISI
AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	**9.500.000**
İNGİLTERE	**1.027.000**
ASYA ÜLKELERİ	**600.000**
ALMANYA	**583.000**
AVUSTRALYA	**500.000**
İTALYA	**353.000**
KANADA	**300.000**
FRANSA	**250.000**
DİĞER AVRUPA ÜLKELERİ	**250.000**
JAPONYA	**200.000**
KIBRIS RUM KESİMİ	**75.000**
TOPLAM	**13.638.000**

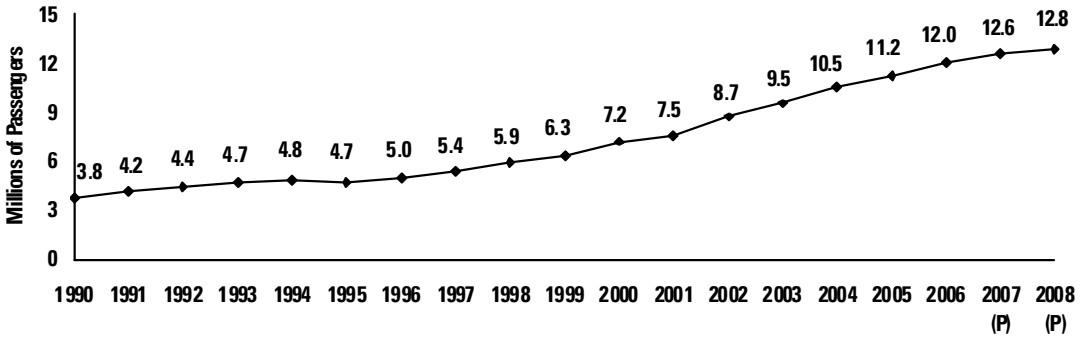
Kaynak: BABACAN Fatih Tuğçin, Kruvaziyer Turizmin Türk Turizm Sektöründeki Yeri ve Önemi, www.kalkinma .org

Tablo 6 incelendiğinde dünya üzerinde kruvaziyer turizm ürünlerini talep eden turistlerin daha çok ABD ve Kanada gibi Kuzey Amerika ülkeleri, İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya gibi Avrupa ülkeleri ile Uzakdoğu Asya'da Avustralya ile Japonya oldukları görülmektedir. Bu ülkeler ekonomik ve sosyal açıdan dünyanın en büyük ekonomileri ve gelişmiş toplum yapılarını oluşturmaktadırlar. Bu tablo ile, kruvaziyer turizm talebinin dünya üzerinde yoğun olarak yaşandığı ülkelerin gelişmiş ve ekonomik refah düzeyleri yüksek toplumların oluşturduğu ülkeler olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu tablo üzerinde özellikle Kıbrıs Rum Kesimi'nin durumu dikkat çekicidir. Kıbrıs Rum Kesimi'nin 2010 yılına göre toplam nüfusu 855.000 kişidir (www. dunyadevletleri.com). Ülkenin nüfusunu Tablo.6 ile karşılaştırdığımızda yaklaşık her 10 kişiden birinin kruvaziyer turizm talebi içerisinde yer alarak seyahatlere katıldığı görülmektedir.

Yapılan tahminler ve araştırmalar sonucunda, uluslararası turizmi etkileyen küresel ve geniş etkili bölgesel olumsuzluklar ile riskler olmaması durumunda, dünya turizm talebiyle birlikte, kruvaziyer turizm talebinin de büyümeye devam edeceği yönünde sonuçlar ortaya çıkmaktadır (İncekara ve Yılmaz, 2002:19). Diğer taraftan

da, toplamda dünya kruvaziyer turizm talebinin dünya üzerinde şu anda en büyük pazar konumundaki Kuzey Amerika Kruvaziyer Turizm Pazarından daha hızlı bir artış hızı yakalayacağı ve talebin dünyanın diğer kruvaziyer pazar bölgelerinde daha yüksek olacağı düşünülmektedir. Bu gelişme ile, dünya üzerinde kruvaziyer turizm talebinin gittikçe artan bir hızda tüm dünya üzerindeki bölge ve ülkelere yayılacağı söylenebilir.

Tablo.7 Dünya Üzerinde Yıllık Kruvaziyer Yolcu Büyüme Trendi



Kaynak: ICF International, Hawai's Cruise Study Final Report, 2008

Tablo 7 incelendiğinde, dünya üzerinde kruvaziyer yolcu sayısının devamlı ve istikrarlı bir biçimde arttığını görülmektedir. Özellikle 2000 yılından itibaren yolcu sayısı hızlı bir artış göstermiştir. Bu artış oranlarıyla kruvaziyer turizm sektörü, dünya genelinde en hızlı büyüyen turizm çeşitlerinden birisi olmuştur. Yeni yapılacak gemi ve yatırımlarla bu artış hızının devam edeceği düşünülmektedir (ICF Final Report, 2008). Kruvaziyer turizmi talep gelişmesi ile ilgili olarak, kruvaziyer turizm talebinin arttırılmasında çok farklı tanıtım ve pazarlama yöntemlerinin kullanıldığı görülebilir. Dünya üzerinde, deniz turizmi ve kruvaziyer turizm ürünlerinin tanıtımı için geçmişte özellikle televizyon reklamları ve televizyon dizilerinin büyük önem taşıdığını söylenebilir. Özellikle 1977-1986 yılları arasında dizi kuşağı şeklinde televizyon ekranlarında yayınlanan ve ülkemizde de gösterime giren "Love Boat" (Aşk Gemisi) isimli dizi dünyadaki birçok insanı deniz seyahati konusunda heveslendirmiş ve ilgi artışı sağlamıştır. Görsel medya araçları, turizm pazarlamasında en etkili araçlardan birisidir. Bu çerçevede, günümüzde internet üzerinden kruvaziyer seyahatin ürün tanıtımının çok geniş kitlelere ulaştırılması mümkün duruma gelmiştir. Kruvaziyer turizmin ürün arz olanaklarının tanıtımı, konsept ve ekstra hizmet fiyatları, gezilecek yerlerin tanıtımı, programın tam olarak görsel sunumlarla içeriğinin açıklanması gibi talebi etkileyecek birçok reklam ve sunum yapılabilmektedir. Kruvaziyer turizm firmaları ülkelerdeki reklam ve satış faaliyetlerini yerel seyahat acenteleri ile işbirliğine girerek yaygınlaştırmış ve dünya geneline yaymışlardır. Bugün uzak bir yerde de olsa gemi ile seyahat etmek isteyen kişiler, ülkelerindeki anlaşmalı seyahat acentesinden, içerisinde tüm hizmetin yer aldığı (kara ve hava yolu ile transfer, konaklama, döviz ve geçiş işlemleri) paket turları satın alabilirler.

2.4.8. Kruvaziyer Gemi Tipleri

Dünya denizlerinde dolaşan çeşitli tip, şekil ve büyüklükte, farklı denizcilik firmalarına ait birçok kruvaziyer seyahat gemisi bulunmaktadır. Bunlar, toplam ağırlık, yolcu kapasitesi, maliyet, kullanım alanının büyüklüğü, sunulan hizmet çeşitleri açısından farklılıklar göstermektedir. Dünya üzerinde denize indirilerek kullanıma sunulmuş kruvaziyer seyahat gemileri yedi sınıflandırmaya tabi tutulabilir (Mancini, 2004:28):

2.4.8.1. Klasik Okyanus Gemileri

Günümüzde bazıları hala kullanımda olan bu gemiler, kruvaziyer yolcu taşımacılığının ilk altın çağının yaşandığı yıllarda hizmet vermiştir. Bu gemiler özellikle 1970'li yıllar öncesinde okyanuslar arası yolculuklarda (Avrupa-Amerika, Avrupa-Avustralya) kullanılmıştır. Okyanus üzerindeki dalgaları bir bıçak gibi yarması için şık ve aerodinamik bir yapıda inşa edilmişlerdir. Günümüz modern yolcu gemilerine göre boyut olarak küçüktürler.

Resim.1 RMS Queen Elizabeth (1938)



Kaynak: http://en.wikipedia.org/wiki/Cruise_ship

2.4.8.2. Çağdaş Kruvaziyer Yolcu Gemileri

1970'li yıllardan itibaren gemi dizaynları bir yolcu gemisinin nasıl olması gerektiği düşünülerek yapılmaya başlandı. Süratli ve hızlı gidebilen bir gemi yapmak, artık öncelikli bir konu değildi. Konik, bıçak gibi pruva, daha geniş gövde, birçok modern aktiviteyi ve yolcu kamaralarını barındıracak şekilde yolcuların isteklerine uygun gemiler inşa edildi. Bu gemiler çok daha büyük, Queen Mary ve Queen Elizabeth gibi gemilerin ölçülerini ve sınırlarını aşacak kapasitede dizayn edildi. Yolcu gemisi inşaat sektörü bu gemilere, dev boyutlu gemiler ya da

megagemi ismi veriyordu. Bunlar, 2000 veya daha çok yolcu kapasitesine sahip, toplamda 12 ve daha fazla güvertesi bulunan büyük ölçekli gemilerdir.

Resim.2 MS Freedom of The Seas (Royal Caribbean International) 2006



Kaynak: www.royalcaribbean.com/ships/class

2.4.8.3. Küçük Gemiler

Günümüzde kruvaziyer seyahatlerde kullanılan 200 ve daha az yolcu kapasitesine sahip küçük gemilerin sayısı mega gemilerden daha fazladır. Bu da daha az sayıda insan grubunun katıldığı, daha samimi bir havada geçen kruvaziyer seyahatlerin daha çok tercih edildiğini ifade etmektedir. Stresten bunalan insanlara küçük ve lüks bir macera deneyimi daha güvenli gelmektedir. Küçük gemiler yolculara sanki büyük boy bir özel yatla seyahat ediyormuş gibi gelmektedir.

2.4.8.4. Yelkenli Gemiler

Denizlerde hala direk ve yelkenleriyle kısmen veya tamamen rüzgar gücünü kullanarak hareket eden yolcu gemileri mevcuttur. Bazı durumlarda bu gemiler, kendi hareket donanımları ve özellikleri dışında bilgisayar kontrolünde de yol almaktadırlar. Gemiler rüzgarlar uygun olduğunda mürettebat ve gemideki gönüllü yolcuların yardımı ile yelken teçhizatlarını kullanarak hareket etmektedirler. Hareket etmelerini sağlayan motorları vardır, fakat yalnızca rüzgarın gemiyi hareket ettirecek şiddette olmadığı zamanlarda kullanılmaktadır.

Resim.3 Küçük Ölçekli Superstar Gemini Kruvaziyer Yolcu Gemisi (1992)



Kaynak: www.starcruises.com/super_star gemini.aspx

Resim.4 Yelkenli Gemi, Christian Radich (1937)



Kaynak: http://www.schoonerman.com/christian_radich.htm

2.4.8.5. Nehir Tekneleri

Geçmiş zamanları günümüzde yaşatan bir başka seyahat gemileri de nehir tekneleridir. Amerikan tarihinde nehirlerde kullanılan ve kendilerine özgü yandan çarklı modelleri ile bu gemiler sıkça hatırlanmaktadır. Nil, Tuna ve Ren nehirlerinde bu gemiler bugünde modern şekilleri ve lüks donanımları ile yolcu taşımacılığında kullanılmaktadır.

Resim.5 Çin Yangtze Nehrinde Yolcu Taşımacılığında Kullanılan Bir Nehir Gemisi



Kaynak: www.gezisitesi.com/cruise/uzakdoğu

2.4.8.6. Feribotlar

Genelde feribotlar deniz yolcu taşımacılığı kategorisinde düşünülmeyen gemi tipleridir. Çünkü deniz taşımacılığında kullanılma amaçları yolcu taşınmasından daha çok araç ve yük taşınması üzerinedir. Ama özellikle Kuzey Avrupa'da (Baltık Denizi ve İskandinavya) bu tip gemiler yolcularına oldukça lüks ve donanımlı kamaraları, parıltılı eğlence hizmetleri ve cömert yemek sunumları ile hizmet etmektedir.

2.4.8.7. Çok Amaçlı Gemiler

Bazı gemiler, Norveç'in batı kıyılarında çalışan fiyort gemileri gibi birçok amaca hizmet ederler. Şehirler arasında kruvaziyer gemilerin hizmet anlayışı içerisinde hem yolcu ve hem de yük taşımacılığında kullanılırlar.

2.4.9. Kruvaziyer Gemilerin Büyüklüklerine Göre Sınıflandırılması

Kruvaziyer gemiler, büyüklüklerine göre, taşıdıkları yolcu ve oda (kamara) sayısına göre sınıflandırılabilirler. Büyüklükleri, çok küçük veya mikro (200 yolcu,10.000 ton) olanından mega gemilere (2000 yolcu, 70.000 ton) kadar değişmektedir. Diğer bir kruvaziyer gemi sınıflandırması ise, Butik Megaliner gemilerdir. Kruvaziyer gemilerin sayısı son on yılda belirgin bir artış göstermiştir. Her boyutta, küçük, lüks ve megaliner gemiler inşa edilmeye başlanmıştır. Küçük gemiler genelde yüksek kalitede hizmet ve yüksek fiyatlı ürünleri sunarlar ve sonuç olarak onların fiyatları da genelde yüksektir.

Resim.6 Çok Amaçlı Kullanıma Uygun Bir gemi (Multi-Purpose Ship)



http://www.marifor.com/showthread

Küçük gemi sayısındaki artışın yanı sıra, büyük gemi sayısında artış vardır ve inşa edilen her geminin de ortalama boyutu büyümektedir. 1970 yılında, karlı ve maliyeti uygun olan 25.000 ton ve 800 yolcu kapasiteli gemiler kabul görmüştür. Şimdilerde kruvaziyer gemi yapımcıları 100.000 ve 150.000 ton ağırlığında, 3000 yolcu kapasiteli, ekonomik ölçekli ve çok daha büyük gemilerin uygun olduğuna inanmaktadırlar. 1970'lerde havayolu endüstrisinin büyük gövdeli uçaklar yapımındaki deneyimi, ekonomik olarak büyük gemi yapımına eğilimin aynası olmuştur. Siparişte olan gemilerin daha büyük ölçekli olması büyük kruvaziyer gemilerin yatırım maliyeti açısından ekonomik uygunluğunu göstermektedir. Kruvaziyer seyahate çıkmak isteyen yolcuların talep ve beklentileri gemilerin inşasında ve iç donanımında değişikliklere gidilmesinin nedenidir. Yolcuların taleplerine uygun olarak geminin iç donanımını dizayn etmek rahatlık ve konfor açısından önem taşımaktadır (Dowling,2006:7).

Tablo.8 Kruvaziyer Yolcu Gemilerinin Büyüklüğüne Göre Sınıflandırılması

Gemi Tipi	Gross Ton (x1000)	**Yolcu Sayısı**
Butik	1-5	**200**
Küçük	5-25	**200-500**
Orta Boy	25-50	**500-1200**
Büyük	50-100	**1200-2400**
Mega	100-150	**2400-4000**

Kaynak: Dowling K.Ross, Cruise Ship Tourism, CABI International, Oxfordshire United Kingdom, 2006, s:7

Tablo 8 üzerinde yer alan gemi büyüklüğü sınıflandırmasında, elli bin groston üzerindeki gemilerin, büyük boy kruvaziyer gemiler olarak sınıflandırıldığı görülmektedir. 2000 yılından itibaren artan yolcu talebi ile birlikte yeni inşa edilen ve edilecek olan gemiler, genişleyen hizmet anlayışı ile birlikte mega boyutlarda yapılmaktadır (Dowling, 2006:9).

2.4.10. Kruvaziyer Gemi Tersaneleri (Shipyards)

Dünya üzerinde kruvaziyer gemilerin inşasının yapıldığı ve gemi inşasında piyasaya pazar payının büyük bir kısmını elinde bulunduran üç Avrupa ve bir Asya gemi inşa firması bulunmaktadır. Bu firmalar şunlardır (www.en.wikipedia.org/wiki/Cruise_ship):

- STX Europe, Norveç: Güney Koreli endüstriyel bir şirket olan Chaebol'un bir iştirakidir. Merkezi Norveç Oslo'da bulunmaktadır. Avrupa'da kruvaziyer gemilerin inşa edildiği STX Europe (Turku-Finlandiya) ve Aker Yards France (Saint Nazaire-Fransa) isimli iki tersanesi bulunmaktadır. Bu tersaneler dünya üzerinde şu anda okyanuslarda seyir eden dünyanın en büyük yolcu gemilerinin inşa edildiği tersanelerdir.

- Fincantieri, İtalya: Cantieri Navali Italiani S.P.A isimli şirketin merkezi Trieste'de (İtalya) bulunmaktadır. Şirket 1959 yılından bugüne sivil ve askeri gemi imalatında bulunmaktadır. Akdeniz'in en büyük tersanesidir.

- Meyer Werft, Almanya: Şirket Almanya'nın günümüze kadar gelen en büyük gemi inşaat firmasıdır. Merkezi Papenburg'da (Almanya) bulunmaktadır. 1795 yılından itibaren ahşap gemi imal ederek hizmet vermeye başlamıştır. Almanya'nın günümüze kadar gelen en büyük tersanesidir. Kruvaziyer gemilerin haricinde tanker gemileri, feribotlar ve yük gemileri de inşa etmektedir.

- Mitsubishi Heavy Industries, Japonya: Merkezi Minato'da (Tokyo-Japonya) bulunmaktadır. Şirket, gemi yapımı, endüstriyel makine imalatı, havacılık ve uzay teknolojisi ile demiryolu araçları yapımı sektörlerinde faaliyette bulunmaktadır. Gemi imalatını Nagasaki'de bulunan tersanelerinde yapmaktadır. Bu tersanelerde, yolcu gemileri, tankerler, likit petrol gazı taşıyan gemiler inşa edilmektedir.

Tablo 9'da dünya üzerinde kullanımda olan en büyük kruvaziyer gemiler yer almaktadır. Bu gemilerin hepsinin son on yılda denize indirilen yeni hizmete girmiş gemiler olduğunu görmekteyiz. Yine tabloda yer alan tüm kruvaziyer gemiler, mega boyutlarda inşa edilmişlerdir ve yolcu kapasiteleri ortalama 3000-4000 kişi civarındadır. Gemileri hizmet verdiği kruvaziyer turizm pazarı ve işleten şirket açısından incelediğimizde ise, büyük çoğunluğunun Karayipler Bölgesinde çalışan gemi ve şirketlerden oluştuğu söylenebilir. Özellikle, Royal Caribbean International şirketi, faaliyet gösterdiği Karayipler Bölgesindeki kruvaziyer turizm pazarına yönelik olarak yeni, modern ve mega boyutlarda birçok gemiye sahiptir.

Tablo.9 Dünyanın Kullanımda Olan En Büyük Kruvaziyer Yolcu Gemileri (2011)

SIRA	GEMİ ADI	ŞİRKET	GROSSTON	YIL	YOLCU KAPASİTESİ
1-2	MS Allure of the Seas MS Oasis of the Seas	Royal Caribbean International	225.282	2009 2010	**6.296**
3	Norwegian Epic	Norwegian Cruise Line	155.873	2010	**4.100**
4-5-6	MS Freedom of the Seas Liberty of the Seas MS Independence of the Seas	Royal Caribbean International	154.407	2006 2006 2008	**4.370**
7	RMS Queen Mary 2	Cunard Line	151.400	2004	**3.056**
8	Navigator of the Seas	Royal Caribbean International	138.279	2002	**3.114**
9	Mariner of the Seas	Royal Caribbean International	138.279	2003	**3.114**
10	Explorer of the Seas	Royal Caribbean International	137.308	2000	**3.114**
11	Voyager of the Seas	Royal Caribbean International	137.276	1999	**3.138**
12	Adventure of the Seas	Royal Caribbean International	137.276	2001	**3.114**

Kaynak: www.en.wikipedia.org/List of the world largest cruise ships

2.4.11. Kruvaziyer Gemilerde Konaklama ve Yolcu Kamarası Tipleri

Kruvaziyer gemilerde konaklamada amaç, farklı tercihleri ve beklentileri olan yolculara bu beklentilerini karşılayacak şekilde fiyat, büyüklük, donanım ve manzara açısından en uygun konaklama hizmetini verebilmektir. Bu nedenle gemilerde farklı tip ve şekillerde, geminin değişik bölümlerine konumlandırılmış yolcu kamaraları bulunmaktadır. Bu yolcu kamaralarının boyut, tip ve konumları gemiden gemiye göre değişkenlik gösterebilir. Yolcu kamaralarındaki hizmet ve donanım yolcuların tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek ölçüde yeterli ve kalitelidir. Genel bir

değerlendirme açısından yolcu kamaralarının tip ve şekilleri şu şekilde gösterilebilir (Cruise Tourism Potential&Strategy Study, 2005:42):

2.4.11.1. Geniş Okyanus Manzaralı Lüks Kamaralar (Superior Ocean View Staterooms)

Bu kamaralar, muhteşem deniz manzaralı özel ve büyük balkonu, mini barı, lüks oda donanımları ile yolcularına geniş olanaklar sunmaktadır. Bu kamaraların büyüklüğü 188 sq.ft. (62 metrekare), balkonlarının ise 50 sq.ft. (15 metrekare) civarındadır. Kamara içerisinde konforlu bir oturma odası, duble yataklı iki yatak odası, özel bir banyo ve geniş deniz manzaralı bir balkon yer almaktadır.

Resim.7 Geniş Okyanus Manzaralı Lüks Kamara Planı



Kaynak: www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/staterooms/suites

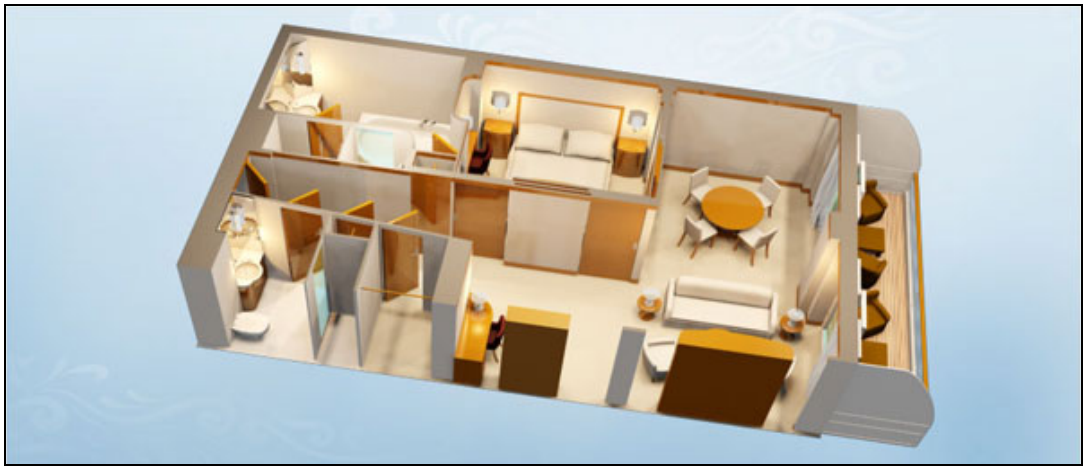
2.4.11.2. Okyanus Manzaralı Lüks Kamaralar (Ocean View Staterooms)

Büyük bir beş yıldızlı otelin suit oda donanımlarının muhteşem bir deniz manzarası ile birleştirilmiş biçimde yer aldığı lüks yolcu kamaralarıdır. Büyüklükleri 180 sq.ft. (54 metrekare) civarındadır. Konforlu bir oturma odası, duble yataklı iki yatak odası, özel bir banyodan oluşmaktadır.

2.4.11.3. Delüks Okyanus Manzaralı Kamaralar (Deluxe Ocean View Staterooms)

Özel okyanus manzaralı balkonu ve mini barıyla misafirlerine lüks bir donanım sunmaktadır. Oda büyüklüğü 173 sq.ft. (50 metrekare), balkonları ise 47 sq.ft. (14 metrekare) ‘dir. Kamara içinde konforlu bir oturma veya çalışma odası, duble yataklı bir yatak odası, özel bir banyo yer almaktadır.

Resim.8 Okyanus Manzaralı Lüks Kamara Planı



Kaynak: www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/staterooms/suites

Resim.9 Delüks Okyanus Manzaralı Kamara Planı



Kaynak: www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/staterooms/suites

2.4.11.4. Ailelere Özel Okyanus Manzaralı Lüks Kamaralar (Family Ocean View Staterooms)

Ailelerin kullanımına uygun olarak hazırlanmış altı kişilik lüks, okyanus manzaralı büyük yolcu kamaralarıdır. Bu kamaraların büyüklüğü 265 sq.ft. (80 metrekare) civarındadır. Kamara içinde iki yatak odası (biri duble yatak, diğeri twin yatak), konforlu bir oturma odası veya çalışma odası, okyanus manzaralı geniş bir balkon, özel bir banyo ve bir duş bulunur. Bu kamaralar, okyanus manzaralı lüks kamara tipinin aileler için uyarlanmış şeklidir denilebilir.

Resim.10 Ailelere Özel Okyanus Manzaralı Lüks Kamara Planı



Kaynak: www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/staterooms/suites

2.4.11.5. Promenade Kamaralar (Promenade Staterooms)

Royal Caribbean International Cruise Line firması yolcu gemilerinde okyanus manzaralı iç odalar oluşturarak bunlara Royal Promenade ismini vermiştir. Bu kamaralara Atrium Stateroom ismi de verilmektedir. Bu odalar standart bir lüks kamara donanımına sahiptir. Büyüklükleri 167 sq.ft. (50 metrekare)' dir. Kamara içinde duble yataklı bir yatak odası, konforlu bir oturma odası, özel bir banyo bulunmaktadır.

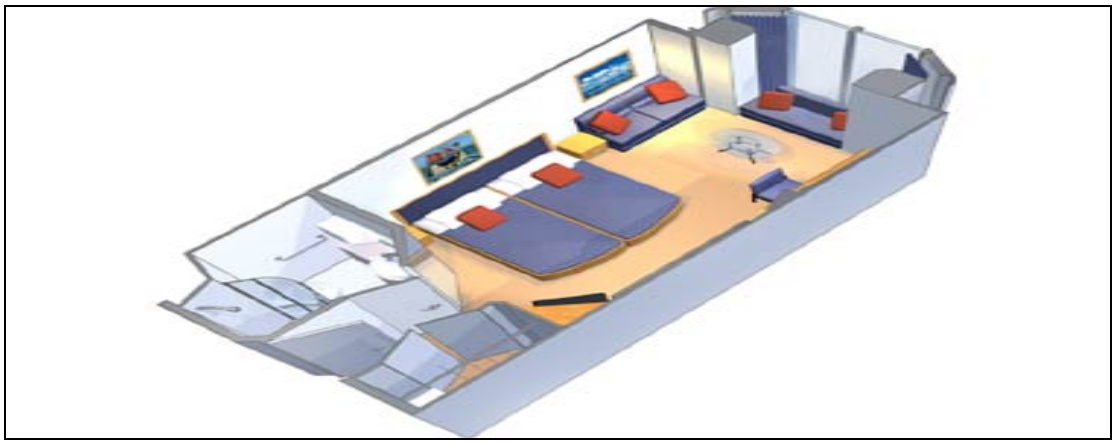
2.4.11.6. İç Yolcu Kamaraları

Bu kamaralar geminin iç kısımlarında bulunurlar. Büyüklükleri 160 sq.ft. (48 metrekare) civarındadır. Bu kamaralarda duble veya twin iki kişilik bir yatak odası ve bir banyo bulunmaktadır.

2.4.11.7. Royal Suit Kamaralar (Royal Suits)

Bu kamaralar gemiler içerisinde en büyük ve en geniş lüks donanıma sahip kamaralardır. Kamara içerisinde okyanus manzaralı bir yakuzzi, spor aletleri, elektronik eğlence donanımı (TV, DVD, müzik sistemi), zengin bir minibar, özel oda servisi, king size bir yatak odası, oturma odası, çalışma odası, özel bir banyo bulunmaktadır. Büyüklüğü 1188 sq.ft. (300 metrekare), balkonu ise 170 sq.ft. (50 metrekare) boyutundadır. Bu odaları otellerde bulunan Presidential Suites (Kral Dairesi) ile özdeşleştirebiliriz. VIP müşteriler ve özel konuklar için kullanılmaktadır.

Resim.11 Promenade Kamara Planı



Kaynak: www.cruisereviews.com

Resim.12 Royal Suit Kamara Planı



Kaynak: www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/staterooms/suites

2.4.12. Kruvaziyer Gemilerde Sunulan Hizmetler ve Bölümleri

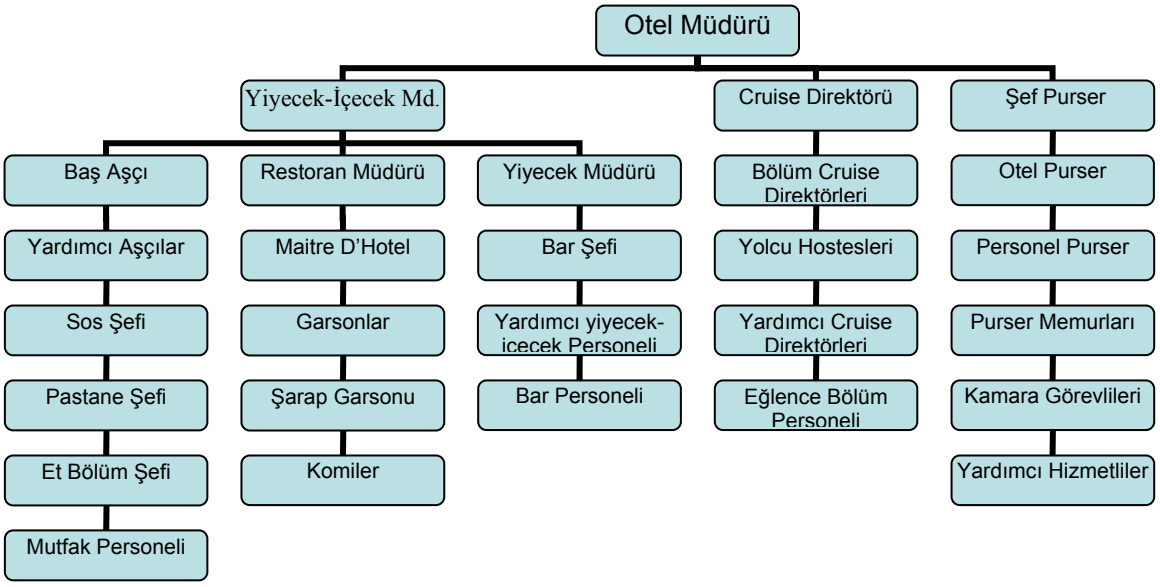
Kruvaziyer seyahat yolcu gemileri verilen hizmet bakımından üç ana bölüme ayrılmıştır. Bu bölümler şunlardır (Mancini, 2004:32):

- Yolcu kamaralarının bulunduğu bölüm: Geminin dört bir tarafında ve iç kısımlarında, katlara dağılmış biçimde bulunurlar. Yolcuların ve görevli mürettebatın kullandığı bölümlerdir.

- Mürettebata ayrılan bölümler: Bu bölümler yalnızca gemide hizmet veren personelin kullandığı yerlerdir. Mürettebat kamaraları, dinlenme ve yemek salonları, çalışma alanları (mutfak, depolar, gemi idare bölümleri) ile gemi kontrol ve makine kısımları bulunmaktadır. Bu bölümler yalnızca personelin kullanımı içindir, yolcular tarafından kullanılmazlar.

- Ortak Kullanım Alanları: Bu bölümler yemek salonları, barlar, eğlence bölümleri (sinema, tiyatro, gösteri ve konferans salonu), alışveriş merkezi, spor aktivite bölümleri (fitness center, basketbol, voleybol, tenis sahaları), spa merkezi, havuzlar, gazino, kütüphane, internet kafe gibi ortak kullanım amaçlı yerlerdir.

Şekil.1 Bir Kruvaziyer Yolcu Gemisinde Hizmet Personeli Görev Şeması



Kaynak: Dowling K.Ross, Cruise Ship Tourism, CABI International, Oxfordshire, United Kingdom 2006, s:46

Bir Kruvaziyer yolcu gemisinde misafirlerin gemiye bindikleri andan itibaren, gemide tatillerini rahat ve huzurlu geçirmeleri için hizmet veren bölümler ve bu bölümlerde çalışan görevli personel bulunmaktadır. Gemilerde çalışan personeli ise geminin sevk ve idaresinden sorumlu teknik personel (gemi kaptanı, yardımcı kaptanlar, makine dairesi şefi, teknisyenler, seyir personeli) ile yolcuların seyahat esnasında konaklama, yeme-içme, eğlence, spor ve diğer ihtiyaçları ile ilgilenen otel personeli olarak ikiye ayrılabilir. Bir kruvaziyer yolcu gemisinde misafirlere otel hizmeti veren bölümler şunlardır:

2.4.12.1. Resepsiyon Bölümü

Tüm kruvaziyer yolcu gemilerinde yolcuların gemiye ilk bindiklerinde karşılaştıkları bölümdür. Bir otel lobisi şeklinde, misafirlerin gemiye kayıt ve kabul

işlemlerinin yapıldığı geniş salondur. Misafirlerin gemide kaldıkları süre içerisinde kamaralarındaki ihtiyaçları ile ilgilenen Purser (Kamarot) Bölümü çalışanları ve ofisleri de bu alanda bulunur. Bu bölüm, front desk, reception desk veya information desk olarak da isimlendirilebilir. Misafirler kayıt ve kabul işlemleri yapılıp bagajları alındıktan sonra görevli kamarotlar tarafından kalacakları kamaralarına götürülürler. Seyahat esnasında çeşitli istekleri ve sorunları ile ilgilenecek, misafirlere bilgi vererek, gemide rehberlik edecek olan Cruise Director (Müşteri İlişkileri Bölümü Şefi) ve ekibi de bu bölümde bulunur ve misafirleri yönlendirir. Bu bölge bazı gemilerde "Atrium" olarak da adlandırılır (Mancini, 2004:34).

Resim.13 MS Azura Kruvaziyer Yolcu Gemisinin Resepsiyon Bölümü



Kaynak: www.flickr.com/photos

2.4.12.2. Restoran Bölümü

Gemide seyahat eden yolcuların yeme-içme ihtiyaçlarının karşılandığı ve sabah, öğlen, akşam yemeklerinin verildiği yerlerdir. Gemilerin büyüklüğüne ve yolcu kapasitesine göre sayıları birden fazla olabilir. Genellikle ana restoran ve diğer özel yiyecek türleri ile dünya mutfaklarının örneklerinin yer aldığı restoranlar (Deniz Ürünleri Restoranı, Fransız Restoranı, Fast-Food Restoranı) olarak ayrılmıştır. Özel kutlamalar, balolar, müzikli gösteriler ana restoranda kıyafet zorunluluğu ile birlikte verilir. Ana restoran genelde büyüklüğü sebebiyle geminin orta kısmında yer alır.

2.4.12.3. Alternanif Restoranlar

Gemi yolculuğu esnasında misafirlere farklı yiyecek alternatifleri sunmak amacıyla geminin havuz kenarında, barlarında yiyecek ve içecek hizmeti veren alternatif restoranlar da bulunmaktadır. Bu restoranlar özellikle açık havada yemek isteyen müşteriler için oluşturulmuştur. Eşsiz bir okyanus manzarası ile açık havada yemeklerini almak isteyen misafirler buraları tercih edebilirler. Yine tatilini güneşlendiği veya dinlendiği havuz kenarlarında yemek yiyerek değerlendirmek isteyen misafirler için de fast-food tarzı yiyecek sunan havuz barlar bulunmaktadır.

Ayrıca kamaralarında yemek isteyen misafirler de düşünülerek Oda Servisi (Room Service) hizmeti verilmektedir.

Resim.14 MS Pasific Princess Kruvaziyer Yolcu Gemisi Ana Restoranı



Kaynak: www.dailymail.co.uk/travel

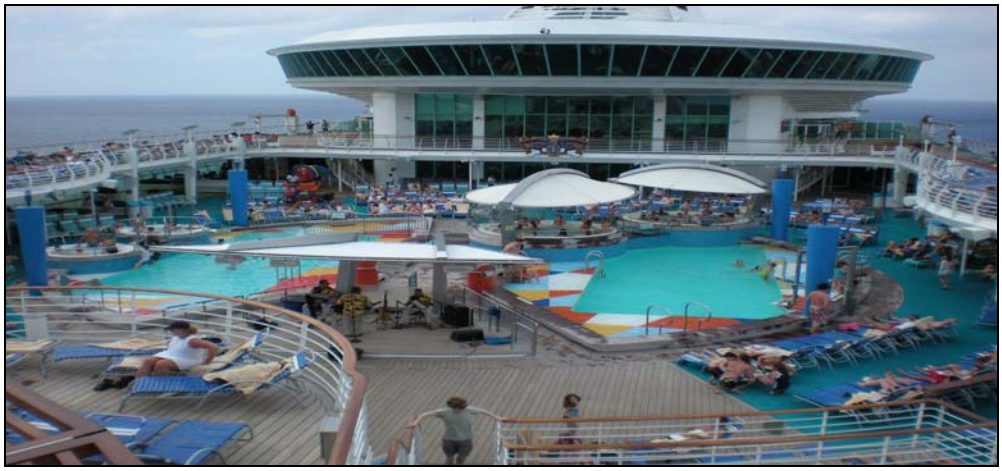
2.4.12.4. Eğlence Hizmetleri

Eğlence aktiviteleri genellikle gemilerde geceleri sunulur. Geminin sinema ve tiyatro salonlarında müzikli revü gösterileri, kabare şovlar, ana restoranlarda yemek ve dans eşliğinde canlı müzik konserleri, özel illüzyon ve dans gösterileri yapılmaktadır. Ayrıca gün içerisinde animasyon hizmetleri olarak, görevli personel tarafından genelde havuz kenarlarında yürütülen çeşitli oyunlar ve yarışmalar, ödüllü çekilişler, çocuklara yönelik eğlendirici aktiviteler de yer almaktadır. Geminin diskoteklerinde gece geç saatlere kadar süren müzikli eğlenceler de eğlence hizmetleri içerisindedir. Amaç misafirlere yolculuk esnasında farklı eğlence seçenekleri sunarak tüm misafirlere sıkılmadan, rahat bir seyahat yaşatmaktır (Ward, 2010:58).

2.4.12.5. Havuzlar

Modern kruvaziyer yolcu gemilerinde, misafirlerin yolculuk esnasında serinlemek, dinlenmek, eğlenmek, spor yapmak amacıyla kullandıkları farklı büyüklüklerde yüzme havuzları bulunmaktadır. Bu havuzlar içerisinde bulunan suyun ağırlığı ve hareket etmesi sebebiyle geminin dengesi açısından çok iyi tasarlanarak gemiye konumlandırılırlar. Genelde büyük havuz geminin kıç kısmında ve tam merkeze gelecek şekilde dizayn edilir. Havuz kenarlarına misafirlerin güneşlenmesi için şezlonglar yerleştirilir. Büyük gemilerde havuz kenarlarında küçük jakuzi sistemleri de bulunmaktadır. Bazı yolcu gemilerinde hava şartlarına göre açılır ve kapanır sürgülü cam tavan havuzun üst kısmına yerleştirilmiştir. Buna "magrodome" ismi verilmektedir (Mancini, 2004:34).

Resim.15 MS Oasis of The Seas Gemisi Havuz Kenarı



Kaynak: www.royalcaribbean.com/Oasis of The Seas

2.4.12.6. Spor ve Sağlıklı Yaşam Hizmetleri

Gemilerde seyahat esnasında misafirlerin spor ve sağlıklı yaşam aktiviteleri de düşünülmüştür. Geminin yolcuların kullandığı çeşitli bölümlerinde eksersiz alanları, aerobik salonları, içinde birçok güncel jimnastik aletinin (koşu bandı, kondisyon bisikleti, ağırlık kaldırma aletleri) bulunduğu ve uzmanlar eşliğinde çalışan fitness center yer almakatdır. Ayrıca yine uzmanlar eşliğinde faaliyer gösteren SPA merkezinde masaj, sauna, güzellik merkezi, aromaterapi gibi hizmetler verilmektedir. Geminin üst katlarında basketbol, voleybol sahası, yapay dalga havuzu, mini golf ve tenis kortu da bulunmaktadır. Dünyanın en modern ve büyük kruvaziyer yolcu gemilerinden Royal Caribbean International Cruise Lines şirketine ait MS Freedom of The Seas gemisinin baca kısmında dağcılık sporu için özel tasarlanmış bir tırmanma rampası da bulunmaktadır (www.royalcaribbean.com/Freedom of The Seas).

2.4.12.7. Çocuklara Yönelik Hizmetler

Kruvaziyer seyahatlere yönelik turizm talebinde, ailelerin oluşturduğu talep kesiminin toplam talep içerisinde önemli bir yeri vardır. Bu yüzden de seyahatlerde verilen hizmet paketi içerisine çocuklara yönelik aktivitelerinde düşünülüp tasarlanması gerekmektedir. Ebeveynlerin gemide tatillerini geçirirken, bir yandan da çocuklarını düşünmeden rahat bir şekilde hareket etmesi önemli bir konudur. Çocuklara yönelik olarak yaşlarına uyacak şekilde aktiviteler gemideki hizmetlere dahil edilir. Örneğin, bebek yaştakiler için özel bakıcı hizmetleri, çocuklar için özel havuz, restoranlarda özel çocuk menüleri, çocuk tiyatroları, sinemalar, çocuklara yönelik eğitici animasyonlar, yarışmalar, gün boyu devam eden mini club etkinlikleri, gemi içi dahili tv yayınlarında çocuk programları, uzman çocuk eğitmenleri yönetiminde oyun odaları, aile kamaralarında çocuk tuvaletleri bu hizmetler içerisindedir (Ward, 2010:68).

Resim.16 MS Freedom of The Seas Kruvaziyer Gemisinde Tırmanma Rampası ve Basketbol, Voleybol Sahası



Kaynak: www.cruisecanaveral.com/rci-freedom

2.4.12.8. Alışveriş Merkezleri

İnsanlar gemide seyahat etmelerine rağmen ihtiyaçlarını temin etmek, tatillerini bitirdiklerinde kendilerine ve yakınlarına hatıra olacak eşyalar satın almak veya zamanlarını eğlence amaçlı alışveriş yaparak geçirmek isteyebilirler. Bunlar düşünülerek gemi dizaynlarına ve hizmet paketlerine alışveriş amaçlı mağaza ve dükkanlar da eklenmiştir. Bu yerlerden giyim eşyası, mücevherat, saat, oyuncak, hediyelik eşyalar, sanat eserleri, küçük ev eşyaları satın alabilirler. Geminin iç-orta kısımlarına konumlandırılmış olan alışveriş merkezlerinde dünyanın ünlü ve gözde markalarının ürünleri satılır.

2.4.12.9. Sağlık Hizmetleri

Günümüz modern ve büyük kruvaziyer yolcu gemilerinde ortalama 5000 yolcu ve mürettebat gemi içerisinde seyahat halindedir. Bu yüzden en temel insani ihtiyaçlardan sağlık konusu önem verilmesi gerekli en başta gelen konular arasındadır. Gemi içerisinde her zaman müdahaleye hazır, yeterli bilgi ve tecrübeye sahip, donanımsal açıdan yeterli düzeyde doktor ve hemşire zorunlu bir personel kategorisidir. Gemi içerisinde de acil ve zorunlu operasyonları yapacak düzeyde yeterli ve donanımlı hastane bulunması zaruridir. Gemilerde sağlık konusunda gösterilen tutum ve özen misafirlere verilen öneminde dikkat çekecek bir göstergesidir. 24 saat süreyle devamlı müdahaleye hazır doktor ve hemşireler gemi içerinde nöbetleşe görev yapmaktadır.

Resim.17 MS Freedom of The Seas Kruvaziyer Gemisinin Alışveriş Merkezi



Kaynak: www.cruisecanaveral.com/rci-freedom

2.4.12.10. Gazinolar

Eğlence amaçlı hizmetlerden birisi de gazinolardır. Gazinolar seyahatin renkli ve heyecanlı geçmesi için önemli bir katkı sağlar. Misafirler gazinolarda, blackjack, rulet, gambling, kollu makinelerde oyunlar oynayarak hoş vakit geçirebilirler. Gazinolar yasal sınırlar içinde, kurallara uygun biçimde çalıştırılırlar ve gemi limanlara uğradığında, şehirdeki gazinolarla rekabet etmemek için genelde kapalı tutulurlar (Mancini, 2004:35).

2.4.12.11. İnternet ve Posta Hizmetleri

Dünyanın çeşitli bölgelerindeki denizlerde dolaşan modern kruvaziyer yolcu gemilerinde bazen birkaç gün karaya ayak basmadan seyahat edilmektedir. Bu sebeple de iletişim yolcular ve personel için vazgeçilmez bir ihtiyaçtır. Gemilerde internet iletişimi uydular sayesinde sağlanmaktadır. İnternet ve posta iletişimi yolcular için ayrılan internet kafe veya kabinlerde ücret karşılığında yapılmaktadır. Geminin genel kullanım alanlarında (ana restoran, alışveriş merkezi) wi-fi iletişim de mevcuttur. Misafirler iletişim ücretini isterlerse kullanım süresine göre (ortalama dakikası 50-70 sent) veya paketler halinde (30,60,100 dakikalık) olarak ödeyebilirler (Ward, 2010:45). Teknolojinin gelişmesi ile beraber gemi içindeki bağlantı sorunları da çözümlenmekte ve bağlantı hızı da artmaktadır.

2.4.12.12. Fotoğraf Hizmetleri

İnsanların tatil anılarını, gezdiği yerleri, hatırlamak istediği güzellikleri ölümsüzleştirmek için filme alması veya fotoğrafını çekmesi de misafirlerin ihtiyaçları arasındadır. Bu nedenle gemide bu hizmeti profesyonelce verecek elemanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu görevliler misafirlerin geminin değişik yerlerinde yaşamış olduğu bu unutulmaz anılarını, fotoğraf veya filmlere çekerek

geminin foto albümüne eklerler ve misafirlerde isterlerse bunları belirli bir ücret karşılığında satın alabilirler.

Resim.18 MS Freedom of The Seas Kruvaziyer Gemisinin Tiyatro Salonu



Kaynak: www.cruisecanaveral.com/rci-freedom

Kruvaziyer yolcu gemilerinde birinci amaç misafirlerin kendi evlerinde yaşarmış gibi seyahat ederek tatillerini yüzen bir sarayda rahat ve huzur içinde geçirmesidir. Bu nedenle rekabet ve değişen tüketici talep ile beklentileri, her zaman kruvaziyer seyahat firmalarını yeni ve farklı hizmetler sunmaya zorlamaktadır. Yukarıda bahsedilen hizmetler yanında, gemi içi havalandırma ile değişen coğrafya ve iklim koşullarına göre ısıtma ve soğutma hizmetleri de önemlidir. Çeşitli sanat türlerinde yapılan sergiler ve müzayedeler, erkek ve bayan kuaför-berber hizmetleri, ücretsiz yapılan bazı hizmetler (uğranılacak limanları tanıtıcı film, slayt ve konferanslar), limanları ve şehirleri tanıtan broşür, resim ve gezi programları, uğranılan limanlardaki geçiş ve vize işlemleri konusundaki kolaylıklar, alışveriş imkanı sağlayan duty-free-shoplar, bazı meraklı ve ilgi gösteren müşteriler için düzenlenen, yetkili bir yardımcı kaptan nezaretinde, geminin idare bölümü (köprü) ile makine dairesinin gösterilmesi amaçlı gemi içi turlar, geminin paket program dahilinde uğradığı ama uygun liman veya coğrafi koşullar olmaması nedeniyle açıkta demirlemesi sonucunda verilen karaya taşıma hizmetleri (launch servis, shore tender)(Ward, 2010:45), ücret karşılığında verilen çamaşır ve kuru temizleme hizmetleri, gemi içindeki kütüphane ve okuma salonu, kayıp eşya bölümü veya personeli, televizyon salonu verilen diğer hizmetlere birer örnektir.

2.4.13. Kruvaziyer Gemilerde Güvenlik

Kruvaziyer yolcu gemileri, yaklaşık mürettebat ile birlikte 5000 kişinin denizlerde, karadan bağımsız olarak seyahat ettiği, bir tür küçük şehir büyüklüğünde araçlardır. Bu kadar çok insanın bulunması ve kendi başına hareket etme zorunluluğu güvenlik unsurunun ön plana çıkmasını zorunlu kılmıştır. Gemi içerisinde, hastalık, yaralanma, denize düşme, geminin batma tehlikesi, yangın, başka bir gemi ile

çarpışma gibi örnek verebileceğimiz birçok tehlike mevcuttur. En önemlisi de böyle durumlarda, soruna çare olabilecek çözümleri yardım gelinceye kadar kendi içerisinde bulma zorunluluğu vardır. 15 Nisan 1912 tarihinde Titanik yolcu gemisinin ilk seferinde bir buzdağına çarparak batması, dünya üzerinde geniş yankı bulmuş ve denizlerde seyahatin güvenliği sorgulanmaya başlanmıştır.

Günümüz kruvaziyer yolcu gemileri, her açıdan modern gemilerdir. Güvenlik konusu da gemi henüz plan aşamasındayken titizlikle düşünülen bir konudur. Güvenlik olarak hem yolcuların, hem mürettebatın hem de geminin bir bütün olarak durumu düşünülür ve değerlendirilir. Sadece gerekli yapısal donanım unsurlarını koymak, güvenlik açısından yeterli bir uygulama değildir. Aynı zamanda tüm gemi personelinin de yeterli ve sürekli eğitilmesi, yolculara da bu konuda gerekli bilgilerin verilmesi gerekmektedir. Kruvaziyer yolcu gemilerinde çalışacak tüm personelin ilk önce uluslararası temel güvenlik eğitiminden geçmesi gerekmektedir. İş başındayken yapılan tatbikatlar artık yeterli görülmemektedir. Kruvaziyer seyahat şirketleri, SOLAS (Safety of Life at Sea, Denizde Can Güvenliği) adı verilen uluslararası bir kongre tarafından belirlenen, denizde güvenlik yönetmeliklerine uymak zorundadırlar. Tüm kruvaziyer yolcu gemilerinde geminin güvertelerinde bulunan korkuluklar çocuklar ve yetişkinler için yeterli boyutta olmalıdır.

Tüm kruvaziyer yolcu gemilerinde, 1 Temmuz 1986 tarihinden itibaren yasal zorunluluk olarak, ya tamamen ya da kısmen kapalı, dizel motorla çalışan filikalar bulunması şarttır. Ekim 1997 tarihinden başlayarak kruvaziyer yolcu gemilerinde şu donanımların bulunması zorunluluktur (Ward, 2010:684):

- Gemideki bütün merdivenler yangına karşı tamamen kapanabilir olmalıdır.

- Yangın dedektörleri ve yangın alarmları geminin tüm kamaralarında, katlarında ve güvertelerinde bulunmalıdır.

- Merdivenlerde, koridorlarda ve kaçış bölgelerinde düşük seviyeli alarm ışıkları yolu göstermelidir.

- Tüm yangın kapıları geminin yönetim odasından (kaptan köşkü, köprü), uzaktan kontrol edilebilir olmalıdır.

- Tüm yangın kapılarının menteşeleri uzaktan kumanda ile açık tutulabilir olmalı ve menteşeler kontrol edilebilmelidir.

- İlk yardım alarmları tüm kamaralarda sesli olmak zorundadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DÜNYA GENELİNDE KRUVAZİYER TURİZM

Kruvaziyer turizmi, yapılan seyahat açısından deniz üzerinde gerçekleşen bir seyahat biçimi olduğundan ve gemilerle çeşitli şehir ile limanların ziyaret edilmesiyle yapıldığından küresel anlamda deniz yolculuğuna uygun tüm bölge, ülke, şehir ve limanları kapsayabilmektedir. Dünya üzerinde kruvaziyer gemi seyahatlerinin çeşitli yoğunlukta uygulandığı birçok bölge ve seyir güzergahı bulunmaktadır. Bunlar dünya coğrafyası üzerinde bölgelere ayrılarak incelenebilir.

3.1. Dünyada Kruvaziyer Turizme Genel Bir Bakış

Kruvaziyer Seyahat Endüstrisinde, kruvaziyer yolcu gemileriyle yapılan seyahatler, sunulan hizmet ve ürünün esasını oluşturmaktadır. Ancak, bu seyahatlerin ayrılmaz parçalarından birisi de hiç kuşkusuz gidilecek bölgeler, gezilip görülecek limanlar, kentler, doğal ve tarihi güzelliklerdir. Turistik arzın bu alt bileşeni, seyahatin süresini, yolcu talebini, fiyatları ve diğer taraftan da gemilerin uğradığı limanların bulunduğu bölge ve kentlerin gelirlerini etkileyen temel unsurlardan biri konumundadır.

Bir deniz gezisi satın alırken, güzergâh, geminin gideceği yerlerin programından oluşur ki gezi programı da bölgesel özellikler, uzunluk, sıklık ve uğranacak limanlar şeklinde ayrılır. Fakat şu söylenebilir ki, bir kruvaziyer gezinin temel hedefi denizdir ve bu yüzden güzergâh, daha ziyade, gezi programı, geminin rotası, gezinin uzunluğu ve uğranacak yerlerin bir bileşiminden oluşur. Deniz gezisi firmaları ve tur operatörleri, ürün farklılaştırma stratejilerinin bir parçası olarak değişik güzergahlara seferler düzenlemektedirler çünkü bu endüstride ürün yelpazesini coğrafi deniz gezisi bölgelerine ayırmak çok yaygındır.

İnsanlar tatillerini geçirmek isterlerken, tatile gidecekleri coğrafya ve buraya ulaşmak isterlerken kullanacakları ulaşım aracı, tatil güzergahını seçmelerindeki en önemli etkenlerdendir. Tatil planı oluşturulurken, fiyat, sunulan hizmetlerin kalitesi ve çeşitliliği, güvenlik, ulaşım, bilinen ve tanınan bir yer olması, altyapı, diğer insanların görüş ve düşünceleri bu konuda karar verilirken göz önünde bulundurulan unsurlardır. Kruvaziyer gemi seyahatini talep eden insanlar için tatillerini geçirecekleri güzergahı belirlemede etkili olan faktörler şu şekilde açıklanabilir (Mancini, 2004:94):

- Kruvaziyer seyahat müşterileri seyahate çıkacakları güzergahı belirlerken, gemi veya rotasına göre değil de kendi istek ve beklentilerine göre tatil bölgesini seçerler.

- Bazı bölge ve limanlar kruvaziyer gemiler tarafından devamlı ziyaret edilen, dünyanın önemli ve büyük yerleşim merkezleridir (Karayipler, Kuzey Amerika Kıyıları, Avrupa Limanları). Buralara seyahat karayolu veya havayolu ile hem

pahalı, hem de aktarmalı olarak gerçekleşmektedir. Bu yüzden de kruvaziyer yolcu gemileri tercih edilmektedir.

- Kruvaziyer seyahat gemileri, özellikle takımada şeklinde coğrafi konumu bulunan liman ve şehirleri ziyaret ederek, tatillerini geçirmek isteyenler için çok uygundur (Bahamalar, Kanarya Adaları, Şeyseller, Karayip ve Meksika Körfezi, İskandanivya).

- Dünya üzerinde kruvaziyer gemilerin uğradığı ülke ve şehirler arasında az gelişmiş bölgeler de bulunmaktadır. Bundan dolayı yolculara, gemilerin güvenli oluşu, yiyecek seçeneklerinin geniş ve kendi damak zevklerine uygun hazırlanması, gemi yolculuğunun, güzergahın, yapılacak gezi ve transferlerin önceden planlanması, gemide rahat ve huzurlu bir konaklama imkanının bulunması çok cazip gelmektedir.

Tablo.10 Dünya Kruvaziyer Turizm Yolcu Talebinin Yoğunlaştığı Bölgeler

BÖLGE	TALEP ORANI (%)
KARAYİPLER	**43**
ALASKA	**25**
BAHAMALAR	**25**
HAWAİİ	**15**
AKDENİZ / YUNAN ADALARI / **TÜRKİYE**	**14**
BERMUDA	**11**
AVRUPA (DOĞU VE KUZEY)	**9**
PANAMA KANALI	**8**
MEKSİKA (BATI KIYILARI)	**8**

Kaynak: Cruise-Industry-Overview-and-Statistics, overview-book, Florida-Caribbean Cruise Association, 2010

Tablo 10 üzerinde dünyada kruvaziyer turizm yolcu talebinin yoğun olduğu bölgeler gösterilmiştir. Tabloyu incelendiğinde, talep oranının en yüksek olduğu bölgelerin Kuzey Amerika bölgeleri olduğu görülmektedir. Kuzey Amerika içinde Karayipler Bölgesi, kruvaziyer turizmin dünya üzerinde en yoğun olarak yapıldığı, ekonomik ve sosyal açısından en gelişmiş bölümüdür. Özellikle ABD devletlerine yakınlığı ve bu ülkedeki talebin fazlalılığı sebebiyle birçok önemli kruvaziyer turizm şirketi ve gemisi bu bölgede faaliyet göstermektedir. Kuzey Amerika'dan sonra talep yoğunluğu açısından ikinci sırada Avrupa gelmektedir. Avrupa Bölgesi içerisinde yer alan Türkiye, Doğu Avrupa Bölümü Kruvaziyer Turizm Pazarında önemli ülkelerden biri konumundadır. Panama Kanalı geçiş bölgesi olarak talep görmektedir. Meksika kıyıları ve Hawaii Adaları da, diğer önemli ve talep gören bölge ve limanlardır.

Resim.19 Dünya Kruvaziyer Turizm Seyahat Bölgeleri ve Yolları



Kaynak: www.clemsworldcruise.blogspot.com

Resim 19'da dünya üzerinde önemli kruvaziyer seyahat bölge ve yolları gösterilmektedir. Genelde kullanılan seyir güzergahlarının Kuzey Amerika, Avrupa bunlarla bağlantılı olarak Hawaii ve Avustralya bölgeleri üzerinden geçtiğini görmekteyiz. Yine resim üzerinde gemilerin uğradığı önemli şehir ve limanlarda yer almaktadır.

3.2. Dünya Kruvaziyer Turizm Seyahat Bölgeleri

Dünya üzerinde kruvaziyer yolcu talebinin yoğunlaştığı bölgeler incelendiğinde, gezilecek yerler ve uğranılacak limanlar açısından dünya kruvaziyer turizm bölgeleri şu şekilde bir sınıflandırmaya tabi tutulabilir:

- Kuzey Amerika Bölgesi
- Avrupa Bölgesi
- Asya ve Orta Doğu Bölgesi
- Avustralya ve Yeni Zelanda Bölgesi
- Diğer Bölgeler (Güney Amerika, Afrika, Pasifik)

3.2.1. Kuzey Amerika Bölgesi

Kuzey Amerika Bölgesi, dünya coğrafyası üzerinde Kuzey Amerika Kıtası ve kıtanın doğu, batı ve kuzey kıyıları ile kıta çevresinde bulunan çoğunluğu takımada şeklinde dağılmış doğal güzellikleri ile tanınan ülkeleri kapsamaktadır. Kuzey Amerika Bölgesi, dünya kruvaziyer turizm talebi ve geliri açısından en büyük paya sahip bölgedir. Dünya toplam kruvaziyer yolcu talebi içerisinde % 80'lik pay ile kruvaziyer yolcu talebinin dünya üzerinde en fazla yoğunlaştığı bölge durumundadır

(İncekara ve Yılmaz, 2002:31). Tablo 10 üzerinde görüldüğü gibi, bu bölgenin talep ve gelir açısından lider konumunda bulunmasının en önemli nedenlerinden biri, Amerika Birleşik Devletleri'nin bu kıtada yer alması ve yine yolcu talebi, yolcu harcaması ve dünya kruvaziyer turizmi şirket yatırımları açısından en önemli ülke konumunda olmasıdır. Bunun dışında bölgenin özellikle doğal güzellikleri ile tatil talepleri açısından ilgi görmesi ve gemi seyahati için ideal coğrafi koşulları tanıması, uğranılan şehir ve limanlarda gemiler ile yolcuları için gerekli altyapı ve tesis, konaklama, gezi ve rehberlik, eğlence, basitleştirilmiş ülkeye giriş işlemleri, geniş alış-veriş imkanlarının tanınmasının önemi büyüktür.

Tablo.11 Amerika Birleşik Devletleri'nin Kuzey Amerika Kruvaziyer Turizm Pazarına Ekonomik Katkıları USD (2005-2008)

Yıllar	2005	2006	2007	2008	Yıllara Göre Değişim			
					2005	2006	2007	2008
ABD Yolcuları Gemi Binişleri (Milyon)	8.61	9.00	9.18	8.96	% 6.3	% 4.5	% 2.0	%-2.4
Direkt Ekonomik Katkı								
Yolcu ve Gemi Harcamaları (Milyar)	16.18	17.64	18.70	19.07	% 10	% 9.0	% 6.0	% 2.1
İstihdam	142.720	153.863	158.376	155.020	% 5.6	% 7.8	% 2.9	% - 2.1
Maaş ve Ücretler (Milyar)	5.19	5.74	6.01	6.14	% 8.1	% 10.7	% 4.6	% 2.2
Toplam Ekonomik Katkı								
Toplam Çıkışlar (Milyar)	32.43	35.73	38.01	40.24	% 7.9	% 10.2	% 6.4	% 5.9
İstihdam	330.346	347.966	354.690	357.710	% 4.6	% 5.3	% 1.9	% 0.9
Maaş ve Ücretler (Milyar)	13.52	14.73	15.44	16.18	% 8.8	% 9.0	% 4.8	% 4.8

Kaynak: The Contribution of the North American Cruise Industry to the U.S. Economy in 2008, CLIA Report

Amerika Birleşik Devletleri'nin Kuzey Amerika Kruvaziyer Turizm Pazarına olan katkısını 2008 yılı için şu şekilde özetlenebilir (Uluslararası Deniz ve Ticaret Dergisi, 2009:18):

- 2008 yılında sektörün sahip olduğu filoya toplam sekiz adet yeni gemi eklenmiştir ve net olarak iki gemi artışı sağlanmıştır. Sektörün sahip olduğu 161 gemide toplam yatak kapasitesi 270.664'ü bulmaktadır.

- 2008 yılında tüm kruvaziyer yolcularının yüzde 94'ü, ABD'nin en büyük 15 limanından biniş yapmıştır.

- Sektör Amerika Birleşik Devletleri'nde hemen hemen tüm sektörlere ekonomik katkılar sağlamıştır. Toplam 40 milyar dolarlık brüt katkının yüzde 60'tan fazlası ve sağlanan 357.710 kişilik istihdamın yüzde 40'ı özellikle dayanıksız tüketim malları üretimi, profesyonel ve teknik hizmetler, seyahat hizmetleri, dayanıklı tüketim malları üretimi, finansal hizmetler, havayolu taşımacılığı ve toptan satış olmak üzere 7 sektörü olumlu etkilemiştir.

- Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA), 2500 yolcu kapasiteli bir geminin 2008 yılında kayıtlı olduğu liman şehrinde yolcu ve gemi personelinin yaptığı harcamaların yaklaşık 333.000 dolar olduğunu tahmin etmektedir. Aynı kapasiteye sahip bir geminin ziyaret ettiği ABD limanlarında gerçekleştirdiği harcamalar da 320.000 doları bulmaktadır.

Kuzey Amerika Bölgesini, Alaska, Karayipler, Kuzeydoğu Bölgesi, Meksika Pasifik Kıyıları, Panama Kanalı olarak beş alt bölge altında incelenebilir:

3.2.1.1. Alaska

Alaska, Kuzey Amerika Kıtasının kuzeybatı kesiminde yer alan, Amerika Birleşik Devletleri'nin 49'uncu eyaletidir. İklim olarak coğrafi konumundan ötürü oldukça soğuk bir iklime sahiptir. Kruvaziyer gemi seyahatleri için eyaletin batı kıyısında yer alan şehir ve limanları tercih edilmektedir. Alaska Bölgesinin kruvaziyer gemi seyahatleri için talep görmesinin nedenleri şu şekilde açıklanabilir (Ward, 2010:33):

- Alaska kıyıları ve körfezi kruvaziyer gemi yolcularına muhteşem ve doğal, bozulmamış bir kıyı manzarası ile buzulları izlemek fırsatı sunmaktadır.

- Alaska geniş ve birçoğu henüz tam olarak keşfedilmemiş topraklara sahiptir.

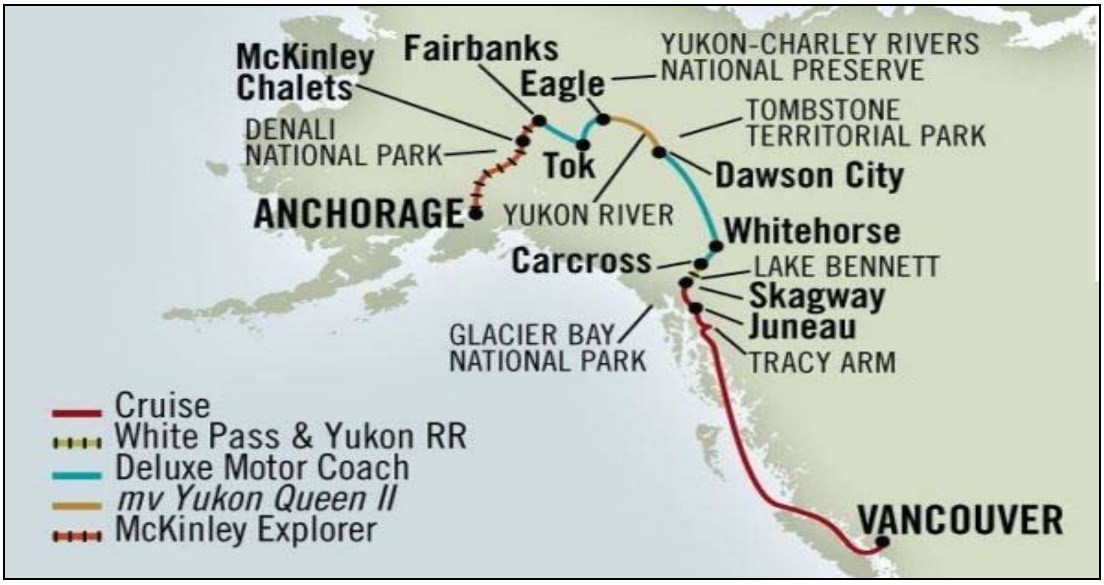
- Alaska kıyıları geniş ve gezilebilir niteliktedir. Helikopter veya deniz uçağıyla buzulları, doğal yaşamı, özellikle de somon balıklarının hareketlerini gözlemlenebilir.

- Alaska'da kubbeli trenlerle seyahat ederek gezilebilecek, Denali Doğal Parkı ve Kuzey Amerika'nın en yüksek zirvesi olan McKinley Dağı bulunmaktadır.

Alaska'nın iklimi sebebiyle kruvaziyer seyahat sezonu genellikle mayıs ve ekim ayları arasında yapılmaktadır. Alaska kruvaziyer seyahat güzergahı olarak İç Kıyı Bölgesi ve Buzul Bölgesi olmak üzere temel iki seyir bölgesi bulunmaktadır. İç Kıyı Bölgesi'nin uğrak limanları; Juneau, Ketchikan, Skagway ve Haines şehirleridir. Buzul Bölgesi'nin uğrak limanları ise; Seward, Sitka ve Valdez şehirleridir. Alaska talep yoğunluğu açısından dünyanın en çok gelişme gösteren kruvaziyer seyahat bölgelerindendir.

Resim 20 üzerinde Alaska Bölgesinin kruvaziyer seyahat güzergahları gösterilmektedir. Bu bölgede yer alan iki temel seyahat bölgesi, buzul bölgesi ve iç kesimlerdeki doğal tabiat parkları deniz gezileri ile birlikte seyahat programlarına alınarak gezilebilmektedir.

Resim.20 Alaska Bölgesi Kruvaziyer Turizm Liman ve Şehirleri



Kaynak: www.oasiscruise.com/Cruises/Alaska-Cruise

3.2.1.2. Karayipler

Karayipler ya da Batı Hint Adaları, Karayip Denizi'ni, adalarını ve çevreleyen sahilleri kapsayan bölgedir. Bu adalar, A.B.D. Florida eyaletinin güneyinden başlayarak bir kıvrım oluşturarak, Güney Amerika kıyılarında Venezuela'nın kuzey batısına dek iner. Bölgede 7000 dolayında ada, adacık ve kayalık bulunmaktadır. Bunlar yirmi beş bağımsız ülke ya da sömürge oluşturur. Karayipler Bölgesi, dünya toplam kruvaziyer turizm talebinin tek başına % 43'ünü oluşturmaktadır (Tablo.9). Dünyanın bir numaralı gemi seyahat ve gezi bölgesidir. Özellikle takımadalardan kurulu bir coğrafik dağılımı bulunduğundan gemi seyahati için çok uygundur.

Karayipler, Amerika Birleşik Devletleri'nin en önemli tatil ve turizm bölgesi olan Florida Eyaleti'nin yakınında yer alması sebebiyle, özellikle kruvaziyer gemi seyahatlerine yoğun katılım gösteren bu ülke vatandaşları tarafından tercih edilmektedir. Dünyanın en büyük kruvaziyer turizm örgütleri (CLIA,FCCA), firmaları (Royal Caribbean International, Cunard Line, American Cruise Lines) ve gemileri (Freedom of The Seas, Carnival Dream, Queen Mary 2), genellikle bu bölge ve civarında programlı turlar düzenlemektedir.

Resim.21 Karayipler Bölgesi Kruvaziyer Turizm Liman ve Şehirleri



Kaynak: www.onlycruisestravel.com/caribbean_cruise

Karayipler Bölgesini, Florida ve Bahamalar Bölümü, Doğu Karayipler Bölümü, Batı Karayipler Bölümü ve Güney Karayipler Bölümü olarak dört alt bölgeye ayrılabilir. Bölgenin önemli şehir ve limanları şu şekildedir (Ward, 2010:31):

- Florida ve Bahamalar: Miami, Port Everglades, Port Canaveral, Tampa, Freeport, Nassau

- Doğu Karayipler Bölümü: Antigua, Barbados, Dominica, Martinik, Porto Riko, Saint Croix, Saint Kitts, Saint Martin, Saint Lucia, Saint Thomas, Grenada

- Batı Karayipler Bölümü: Calica, Cozumel, Grand Cayman, Grand Turk, Playa Del Carmen, Ocho Rios, Roatan Adaları

- Güney Karayipler Bölümü: La Guaira, Tortola, San Juan

Karayipler Bölgesi ekonomik açıdan incelendiğinde, 2009 yılında yolcu harcamalarının en fazla yapıldığı ilk beş bölgeyi şöyle açıklanabilir (FCCA Report, 2009:11):

- Bahamalar Bölgesi, 29 seyir hattı arasında 48.500.000 USD tutarındaki toplam harcama ile en yüksek yolcu harcamalarının yapıldığı bölgedir. Toplam harcamaların % 98'lik kısmını bu bölgedeki liman ücretleri ve hizmetleri oluşturmaktadır.

- Porto Riko, 34.200.000 USD ile bölgede toplam harcamalar açısından ikinci sıradadır.

- The U.S. Virgin Adaların'da yapılan harcamaların toplamı ise 28.600.000 USD'dır.

- Cozumel ve Cayman Adaları'nda harcamalar toplamı sırasıyla, 24.600.000 USD ve 26.100.000 USD'dır. Her iki bölgenin de harcama toplamına liman ücretleri de dahildir.

- Diğer bölge ve limanlardaki harcamalar toplamı 10.000.000 USD civarındadır. Jamaica-11.900.000 USD, Cabo San Lucas-11.300.000 USD ve Saint Martin 11.000.000 USD. Yine bu harcamalara liman ücretleri dahil edilmiştir.

3.2.1.3. Kuzey Doğu Bölümü

Bu bölge Kuzey Amerika Kıtasının doğu kıyılarını, ABD ile Kanada'nın doğusundaki liman ve şehirleri kapsamaktadır. Bu bölgede bulunan meşhur Fall River Line seyir hattında yolcu gemileri ile Boston ve New York şehirleri arasında eskiden beri yolcu taşınmaktadır. Yirminci yüzyılın başlarında Amerika ile Avrupa arasında düzenli seferler yapan yolcu gemileri bu bölgedeki limanları kullanmışlardır (Mancini, 2004:96). Günümüzde özellikle Kuzey Amerika'nın iki büyük şehri olan, New York ve Montreal arasında kruvaziyer yolcu gemileri ile düzenli seferler yapılmaktadır. Bölgenin önemli liman ve şehirleri şunlardır: Newport, Boston, New York, Bar Harbor, Saint John, Qubec City, Montreal, Halifax.

Resim.22 Kuzey Doğu Bölgesi Kruvaziyer Turizm Liman ve Şehirleri



Kaynak: www.ymtvacations.com

3.2.1.4. Meksika Pasifik Kıyıları (Mexican Riviera)

Bu bölge, Kuzey Amerika Kıtası'nın güneybatı köşesinde, ABD ile Meksika'nın batı kıyılarını oluşturmaktadır. Başlıca üç kruvaziyer gezi seyir hattı bulunmaktadır. Birincisi, üç veya dört günlük süren, gidiş ve dönüş şeklinde gerçekleştirilir. Los Angeles ve San Diego kentlerinden hareket ederek başlar ve

Ensenada kenti limanından dönülerek yolculuk devam eder. Dönüşte Kaliforniya kıyılarına 26 mil uzaklıkta bulunan, muhteşem güzellikteki bir ada olan, Catalina adasına uğranılabilir (Mancini, 2004:98). İkinci seyir hattı, birincisine göre çok daha uzundur. Yine Los Angeles ve San Diego şehirlerinden başlayan yolculuk, Baja Yarımadasını boydan boya katederek, güneyde Acapulco şehri limanında son bulur. Bu güzergah üzerinde uğranılan şehir ve limanlar şunlardır: Cabo San Lucas, Mazatlan, Puerto Vallarta ve Acapulco. Üçüncü güzergah ise ilk ikisinin birleşimidir. Los Angeles şehrinden başlar ve bahsedilen şehir ve limanları ziyaret ederek, yine Los Angeles kentinde son bulur. Çoğunlukla Kaliforniya Eyaleti'nde yaşayanların katıldığı, bölge olarak daha küçük ve seyahat süresi kısa bir kruvaziyer turizm bölgesidir.

3.2.1.5. Panama Kanalı

Panama Kanalı, Orta Amerika'nın en güney ülkesi Panama topraklarında yer alır ve Atlas Okyanusu ile Büyük Okyanusu'nu birbirine bağlayan su yoludur. İnşaatı ABD tarafından tamamlanmış ve kanal 1914 yılında hizmete açılmıştır. 77 kilometre uzunluğundaki kanalın yapımı sırasında, sıtma ve sarı humma gibi hastalıklardan büyük toprak kaymalarına kadar her türlü güçlükle karşılaşılmış ve yaklaşık 27.500 kanal çalışanı bu süreçte can vermiştir.

Resim.23 Meksika Pasifik Kıyıları Kruvaziyer Turizm Liman ve Şehirleri



Kaynak: www.cruising2mexico.com

Bu kanal Güney Amerika ve Kuzey Amerika'yı birbirinden ayırır. Bugün New York'tan San Francisco'ya giden bir geminin, Panama kanalını kullanarak 9500 km yol yapması, Horn Burnu'nun (Güney Amerika'nın güneyde en uç noktası) dolaşılmasını zorunlu kılan eski günlerdeki 22.500 km yola oranla büyük bir kolaylıktır (www.tr.wikipedia.org). Panama Kanalı, genellikle Meksika Pasifik Kıyıları Kruvaziyer Turizm Bölgesi ile Karayipler Bölgesi ve Florida Eyaleti arasında bir geçiş yeri olarak kullanılmaktadır. ABD'nin San Francisco ve Los

Angeles şehirlerinden başlayan yolculuk güzergahı, Meksika'nın Acapulco şehrine uğrayarak, Panama Kanalı geçişi ile devam ederek, Güney Amerika'nın kuzeyinde Kolombiya'nın Cartegena Limanı ve Venezuela'nında La Guaira (başkent Caracas'ın liman bölgesi) limanına ulaşır ve buradan da güzergaha bağlı olarak Karayipler veya direkt olarak ABD'nin Florida Eyaleti'nin Miami şehrinde son bulur. Panama Kanalı geçişi aynı zamanda kargo ve diğer yük taşıyan gemilerde içinde kullanılmaktadır.

3.2.2. Avrupa Bölgesi

Avrupa Kıtası, dünya coğrafyası üzerinde, Afrika Kıtası'nın kuzeyinde, Asya Kıtası'nın batısında yer almaktadır. Büyüklük açısından dünyanın en küçük yüzölçümüne sahip kıtalardan biri olmasına karşın, nüfus etkinliği, ekonomik, sosyal ve kültürel yaşam bakımından yine dünyanın en gelişmiş medeniyetleri ile ülkelerini barındırmaktadır.

Resim.24 Panama Kanalı Geçişi ve Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



Kaynak: www.ymtvacations.com

Özellikle, Rönesans ve Fransız İhtilali'nin etkisiyle, özgürlük kavramının, modern yaşam tarzının, keşiflerin ve sanayi devriminin tüm dünya üzerine yayıldığı bir birikim oluşturmuştur. Kuzey Amerika Kıtası'ndan sonra dünyanın en popüler ve gelişmiş kruvaziyer turizm bölgesidir. Kıtanın, kruvaziyer seyahat gemileri ve yolcuları için, modern altyapısı ve kaliteli hizmeti ile elverişli birçok şehir ve limanı bulunmaktadır. Avrupa Kıtası'nda kruvaziyer gemi seyahatlerinin popüler olmasının ve tercih edilmesinin nedenleri şöyle açıklanabilir (Mancini, 2004:104):

- Kruvaziyer seyahatlerde gemi ve yolcular için sunulan hizmetler son derece kaliteli ve uzmanlıkla yapılmaktadır. Transferler, limanlardaki geçiş ve gümrük işlemleri, altyapının modern olması, yolcular için sunulan programlanmış paket turlar, örnek gösterilebilir.

- Avrupa şehir ve limanlarında yolcuların dil problemi en alt düzeydedir. Satın alınan paket tur ve seyahat programlarında, güzergahlar üzerindeki yollarda, işaretleri ve açıklayıcı bilgileri çözmek çok kolaydır.

-Kruvaziyer seyahat şirketleri yolcularına, seyahat esnasında konaklamalarda, yemeklerde, rehberlik hizmetlerinde, paket turlarda ve diğer verilen tüm hizmetlerde bir sorunla karşılaşmayacaklarını garanti etmektedir.

- Yolculuk esnasında, alınan tüm standart ve ekstra ücretler (liman, paket tur, müze ziyaretleri, yiyecek-içecek, eğlence) gerçek ve belgelenmiş fiyatlardır.

- Özellikle tarihi ve kültürel bakımdan nostalji ve zenginlik arayan yaşlı kruvaziyer yolcular için Avrupa Limanları çok uygundur.

Avrupa Kıtasını kruvaziyer gemi seyahat güzergahları açısından beş alt bölgeye ayırabiliriz. Bunlar; Batı Akdeniz Bölgesi, Doğu Akdeniz Bölgesi, Atlantik Bölgesi, Baltık Bölgesi ve Nehir Yolcu Taşımacılığı.

Resim.25 Avrupa Kıtası Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



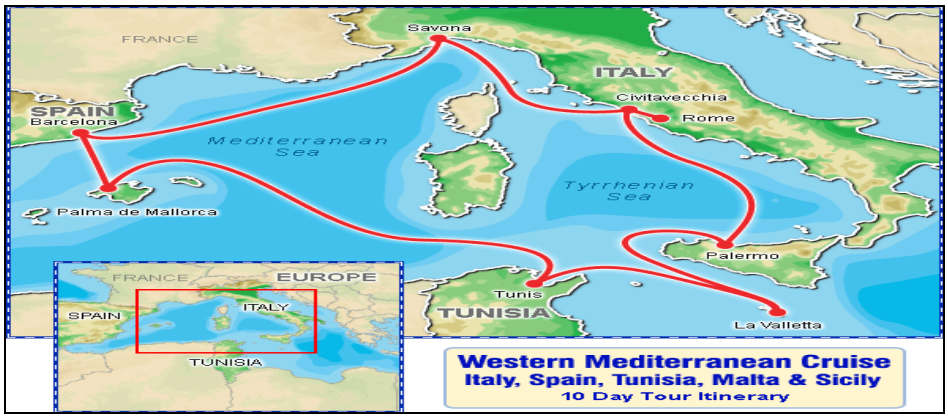
Kaynak: www.ncl.com/nclweb/cruiser

3.2.2.1. Batı Akdeniz Bölümü

Avrupa Kıtasının Orta Güney Akdeniz ve Cebelitarık Boğazı'na kadar uzanan kısmını kapsamaktadır. Kruvaziyer yolcuları için bu bölge, birçok zengin kültürü ve yaşam tarzını barındıran, modern yaşam ile geçmişin uyum içinde kucaklaştığı bir kültür mozaiği oluşturan, tarihi şehir ve limanları, şık alışveriş merkezleri, zengin sanat galerileri, kaliteli şarapları ve meşhur mutfakları ile cazip bir seyahat merkezidir. Barselona (İspanya), Nice (Fransa) ve Roma (İtalya) en çok ziyaret edilen limanlarıdır. Bunun dışında, Korsika, Sardunya, Sicilya ve Malta adaları da

başlıca uğranılan yerlerdendir. Ayrıca Kuzey Afrika Ülkeleri olan Tunus ve Fas'ın Akdeniz kıyıları da seyahatlerde ziyaret edilen yerler arasındadır.

Resim.26 Batı Akdeniz Bölgesi Kruvaziyer Turizm Şehir, Liman ve Güzergahı



Kaynak: www.friendlyplanet.com

3.2.2.2. Doğu Akdeniz Bölümü

Doğu Akdeniz Bölgesi, Avrupa Kıtası'nın güneydoğusunda, Afrika ile Asya kıtalarına yakın bir coğrafik konumdadır. Bu bölge, insan yerleşimi ve medeniyetlerin oluşumu açısından dünyanın bilinen en eski bölümü olarak yer almaktadır. Birçok eski medeniyet (Babil, Hitit, Asur, Lidya, Mısır) burada kurulmuş, yaşamış ve son bulmuştur. Bu yüzden de çok zengin ve günümüzde bile ayakta kalmış bir tarihi ve kültürel birikimi vardır. Ülkemiz de bu bölge içinde yer almakta ve gelişen limanları ile en çok ziyaret edilen kruvaziyer turizm uğrak yerlerinden birisi konumuna yükselmektedir. En çok ziyaret edilen popüler şehir ve limanları; Venedik (İtalya), Dubrovnik (Hırvatistan), Atina (Yunanistan), İzmir ve İstanbul (Türkiye), Korfu, Rodos, Santorini ve Mikonos Adaları (Yunanistan) ile Kıbrıs, İsrail ve Mısır limanları da bu bölge içinde bulunmaktadır. Bu bölge özellikle tarihi zenginliklere meraklı ve kültür gezilerinden hoşlanan orta ve daha yaşlı kişiler tarafından tercih edilmektedir. Hıristiyan turistlerin dini inanışları nedeniyle ülkemizde Selçuk şehrinde yer alan tarihi Efes Kenti ile Meryem Ana Evi'ni ziyaret etmeleri de bir diğer önemli seyahat nedenidir.

3.2.2.3. Atlantik Bölümü

Bu bölge Avrupa Kıtasının batısında, Atlantik Okyanusu kıyılarını kapsamaktadır. Bu bölge seyahat güzergahı içerisinde, İspanya, Portekiz, Fransa, İrlanda ve Büyük Britanya kıyı, liman ve şehirleri yer almaktadır. Seyahatler genellikle İspanya'nın güneyinde yer alan Costa Del Sol Bölgesinin Malaga kentinden başlayarak, Portekiz'in başkenti Lizbon, Fransa'nın önemli liman şehri Bordeaux ile devam ederek Büyük Britanya'da Londra veya İrlanda'da sona ermektedir.

Resim.27 Doğu Akdeniz Bölgesi Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



Kaynak: www.med-cruise-guide.com

Resim.28 Avrupa Atlantik Bölgesi Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



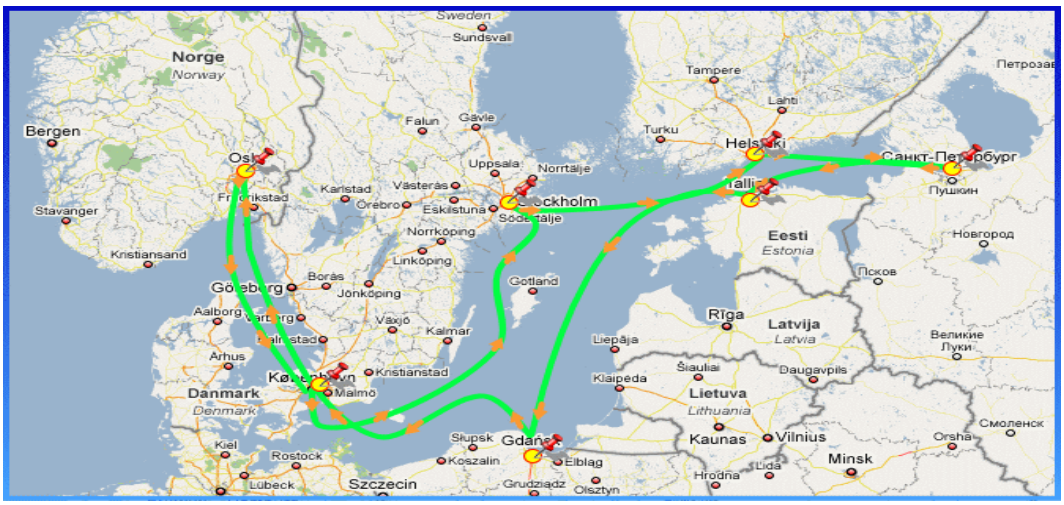
Kaynak: www.hurtigruten.us/Europe-Cruise

3.2.2.4. Baltık Bölümü

Baltık Bölgesi, Avrupa Kıtasının kuzeyinde, İskandinavya olarak bilinen Kuzey Avrupa ülkelerinin oluşturduğu bir bölge ile bunun ortasında yer alan Baltık Denizi'nden meydana gelen yere verilen isimdir. Baltık Denizi'ne kıyısı olan bu ülkeler; İsveç, Finlandiya, Danimarka, Estonya, Litvanya, Letonya, Almanya, Polonya ve Rusya ile kuzeyde yer alan Norveç, İzlanda ve Grönland Adası'nı da kapsamaktadır. Bu bölge özellikle soğuk iklimi ve Baltık Denizi'nin buz tutması nedeniyle yaz mevsimlerinde seyahat imkanlarının oluştuğu bir coğrafyadadır.

Seyahat güzergahı çoğunlukla Almanya'nın kuzeyinde yer alan Hamburg Limanından veya Danimarka'nın başkenti Kopenhag şehrinden başlamaktadır. Buradan Litvanya'nın Riga Limanı, Estonya Tallin, Rusya St. Petersburg, İsveç Stockholm, Norveç Oslo ile devam ederek yine Kopenhag'da son bulur. Ayrıca kuzeyde Norveç'in batı ve kuzey kıyılarında yer alan sayısız fiyordun oluşturduğu muhteşem kıyı manzarasını görmek için de kruvaziyer gemi seferleri düzenlenmektedir.

Resim.29 Baltık Bölgesi Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



Kaynak: www.istopoli.com/cruise

3.2.2.5. Nehir Yolcu Taşımacılığı

Avrupa Kıtası içerisinde yolcu ve yük taşımacılığına uygun yeterli genişlik ile uzunlukta birçok nehir bulunmaktadır. Özellikle Orta Avrupa ülkelerinde yolcu ve yük taşımacılığının önemli bir kısmı bu şekilde gerçekleştirilmektedir. Fakat birçok turist bunun kruvaziyer yolcu taşımacılığına dahil olacak kadar büyük ve lüks gemilerle yapıldığının farkında değildir. En önemli nehir ve seyir güzergahları şu şekildedir: Almanya'nın Rhine ve Elbe nehirleri, Fransa'nın Rhone Nehri, Rusya'nın Volga Nehri ve en uzun ve en çok yolcu taşınanı Orta Avrupa'yı baştan başa katederek Karadeniz'e dökülen Tuna Nehri üzerindeki yolcu taşımacılığı. Tuna Nehri üzerinde Avrupa'nın Viyana (Avusturya), Budapeşte (Macaristan), Brastislava (Slovakya), Belgrad (Sırbistan) şehirlerini nehir üzerinde gezerek görülebilmekte ve programlı turlara katılınabilmektedir.

Resim.30 Tuna Nehri Üzerinde Nehir Yolcu Taşımacılığı Seyir Güzergahı



Kaynak: http://www.sitatours.com/Europe/Turkey/grand-danube-cruise.php

3.2.3. Asya ve Ortadoğu Bölgesi

Asya ve Ortadoğu Bölgesi coğrafik büyüklük olarak en geniş kruvaziyer turizmi seyir hattı ve güzergahlarının bulunduğu bölgelerdendir. Buna rağmen dünya üzerinde kruvaziyer turizmi açısından yolcu talebinin en az olduğu bölgelerdendir. Bunun nedenleri arasında bu coğrafyada bulunan ülkelerin ve toplumların ekonomik açıdan imkanlarının yetersiz oluşu, kruvaziyer gemilerin yanaşmasına uygun liman ve altyapı hizmetlerinin eksik olması, bu bölgede iklim ve doğa şartlarının özellikle bazı kesimlerde devamlı değişiklik göstermesi, bölgede kruvaziyer turizme etkin ve yeterli ilginin gösterilmeyişi örnek olarak verilebilir. Asya Bölgesinde düzenli olarak kruvaziyer turizm gemi seferleri özellikle ekim ve mayıs ayları arasında yapılmaktadır. Bu bölge içerisinde kruvaziyer turizme en çok ilgi gösteren ülke ise Japonya'dır. 2009 yılı içerisinde 200.000 Japon turist kruvaziyer turizm içerisinde yer almıştır (bkz.Tablo.6). Asya Bölgesi şu şekilde alt bölümler ayrılabilir:

- Ortadoğu Bölümü (Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn, Mısır, Ürdün ve Yemen)

- Endonezya, Malezya, Filipinler ve Singapur Bölümü

- Güneydoğu Asya Bölümü (Tayland, Vietnam, Hindistan, Sri Lanka Hong Kong ve Maldivler)

- Çin, Güney Kore ve Japonya Bölümü

3.2.4. Avustralya ve Yeni Zelanda Bölgesi

Avustralya ve Yeni Zelanda dünyanın güney yarımküresinde Okyanusya Kıtası içerisinde yer alır. Bu ülkelerle beraber, Papua Yeni Gine, Solomon Adaları, Vanuatu, Yeni Kaledonya, Fiji, Kiribati gibi birçok küçük ada ve takımadalardan

oluşmuş ülkelerde kıtaya dahil edilmektedir. Kıtanın siyasi, ekonomik ve sosyal açıdan en gelişmiş ülkesi Avustralya'dır. İkinci olarak da Yeni Zelanda gelmektedir. Bu iki ülke de Britanya Milletler Topluluğunun üyesidirler. Kruvaziyer gemi seyahatleri açısından uygun liman ve şehirler genellikle bu iki ülkede yer almaktadır. Avustralya'nın Sydney, Melbourne, Brisbane, Townsville, Cairns şehirleri, Tazmanya Adası Hobart Limanı, Yeni Zelanda'nın Wellington, Auckland şehir ve limanları kruvaziyer gemilerin uğrak yerleridir. Bunun dışında kuzeyde yer alan doğal güzelliği ve mercan resifleri ile ünlü bir turizm bölgesi olan, Fiji, Solomon Adaları, Vanuatu, Yeni Kaledonya, Papua Yeni Gine, Samoa, Tonga kruvaziyer gemi seyahatlerinin yapıldığı bölgelerdir. Bölgede gemi seyahatleri genellikle kasım ile nisan ayları arasında yapılmaktadır (Mancini, 2004:111). Avustralya'nın Sydney kenti ve limanı bu bölgenin en çok tanınan ve gelişmiş kruvaziyer turizm limanıdır. Sydney kentinin kruvaziyer turizmi açısından önemi şu şekilde açıklanabilir (NSW Cruise Market, 2006:17):

- Uluslararası turizm ve seyahat endüstrisi açısından Sydney kenti, havaalanı ve limanı en çok bilinen, insanlara tanıdık gelen, tercih edilen bir konumdadır.

- Avustralya'nın ikonu konumunda bulunan ve turistlerin en çok görmek istedikleri yerlerden, modern ve değişik mimari yapısıyla Avustralya Opera Binası ve Sydney Limanı Köprüsü bu şehirde yer almaktadır.

- Sydney kenti, Avustralya'nın kruvaziyer seyahat sektöründe perakende ve paketli tur satışları açısından en önde gelen kentidir ve sektöre ekonomik bakımdan büyük katkılar sağlamaktadır.

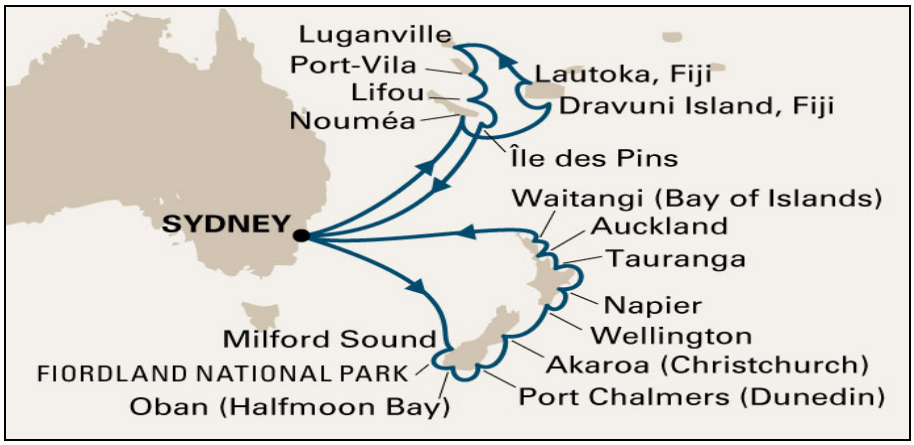
- Sydney kenti limanı, çeşitli büyüklüklerdeki kruvaziyer gemilerin rahatlıkla yanaşabileceği derinlikte bir denize sahip doğal bir liman özelliği taşımaktadır.

- Sydney kentinin iklimi, bütün bir yıl boyunca, kruvaziyer gemi seyahatleri için çok uygundur. Kuzey yarımkürede kış aylarının yaşandığı sıralarda burada devamlı parlayan güneş turistlere çok çekici gelmektedir.
- Sydney kentinin kıyıları, gemi seyahati ve kıyı turizmi açısından güvenli ve altyapısı gelişmiş bölgelerdir. Kıyı bölgelerinde seyahat esnasında uğradığınız yerlerde bulunan limanlar ve tesisler, temiz, düzenli ve kaliteli hizmet sunarlar.

3.2.5. Diğer Bölgeler (Güney Amerika, Afrika, Pasifik)

Dünya coğrafyası üzerinde kruvaziyer turizm gemi seyahatlerinin yapıldığı önemli bölgelerden birisi de Güney Amerika kıtasıdır. Güney Amerika kıtası değişik topoğrafyası, farklı kültür zenginlikleri, egzotik iklim ve bitki örtüsü ile birçok gemi seyahat güzergahının yer aldığı büyük bir alanı kapsamaktadır. Kıtanın kuzeyinde yer alan Panama Kanalı'ndan başlayan bu destinasyonlar talebe göre istenirse kıtayı baştan başa katederek dolaşabilmektedir. Kuzeyde, Karayipler Bölgesinden San Juan'dan başlayan geziler, kıtanın Atlantik Okyanusu boyunca, Porto Riko, Şeytan Adaları (Fransız Guyanası), Belem, Recife, Salvador, Rio de Janeiro (Brezilya),

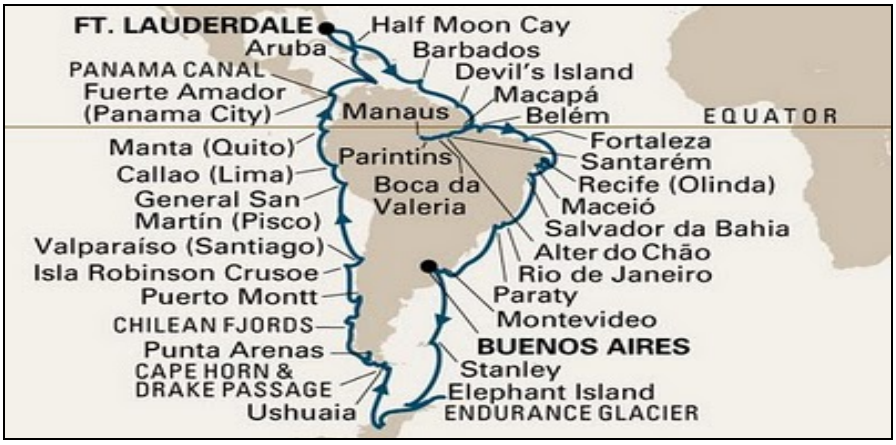
Resim.31 Avustralya ve Yeni Zelanda Bölgesi Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



Kaynak: http://www.cruiseweb.com/AUSTRALIA.HTM

Montevideo (Uruguay), Buenos Aires (Arjantin), Falkland Adaları (İngiltere), kıtanın güney kısmı Magellan Boğazından geçilerek, yine kıtanın Pasifik Okyanusu kıyıları, Punta Arenas, Valparaiso (Şili), Callao (Peru), Galapagos Adaları (Ekvador) boyunca devam ederek Panama Kanalı geçişi ile başladığı yerde son bulur. Eğer istenirse bazı gemiler Brezilya'da Amazon Nehri'ne giriş yaparak Manaus kentine kadar nehir boyunca seyahat imkanı sağlamaktadır. Bu bölgede ayrıca iklim koşullarının durumun göre Antartika kıtasının gidilebilecek mesafede olan yerlerine de geziler düzenlenmektedir. Gemilerin uğradığı bazı limanlarda (Manaus, Callao), kıtanın iç bölgelerinde yer alan Iguazu Şelalesi, Machu Picchu kenti kalıntıları gibi tarihi ve doğal güzelliği olan yerlere ve programlı, rehberli tropik orman gezilerine de yer verilmektedir. Bu geziler isteğe bağlı olarak kara ve nehir üzerinde gerçekleştirilmektedir.

Resim.32 Güney Amerika Kruvaziyer Turizm Şehir ve Limanları



Kaynak: www.travellingtrossens.blogspot.com

Afrika kıtası da kruvaziyer gemi seyahatlerinin kıta çevresi boyunca yapılabildiği bir coğrafi konumda bulunmaktadır. Özellikle kıtanın güney noktasında Güney Afrika Cumhuriyeti'nin ve kıtanın en önemli liman ve geçiş noktası olan Cape Town şehri ve limanı tüm yolcu ve kargo gemilerinin uğrak limanı durumundadır. Afrika Kıtası, kruvaziyer turizm açısından beş bölgeye ayrılabilir:

- Birinci Bölge: Kuzey ve kuzeybatı kıyılarını kapsayan, Tunus, Fas, Kanarya Adaları ve Madeira Adaları'nın oluşturduğu bölüm. Burada genellikle seyahatler mayıs ve ekim ayları arasında yapılmaktadır.

- İkinci Bölge: Kıtanın doğu kıyılarını kapsamaktadır. Mombasa (Kenya), Darüsselam, Zanzibar (Tanzanya), Madagaskar Adası, Hint Okyanusu'nda yer alan Şeysel, Komor, Reunion ve Mauritus Adaları bu bölge içinde yer alan kruvaziyer turizm gemi seyahati güzergah, şehir ve limanlarıdır.

- Üçüncü Bölge: Kıtanın güney kıyılarının bulunduğu bölümdür. Burada özellikle Güney Afrika Cumhuriyeti'nin şehir ve limanları önemli bir uğrak ve geçiş bölgesidir. Bunlar, Cape Town, Port Elizabeth, East London, Durban ve Richard's Bay liman ve şehirleridir.

- Dördüncü Bölge: Kıtanın batı kıyılarıdır. Luanda (Angola), Lagos (Nijerya), Abidjan (Fildişi Kıyısı), Monrovia (Liberya), Dakar (Senegal) önemli gemi uğrak şehir ve limanlarıdır.

- Beşinci Bölge: Dünyanın en efsanevi ve tarihi nehir gezilerinin yapıldığı Mısır'da Nil Nehri üzerindeki gemi seyahatleridir. Kahire'den başlayarak, Nil Nehri üzerinde Aswan ve Luksor şehirlerini ve tarihi yerlerini kapsayarak devam eder. Burada seyahat amaçlı kullanılan gemiler Nil Nehri'nin özelliğine göre özel dizayn edilmiş yolcu gemileridir. Gemilerin uğradığı şehirlerde, önceden programlanmış karada yapılan konaklamalar ve tarihi yerlere yapılan geziler yer almaktadır.

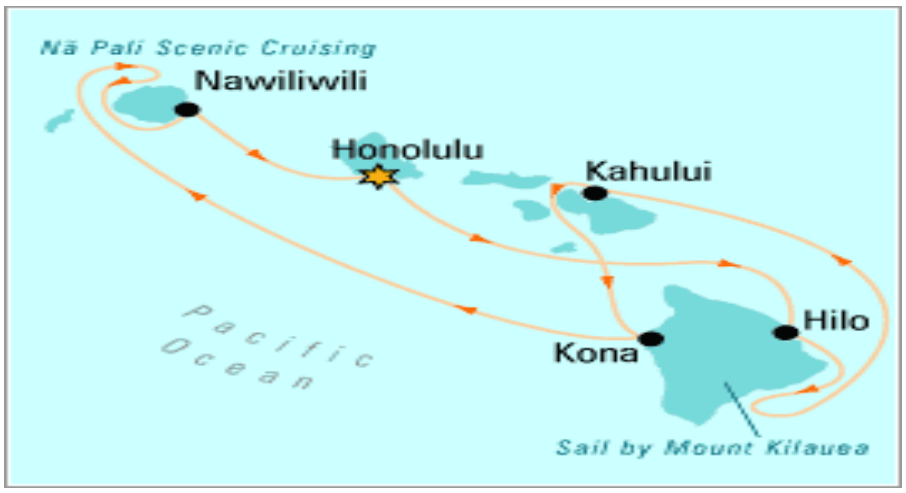
Resim.33 Nil Nehri Kruvaziyer Turizm Güzergah, Şehir ve Limanları



Kaynak: www.cruisingholidays.co.uk/nile

Dünya kruvaziyer turizmi seyahat güzergahları içerisinde en önemli destinasyonlardan birisi de hiç şüphesiz Hawaii Adaları'dır. Hawaii Adaları ABD'ne dahil bir eyalettir. Pasifik Okyanusu'nda, karadan yaklaşık 3700 kilometre uzaklıkta bulunmaktadır. Coğrafik yerleşim açısından bir adalar topluluğudur. Hawaii bu adalar topluluğunun en büyük adasıdır. Dünya kruvaziyer turizmi toplam talebi açısından incelediğimizde % 15 ile önemli bir yere sahiptir (bkz.Tablo.10). Hawaii, tropik deniz ve doğal güzelliği, doğal zenginlikleri bozulmadan inşa edilmiş turistik tesisleri ve altyapısı, yerel halkın turizme ve turistlere yakınlığı ve gemi seyahatleri için uygun coğrafyası ile çok hızlı gelişme gösteren bir kruvaziyer turizm bölgesidir.

Resim.34 Hawaii Kruvaziyer Turizmi Güzergah, Şehir ve Limanları



Kaynak: www.shiptoshoretravel.org

3.3. Dünya Kruvaziyer Turizminin İstatistiksel ve Genel Değerlendirilmesi

Dünya üzerinde her yıl milyonlarca insan gemi seyahatlerine katılarak, çeşitli bölgeleri ve limanları gezmektedir. Bu kişilerin, seyahate katılma amaçları, görmek ve gezmek istedikleri yerler, gelir durumları, seyahat süreleri ve diğer sosyolik ve psikolojik özellikleri birbirinden farklıdır. Kruvaziyer turizme katılan yolcu profilini incelediğimizde, genel ve istatiksel açıdan diğer turizm çeşitlerinden farklı birtakım verilere ulaşılabilir. Bu veriler, kruvaziyer turizme katılan veya katılma isteği duyan yolcular hakkında daha somut bilgiler verecektir.

3.3.1. Dünya Kruvaziyer Turizminin Genel Değerlendirilmesi

Dünya üzerinde yapılan kruvaziyer gemi seyahatleri genel açıdan şu şekilde değerlendirilebilir (Cruise Industry Overview 2010, www.f-cca.com):

- Kruvaziyer Turizm Endüstrisi, dünya genelinde 2010 yılı içerisinde toplam 14.300.000 yolcuya hizmet vermiştir. Bu 2009 yılına göre % 6.3'lük bir artışı ifade etmektedir.

- 2009 yılı içerisinde toplam yolcu sayısı 13.445.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Bu da önceki yıla göre % 3'lük bir yılık artışı göstermektedir. Sadece Kuzey Amerika pazarında 2009 yılında 10.290.000 yolcu kruvaziyer gemi seyahatlerine katılmıştır.

- Kruvaziyer Turizm Endüstrisi, eğlence ve seyahat pazarında en hızla büyüyen sektör olmuştur. 1980 yılından bu yana yılda ortalama % 7.4'lük bir büyüme hızı yakalamıştır.

- 1990 yılından bu yana toplam 154.000.000 yolcu kruvaziyer gemi seyahatlerine katılmıştır. Bu yolcuların ortalama seyahat süresi 2 gün ve üzerindedir. Bu rakamın % 68'i son beş yılda, % 40'ıda son 10 yılda seyahate katılan yolculardan oluşmaktadır.

- 2010 yılında yolculukların ortalama süresi 7 gündür (7.2 gün).

- Kruvaziyer Turizmde sunulan ürün ve hizmetler zaman içinde çeşitlendirilmiştir. Tarihi gelişimi boyunca sektör, yolcularının tatil arzularına cevap vermiş, yeni güzergahlar, yeni gemi tasarımları, yeni ve farklı gemi içi hizmetler, tesis ve kapasite artışı ile faaliyetlerini genişletmeye çalışmıştır. Kruvaziyer turizm günümüzde de, yolcularının istek ve beklentilerini karşılamak için yeni ve farklı hizmetler sunma çabasındadır.

- Kuzey Amerika Kruvaziyer Turizm Pazarında hizmet veren 30 liman sayesinde tatilcilerin % 75'i maliyet, rahatlık ve güvenlik nedeniyle, havayolundan kaçınarak, tatillerini geçirmek için gemi seyahatlerini tercih etmiştir.

- Kruvaziyer Turizm Endüstrisini kapasite açısından incelediğimizde, kapasite kullanımının sürekli % 100'ün üzerinde olduğunu görmekteyiz (2009 yılında % 104).

- Karayipler Bölgesi, Dünya Kruvaziyer Turizm Pazarında, 2009 yılı içerisinde % 37.02 talep oranı ile birinci sırada bulunmaktadır.

- Kuzey Amerika Kruvaziyer Turizm Pazarına, 2012 yılına kadar, toplam maliyeti yaklaşık 15 Milyar doları bulan, 26 adet yolcu gemisinin dahil olacağı düşünülmektedir.

3.3.2. Kruvaziyer Turizme Katılan Yolcuların Özellikleri

- Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA), kruvaziyer turizme katılanların çoğunluğunun 25 yaş ve üzerindeki yolcular olduğunu, bunların ortalama yıllık gelir düzeyinin de 40.000 dolar ve üzerinde bulunduğunu belirlemiştir.

- ABD toplam nüfusu içerisinde, 25 ve daha üstü yaşlarda ve yıllık ortalama 40.000 dolar ve üstü ortalama geliri olanların % 44.6'sının kruvaziyer seyahatlere katıldığı ve bunların % 22.7'sinin de son üç yılda devamlı olarak bu seyahatlerde yer aldığı görülmüştür.

- Son üç yıl içerisinde toplam ABD nüfusunun sadece % 19.9'unun kruvaziyer seyahatlere hiç katılmadığı tahmin edilmektedir.

- Ortalama kruvaziyer turizm seyahat harcamalarının kişi başına 1770 dolar olduğu saptanmıştır. Kruvaziyer turizm dışındaki diğer tatil harcamalarında ise bu 1200 dolar civarındadır.

- Kruvaziyer turizme katılan yolculardan, ortalama yaşı 50 ve ortalama yıllık geliri 109.000 dolar olanların, üniversite ve üstü yüksek tahsilli olduğu, % 86'sının evli ve % 62'sinin de sürekli ve düzenli bir işe sahip olduğu belirlenmiştir.

3.3.3. Kruvaziyer Turizm Yolcu ve Tutum ve Davranışları

Kruvaziyer seyahatler genel olarak yolcularına eşsiz bir deneyim ve memnuniyet sağlar. Kruvaziyer seyahatlere hem ilk, hem de daha önce katılmış olan yolcular tatillerini, hep daha iyi ve farklı hizmetler ile geçirmek isterler. Sektör için zorluk sürekli olarak bu beklenti ve isteklerin gerçeğe dönüştürülmesidir. Kruvaziyer turizm yolcuların genel olarak tutum ve davranışları şu şekilde özetlenebilir.

- Kruvaziyer seyahatlere katılan yolcuların % 80'i seçtikleri kruvaziyer tatil bölgesinin, daha önce yapılan seyahatlerden daha çok tanınan ve tercih edilen bir bölge olmasını istemektedir. Bu sebeple, Karayipler % 50, Bahamalar % 21, Hawaii % 13, Meksika Kıyıları % 13, Avrupa % 12 ve Alaska'da % 11 oranında tercih görmektedir.

- Kruvaziyer gemi seyahatleri, sadece gemi ile yapılan bir yolculuktan ibaret değildir. Yolcular, tatil seçeneklerinin bir kısmı olarak kruvaziyer seyahatlere katılırlar. Yolda ortalama üç farklı seyir noktası ile tatillerinin ortalama % 21'ini seyahat ile geçirirler.

- İnsanlar tarafından kruvaziyer gemi seyahatleri ortalama 5 veya 6 ay öncesinden planlanmaktadır.

- Kruvaziyer seyahatlere insanlar öncelikle eşleri (% 75), daha sonra 18 yaş altındaki çocukları (% 25), arkadaşları (% 23) ve diğer aile bireyleri (% 21) ile beraber çıkmaktadır.

- İnsanların kruvaziyer turizm seyahat güzergahlarını belirlemesinde etkili olan unsurlar ise şunlardır: % 39 tatil ve seyahat bölgelerinin websiteleri, % 33 kişilerin ağzından alınan tavsiyeler, % 32 eşlerinin isteği, % 28 kruvaziyer turizm websiteleri.

- İnsanlar kruvaziyer turizmi diğer tatil seçenekleri ile karşılaştırırken, kruvaziyer turizmi diğer tatil seçeneklerine göre tercih etme ve memnuniyet sebeplerini de şöyle açıklayabiliriz:

1- Tatilden dönüşte yeni yerler keşfetmiş olma: Kruvaziyer turizm % 62, diğer tatil seçenekleri % 30,

2- Verdiği paranın karşılığını alma: Kruvaziyer turizm %53, diğer tatil seçenekleri % 22

3- Herkes için uygun bir hizmet bulma: Kruvaziyer turizm % 59, diğer tatil seçenekleri % 31

4- Güvenilirlilik: Kruvaziyer turizm % 49, diğer tatil seçenekleri % 22

5- Güvenlik hizmetleri: Kruvaziyer turizm % 45, diğer tatil seçenekleri % 18

6- Rahatlamak ve yaşanılan ortamdan uzaklaşmak: Kruvaziyer turizm % 63, diğer tatil seçenekleri % 37

7- Sorunsuz bir yolculuk: Kruvaziyer turizm % 58, diğer tatil seçenekleri % 32

8- Eğlenceli bir tatil: Kruvaziyer turizm % 53, diğer tatil seçenekleri % 28

- Kruvaziyer turizme katılan yolcuların % 74'ü seyahat acentaları aracılığıyla seyahatlere katılmaktadır.

- Kruvaziyer turizmi tercih edenlerin, yolculuğun başlaması aşamasında, gemileri ve gemi limanlarını tercih etmesinin sebepleri de şunlardır: Binme kolaylığı % 71, Maliyet tasarrufu % 67, Havaalanı sorunlarından uzaklaşmak istenmesi % 64.

- Gelecek üç yıl içerisinde, potansiyel kruvaziyer turizm yolcu talebinin % 72'lik kısmının evine yakın limanları tercih edeceği düşünülmektedir.

3.3.4. Kruvaziyer Turizmin Ekonomik Etkileri

- Kruvaziyer Turizm Sektöründe yapılan doğrudan harcamalar analiz edildiğinde, 29 uğrak ve liman bölgesini 2008-2009 yılları genelinde 16.300.000 yolcu ve mürettebatın ziyaret ettiğini ve toplamda 2.2 milyar dolar harcama yaptıklarını görülmektedir.

- Sadece Karayipler Bölgesinde 56.000 kişiye iş imkanı sağlanmıştır. Bunun sonucunda Karayipler Bölgesi çalışanları 720 milyon dolar ücret geliri elde etmiştir.

- Liman başına ortalama yolcu harcaması 97.26 dolar ve liman başına ortalama mürettebat harcaması da 89.24 dolar olarak gerçekleşmiştir.

- Kruvaziyer turizme katılan yolcular memnuniyet derecelerini 10 puan üzerinden değerlendirildiğinde, Karayipler Bölgesinin 7.3 puan ile "çok memnunum" derecesini aldığını görülmektedir.

- Karayipler Bölgesinde kruvaziyer gemi seyahatine katılan yolcuların % 50'sinin gelecek üç yıl içerisinde bu gezilere tekrar katıldığı tespit edilmiştir. Yapılan bu

anketlerde gelecek yıllarda tekrar kruvaziyer seyahatlere katılacağını söyleyenlerin % 70.7 ‘si ilk defa bu gezilere katılanlardır.

- 2550 yolcu ve 480 mürettebat taşıyan tipik bir kruvaziyer yolcu gemisi, yalnızca bir liman ziyaretinde 285.773 dolarlık harcama yapmaktadır.

3.4. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (International Cruise Lines Association, CLIA, www.crusing.org /about-clia)

Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA), dünyanın en geniş gemi seyahati örgütüdür ve örgüt gemi seyahati endüstrisinin gelişimi ve terfisi amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir. Kuzey Amerika’ya hizmet eden 25 temel gemi seyahati hattından oluşur ve 1984 Gemicilik Hareketi bünyesindeki Federal Denizcilik Komisyonu’nca yürütülen bir anlaşmanın takibini ele alan bir örgüttür. Birleşmiş Milletler’ in bir kolu olan Uluslararası Denizcilik Örgütü’nün danışma görevini yapar.

CLIA, 1975’te gemi seyahati endüstrisinde kar amaçlı kurulmuş ve 2006’da Gemi Seyahati Hatları Uluslararası Örgütü (ICCL) ile birleştirilmiştir. ICCL, 1990’da gemi seyahati endüstrisinin ilerleyişinde politik ve düzenleyici gelişmeler için oluşturulan bir kardeş örgüttür. CLIA, güvenli ve sağlıklı gemi olanakları sağlama, seyahat acentesi üyelerini eğitme, gemi seyahati tatil masraflarının değerinin, istekliliğini ve ulaşılabilirliğini açıklama adına tüm önlemleri almak için varlığını sürdürmektedir.

2006’da ICCL ile birleşmesinden önce, CLIA, diğer birçok endüstrideki şirketin kendisinde birleşmesini takiben, 1984’te üyeleri için en önemli dış pazarlama örgütü haline gelmiştir. Son zamanlarda, 16000 seyahat acentesinden daha fazlası CLIA’a üye olmuş ve gemi seyahati tatil satışlarında onların otoritesi olduğunu gösteren CLIA mührünü taşır hale gelmişlerdir. Ayrıca, gemi seyahati endüstrisinin yiyecek ve servis konusundaki girişimlerin yaklaşık yüz tanesi CLIA’ın Yönetici Ortak Programı’nı oluşturmaktadır.

3.4.1. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Seyahat Acentası Desteği

CLIA, seyahat acenteliğine destek, para açısından değer ve eğitmen programlarının kalitesi açısından en etkili seyahat örgütüdür. Örneğin, CLIA’nın en kapsamlı eğitimi olan Gemi Seyahati Danışma Sertifika Programı, acentelere pek çok eğitim dersi ve sınavlarını tamamlamaları, konferanslara katılmaları, gemi araştırması yürütmeleri konularında yardımlar yapmaktadır. Ayrıca, İdare ve Satış Enstitüleri’nde sınıf ve video eğitimi sunmaktadır.

3.4.2. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Endüstri Sorumluluğu

- CLIA, güvenlik, halk sağlığı, çevresel sorumluluk, sağlık imkânları, yolcu koruması ve yasal düzenlemelerle alakalı tüm endüstri konularına odaklanmaktadır.

- Hem yolcular hem de mürettebat için güvenli ve sağlıklı imkânlar sağlayan bir gemi seyahatini garanti eder.

- Okyanusta, deniz hayatında ve kalınacak yerlerdeki tüm olumsuz denizsel etkileri en aza indirmeye çalışır.

- Düzenleyici girişimlere dayanır ve denizcilik kural ve sorumluluklarını geliştirme çabasındadır.

- Endüstrinin sürekli gelişimini sağlayacak olanaklar oluşturur.

- Güvenilir, ulaşılabilir ve keyifli bir deneyim sağlar.

3.4.3. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Ekonomik Yararları

2008 yılında gemi seyahati endüstrisi gelişmeye ve Amerikan ekonomisine katkı sağlamaya devam etmiştir. Gemi seyahati endüstrisi, hatlar ve yolcular için tüm gelirler toplamda 19,07 milyar dolardır; ki bu, 2007'ye göre %2.1 artış demektir. Bu toplamda %5,9 artışla 40,2 milyar dolarlık harcamayla sonuçlanmıştır. Harcamalar Amerikan işçilerinin maaşlarına toplamda 16,2 milyar dolar ödenerek 357.700 kişiye iş imkânı sunmuştur.

2008'de, dünya çapında gemi seyahati tatillerinde 13,05 milyon insan, önceki yıla oranlar %4'lük bir artışla ekonomiye büyük bir etki yapmıştır.

ABD'deki gemi seyahati endüstrisinin toplam ekonomik karı 40,2 milyar dolar, gemi seyahati hatlarının ve yiyecek/serviste yolcuların harcamaları 19,07 milyar dolar, bu alandaki toplam iş imkânı 357.700 kişi ve ABD'deki işverenlerin ödediği toplam maaş 16,02 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

3.4.4. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğinin Yönetimi

CLIA, Ft.Lauderdale yönetim merkezli, ülke çapında bulunan eğitici bir ekibin yanı sıra, Washington'da uydu merkezli bir ofisteki profesyonellerce yönetilir. Bu ekip, amaçları gerçekleştirir ve hayata geçirir. Üyeleri Yönetim Kurulu'nu oluşturur ve iki yıllık dönemler için seçilen bir başkanca yönetilir. Pek çok yan komite güçlendirici olarak hizmet eder ve pazarlama, güvenlik, halk ilişkileri, doğal kaynak konuları, teknik gelişmelerde yardımda bulunurlar.

3.4.5. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğine Üye Kruvaziyer Seyahat Acentaları

Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliğine üye 25 kruvaziyer seyahat acentası şunlardır (www.cruising.org/cruise-lines-ships): Ama Waterways, American Cruise Lines, Avalon Waterways, Azamara Club Cruises, Carnival Lines, Celebrity Cruises, Costa Cruises, Crystal Cruises, Cunard Line, Disney Cruise Line, Holland American Line, Hurtigruten, Louis Cruises, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line, Oceania

Cruises, Paul Gauguin Cruises, Pearl Seas Cruises, Princess Cruises, Regent Seven Seas Cruises, Royal Caribbean International, Seabourn Cruise Line, Sea Dream Yacht Club, Silversea Cruises, Uniworld Boutique River Cruise Collection, Windstar Cruises.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE'DE KRUVAZİYER TURİZM

Kruvaziyer turizm, dünya turizm sektörü içerisinde toplam katılan turist sayısı bakımından küçük bir paya sahip olsa da, gelişen ve kendini her zaman yenileyen bir turizm çeşidi olmuştur. Turizm faaliyetleri içerisinde yer alan veya yer almak isteyen insanların ortak tutkularından birisi de yeni yerler görmek ve keşfetmektir. Kruvaziyer turizm gemi seyahatleri insanların bu arzularını gerçekleştirmek açısından çok uygun bir ortam oluşturmaktadır. Gemi seyahatleri ile, dünyanın farklı ve keşfedilmemiş yerlerine ulaşmak, ayrıca bu istekleri rahat, konforlu bir ortamda güven içinde gerçekleştirmek, kruvaziyer turizmin sunduğu en cazip imkanlardandır. Türkiye'de bulunduğu coğrafik konumu sayesinde üç tarafı da denizle çevrili bir ülke olarak, bu imkanlara sahip bir ülke konumundadır. Doğal güzelliği ve zengin kültürel varlıkları ile kıyılarımız ve limanlarımız kruvaziyer turizm açısından elverişli bir ortam oluşturmaktadır.

4.1. Türkiye'de Deniz Turizmin Genel Durumu

Türkiye'de turizm faaliyetlerinin ve politikalarının ele alınış seyrine bakıldığında, 1950'li yıllardan itibaren ciddiyetle bu konularla ilgilenildiğini görülmektedir. Bu da politikaların, daha çok dış turizmden sadece döviz geliri elde etmek gibi yanlış bir temel yaklaşım üzerine kurulmuş olmasıyla başlamıştır. Oysa, belirli bir arz kapasitesini iç talebe bağlı olarak kurup geliştiremeyen bir sektör, farklı ürünler oluşturma ve pazarlamada zaten problemleri bulunurken, belirsiz ve tek yönlü bir dış talebe bağlı kapasiteler geliştiremez. İç talebin gelişmesi demek, sosyal ve ekonomik ortamın iyileşmesine, gelir artışına, sanayileşmeye, eğitim, kültür ve refah düzeyinin yükselmesine yani kısaca bir turizm kültürünün oluşmasına bağlıdır. Ülkemizde yaşayan insanlar, kitle turizmine yönelik bir talep yerine, ağırlıklı olarak yazlık konutlara ve kamu kuruluşlarınca işletilen tesislere yönelmiştir. Bunun sonucunda da modern bir turistik iç arz kapasitesinin oluşması gecikmiştir. Dolayısıyla, sadece dış talebe yönelik yatırım yapmak, alt ve üst yapı oluşturmak yüksek maliyetli bir uygulama şekli olmuştur. Fakat özellikle, iki binli yıllardan itibaren iç turizminde canlandırılması amaçlı iç turizm pazarına yönelik yapılan kampanya, indirim, taksitlendirme ve reklam çabalarıyla ülkemiz vatandaşları da turizm faaliyetlerine gözle görülür bir oranda artışla katılmaktadırlar. Turizm potansiyelimiz, sadece güneş, kum, deniz üçlemesinden çıkartılarak tüm bölgelerimizi kapsayan bir turistik ürün çeşitlemesine çevrilmeye çalışılmaktadır. Türk turizm endüstrisi mevcut zengin potansiyelini, iç ve dış talep koşulları çerçevesinde, her yıl artan bir şekilde daha fazla ürüne dönüştürmekte ve pazara sunmaktadır. Ürün tasarımı, pazarlama, işletmecilikte deneyim ve bilgi birikimi yükselmektedir. Sektör, ülke bazında zayıf ve güçlü yönlerini dikkate alarak, rekabetçi bir yapıya yönelmektedir. Bu anlamda, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın öncülüğünde, bölgesel ve yerel zenginlikleri daha fazla değerlendirebilecek, çok farklı alanlarda yeni turistik ürün geliştirme çalışmaları yapılmaktadır. Yayla turizmi, sağlık turizmi, av turizmi, inanç turizmi, kış ve kayak turizmi, mağara turizmi, yat turizmi ve kruvaziyer turizmi bu çalışmalara örnek gösterilebilir. Türkiye turizm

endüstrisinin gelişip, genişlemesi, kitleye dönük tatil anlayışı yanında, alternatif selektif turizm hizmetlerinin de geliştirilmesine, böylece var olan potansiyel gücü harekete geçirecek hareketlenmenin yaşanmasına neden olacaktır. Buna bağlı olarak da, deniz turizmine yönelik olarak yat ve kruvaziyer turizmi olanakları harekete geçirilebilir.

Tablo.12 Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Taşıt Araçlarına Göre Dağılımı

Taşıt Araçları	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
Havayolu	14.084.727	71.1	16.807.681	72.0	18.838.735	71.5	18.959.340	70.0
Karayolu	4.206.198	21.2	4.721.569	20.2	5.388.308	20.5	6.029.950	22.3
Demiryolu	71.707	0.4	68.755	0.3	72.320	0.2	69.167	0.3
Denizyolu	1.457.201	7.3	1.742.906	7.5	2.037.314	7.8	2.018.657	7.4
TOPLAM	**19.819.833**	**100**	**23.340.911**	**100**	**26.336.677**	**100**	**27.077.114**	**100**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri, www.kultur.gov.tr

Dünya üzerinde 2010 yılı içerisinde toplam 14.300.000 kişi kruvaziyer gemi seyahatlerine katılmıştır (www.f-cca.com). Yine 2010 yılı içerisinde dünya genelinde yaklaşık 940.000.000 milyon kişi turizm faaliyetleri içerisinde yer almıştır (www.unwto.org). Bu rakamlar incelendiğinde deniz temelli bir turizm çeşidi olan kruvaziyer turizmin dünya üzerinde toplam turizm etkinliklerine katılan insan sayısı bakımından % 1.6'sının tercih sebebi olduğu görülmektedir. Tablo.12'ye bakarak Türkiye incelendiğinde ise 2009 yılı itibariyle toplam 27.077.114 yurtdışından gelen turist ağırlandığı görülmektedir. Türkiye'ye 2009 yılı içerisinde denizyolu ile gelen yabancı turist sayısı ise, 2.018.657 kişi olarak gerçekleşmiştir. Bu da toplamın % 7.4'üne tekabül etmektedir. Bu rakama tüm deniz temelli turizm çeşitleri (Yat turizmi, kruvaziyer turizmi, feribotla gelenler) dahildir. Tablo.12 göstermektedir ki, ülkemize gelen yabancı turistlerin büyük bir çoğunluğu (% 70), havayolunu tercih etmekte, daha sonra ise, karayolu (% 22.3) ve denizyolu ile demiryolu (%0.3) gelmektedir.

Türkiye üç tarafı da denizlerle çevrili olmasına rağmen, Türkiye iç turizm pazarında da denizyolu tercih edilen bir ulaşım sektörü değildir. Ülkemizde genelde karayolu yolcu taşımacılığında kullanılan ulaşım sektörüdür. Türkiye'de denizyolu yolcu taşımacılığında ilgili kamu kuruluşu Türkiye Denizcilik İşletmeleri'dir. Türkiye denizyolu yolcu taşımacığının büyük bir kısmı da bu kuruluş tarafından gerçekleştirilmektedir. Yurt içinde güzergah olarak genelde İstanbul merkez düşünülerek, Trabzon, İstanbul, İzmir, Antalya, Mersin ve İskenderun limanlarına seferler düzenlenmektedir. Ayrıca Mersin-Girne arasında gemi seferleri, Çanakkale ile İstanbul Boğazlarında araç ve yolcu taşınması amaçlı feribot seferleri, İstanbul-

Yalova-Bandırma hattında da deniz otobüsü ile araç ve yolcu seferleri düzenlenmektedir (www.tdi.gov.tr).

Kruvaziyer turizmin büyüklüğü ve olası gelişme beklentisine karşın Türkiye bu konuda limanlarında ağırlayıcıdan öte gidememektedir. Turizmciler Marmara ve Karadeniz'in değerlendirilemediğini belirtip, kruvaziyer turizmin dünyada parsellenmiş bir iş dalı olduğunu vurgulayarak "Türkiye'de cruise işletmeciliği hayal" görüşünü taşımaktadırlar. Samsun ve Ankara Feribotları, Deniz Ticaret Odasını' nın oluşturduğu Denizciler A.Ş tarafından 2.5 milyon ve 3.3 milyon dolara satın alınmıştır. Yaklaşık 7'şer milyon dolar da renovasyon için para harcanmıştır. Şimdi Samsun, İstanbul Bodrum arasında feribot olarak çalışmaktadır. Ankara da Yunan adalarına cruise olarak çalıştırılmaktadır. O hatta Yunanlıların Monarch Cruise gemileri bulunmaktadır. Louise Cruise gemileri de vardır. Dolayısıyla "o hatlarda zaten crusie gemileri varken insanlar feribotla seyahate çıkmaz" denmektedir. Ayrıca, kruvaziyer turizminin dünyada çok geliştiğini ilgi gördüğünü vurgulayan Monarch Cruise Classic (MCC) Türkiye Koodinatörü Mustafa Balcı şunları söylemiştir: "Kıbrıs Rum kesiminin nüfusu 700 bindir. Cruise' a giden insan sayısı ise 70 bin. Türkiye'nin nüfusu 70 milyon iken cruisea giden sayısı 17 bin. Her yıl katlanarak artmaktadır. Bu yıl 20.000 kişiyi bulacağı tahmin edilmektedir. Dolayısıyla bu çok daha da gelişecektir. İnsanlar alternatif turizm anlayışını benimsemeye başladı. Kara turları artık çok fazla cazip gelmiyor. Biz sektörün geleceğine çok pozitif bakıyoruz" demektedir. Balcı, Türkiye'de en popüler destinasyonun Karayip Adaları olduğunu belirterek, "İkinci sırada Akdeniz Çanağı gelmektedir. Sonra Norveç Fiyrotları ve Batlık Başkentleri var." Türk insanı da artık cruise'a gidiyor. Yabancı firmalar da Türkiye'ye çok ilgi göstermeye başlamışlardır. Royal Carabbian International eskiden temsilcilik verirdi, şimdi ise Türkiye'de ofis kurmuştur. MSC da Arkas'la birlikte şirket kurmuştur. Costa, Setur'a temsilcilik verdi. Yine Carnival'ın Türkiye'de ofisi bulunmaktadır. MSC şirketi bu yıl denize indirdiği en yeni gemisini İstanbul'dan kaldırmıştır. Geçen yıl Musica gemisi İstanbul-Akdeniz seferi yapmıştır. Bu yıl Orkestra. Bunların hepsi 500 milyon doların üstünde gemilerdir. İstanbul çıkışlı ve İstanbul dönüşlü sefer yapan gemi sayısı çok fazla değildir. Şimdi MSC' nin gemileri ve Costa' nın gemileri yapmaktadır. Royal Carabbian International henüz koymadı ama koyacağını duyduk yakın bir zamanda" diye söylemiştir. (Babacan, 2007,www.kalkınma.org).

Türkiye limanlarına gelen kruvaziyer yolcu gemisi sayısı 2003 yılında 887 adet iken, 2008 yılında % 82'lik bir artışla 1612 adede, limanlara gelen yolcu sayısı 2003 yılında 581.848 kişiyken, 2008 yılında % 275 oranında bir artışla 1.605.372 yolcuya yükselmiştir. Denizcilik sektöründe çalışan yük, yolcu, bilimsel amaçlı gemiler, ticari yatlarla hizmet araçlarına yönelik olarak özel tüketim vergisi indirilmiş yakıt uygulaması sonucu, sektöre 2008 yılı içerisinde 309 Milyon TL tutarında ÖTV tahsil edilmeyerek destek sağlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2009).

4.2. Türkiye'de Kruvaziyer Turizm Arzı

Kruvaziyer turistik ürün, belirli bir süre içinde, belirli bir seyahat programı olan bir gemi seyahatinden oluşmaktadır. Kruvaziyer turistik ürünün esası, belirli bir sürede gemi seyahatine dayanmaktadır. Gemi içinde, turistler kendilerine sunulan, zengin bir hizmet karmasından yararlanırlar. Bunlar, konaklama, yeme-içme, eğlence, spor, alışveriş, sağlık ve terapi gibi hizmetleri kapsamaktadır. Kruvaziyer seyahatlerin gemi seyir programı ise, önceden belirlenen limanların ziyaretidir. Liman ziyaretleri esnasında yararlanılacak hizmetler, bir paket programı biçiminde, genellikle önceden satın alınır. Çoğunlukla kruvaziyer turistik ürünün merkezinde bir gemi seyahati bulunsa da, seyahat sırasında ziyaret edilecek limanlar ve şehirleri çerçevesinde satın alınan paket turlar, bu sektörü cazip kılan diğer önemli bir unsurdur. Buna göre, kruvaziyer turistik ürünü, gemi içindeki aktiviteler ve liman kentlerinde isteğe bağlı olarak katınılan gemi dışı aktiviteler olmak üzere iki hizmet grubuna ayırabiliriz. Türkiye turizm sektöründe, kruvaziyer turistik ürünün ilk bölümünü arz eden yerli bir işletmemiz bulunmamaktadır. Ancak, son yıllarda dünyada ve ülkemizde yükselen bir talep ile karşılaşan kruvaziyer turizme hizmet üretmek üzere, mevcut seyahat acenteleri ürün geliştirmekte, gemi sahibi ve işletmeci ülkemizde mevcut olmasa bile, Akdeniz, Ege, Karadeniz'de ve Rusya nehirlerinde kruvaziyer seyahat satmaktadırlar (İncekara ve Yılmaz, 2002:42).

Türkiye'de kruvaziyer turizm arzı açısından, gemi yapımı ve işletmeciliğini incelediğimizde ise, mevcut deniz ve kıyı imkanlarına rağmen, yolcu ve yük taşımacılığında deniz yolu alternatifi nispi oranda geri planda kalmıştır. Türkiye'de denizyolu yolcu taşımacılığında yegane kuruluş Türkiye Denizcilik İşletmeleri'dir. Bir kamu kuruluşu olan şirket, tarihi bakımından eski olmasına karşın bugünkü adını, 1984 yılında yürürlüğe giren Kamu İktisadi Teşebbüslerinin yeniden düzenlenmesi ile ilgili 233 sayılı KHK gereği almış ve adı Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü olarak değiştirilmiştir (www.tdi.com.tr). Bunun dışında son yıllarda özel sektörün de teşvik edilmesiyle, İstanbul şehir içi ulaşımında, Boğazlarda, Marmara Denizi'nde Ege ve Akdeniz'de yerel firmalar küçük gemilerle yolcu ve araç taşımacılığı yapmaktadırlar.

Türkiye'de deniz taşımacılığı yeterli gelişme göstermeyince, gemi yapım sanayi de yeterli gelişememiştir. Türkiye'de gemi imalatı yapan tersaneler, kamu tersaneleri, askeri tersaneler ve özel sektör tersaneleri olmak üzere üç bölüme ayrılabilir. Fakat ülkemizde günümüzün modern ve yüksek taşıma kapasitesine sahip, kruvaziyer gemilerini üretebilecek tersane bulunmamaktadır. Ancak, Türkiye Denizcilik İşletmeleri'ne hizmet veren ve kruvaziyer gemi tipinde inşa edilmiş olan, 184 kişilik tek gemi de Türkiye'de inşa edilmiştir. Bu gemi TDİ Karadeniz Gemisi'dir. Karadeniz gemisi, Camialtı Tersanesi yapımıdır. Gemi, Türkiye'de küçük boy kruvaziyer gemi inşa edilebileceğini ifade etmektedir (İncekara ve Yılmaz, 2002:43). Türkiye'de kruvaziyer gemi imal edilmemesine karşılık, yat üretiminde dünyada önemli bir konumda bulunmaktayız. Özellikle, lüks ve mega yat üretiminde Türk Tersaneleri, yurt dışından önemli miktarlarda sipariş almaktadır.

Kruvaziyer turizmin gelişmesi ve talep görmesinin en önemli nedenlerinden birisi de doğal ve kültürel zenginliklerin var olduğu yerlere düzenlenen turlardır. Dünya Kruvaziyer Turizminde bir numaralı destinasyon olan Karayipler Bölgesinin, bu kadar talep görmesinin en başta gelen nedenlerinden biri de, çevre ve doğal güzellikleridir. Kruvaziyer seyahatlere katılmak isteyen turistlerin, genelde tercih sıralaması yaparlarken, doğal güzelliği bozulmamış, tesisleşmenin aynı zamanda çevre ile uyum sağladığı, zengin kültürel varlıkların bulunduğu bölgeleri ilk sıralara koyduklarını görebiliriz. Türkiye'nin bulunduğu bölge ise bu açıdan çok zengin ve şanslıdır. Akdeniz, Karadeniz ve Ege Bölgesinin doğal ve kültürel varlıkları, bu talebe yönelik iyi birer kaynak durumundadır. Özellikle Akdeniz Bölgesi, tarih, doğa ve güneşi ile ideal bir kruvaziyer turizm bölgesidir. Fakat, tüm bu doğal ve zengin arz kaynaklarımızın, kruvaziyer turizm ölçütlerine göre düzenlenerek, uygun bir kruvaziyer turistik ürün olarak sunulabilmesi gerekmektedir (İncekara ve Yılmaz, 2002:49).

4.3. Türkiye'de Kruvaziyer Turizm Talebi

Dünya Kruvaziyer Turizmi talep yönünden incelendiğinde, bu ürünün daha ziyade yüksek gelir grupları tarafından tercih edilebilir olduğu belirlenebilir. Yüksek gelirli turizm pazarlarında, kruvaziyer turizm hizmetlerinin gittikçe daha fazla talep görmesi, sadece katılanlardan etkilenmekle kalmamış, bu konuda yapılan, tanıtım, reklam ve pazarlama çabalarının bir bileşim olarak yapılması da gelişmesine olumlu etki yapmıştır.

Genel olarak turizm faaliyetleri, gelir ve boş zaman faktörlerindeki iyileşme durumu ile doğrudan bağlantılı olarak düşünülebilir. Bir toplumda, üretimde büyüme, kişi başına gelirde artış, istihdam olanaklarının genişlemesi, toplam mal ve hizmet talebini uyarıcı ve arttırıcı sonuçlar doğurur. İç ve dış tüketimde artışlar yaşanır. Güçlü ve sürekli bir turizm talebi, sanayileşen ve gelişen bir toplumda ortaya çıkabilir. Bir taraftan talebin artışı, diğer taraftan çekici bir turizm arzı, gittikçe toplumsal bir turizm kültürünün oluşmasına yardım eder. Gelişen turizm sektörü hem ülkeye yönelen dış talebi, hem de ülkenin insanlarının turizme katılma miktarını ve süresini olumlu yönde arttırır. Türkiye'de kitle turizmine katılma hareketi, üretim ve istihdamın artmasına, turizm endüstrisinde kapasitenin genişlemesi ve iç pazara yönelik olumlu çalışmalar ile giderek artmıştır. Türkiye'de kruvaziyer turizm talebine bakıldığında ise, dünya kruvaziyer turizm pazarına paralel olarak geliştiği söylenebilir. Fakat kruvaziyer turizm, maliyet yönünden hala pahalı bir turizm çeşidi olduğundan, ancak yüksek gelir grubuna dahil kişiler tarafından rağbet görmektedir. Türkiye'deki seyahat acentelerinin, yabancı seyahat acenteleri ve kruvaziyer şirketleri ile işbirliğine gitmesi sonucu, yapılan kampanyalar, taksitlendirmeler, erken rezervasyon indirimleri, reklam çalışmaları katılan sayısını hızla arttırmaktadır. Türk kruvaziyer turizm talebinde yoğun olarak, gelir grubu yüksek, büyük şehirlerde oturan, yüksek tahsili bulunan, genelde yaz tatil sezonlarında ve ailesiyle birlikte turlara katılan kişiler rağbet etmektedir. Türkiye'nin nüfusuna oranla kruvaziyer turizme katılan insan sayısı çok azdır. 2007 yılında 17.000 kişi olan bu rakamın, 2008 yılında 20.000 kişiye yükselmesi beklenmektedir. (Babacan, 2007, www.kalkınma .org). Seyahat acentalarının, kruvaziyer turizm açısından Türk

Tüketicisine yönelik yapmış olduğu çalışmalar sonucunda, çeşitli promosyonlar ve indirimler uygulanmıştır. Erken rezervasyon indirimi, vergilerde ve uçak biletlerinde taksitlendirme ve indirimler, çocuklara yönelik kampanyalar, kredi kartı kolaylıkları, seyahat sigortası ve kredisi gibi çalışmalar sonucunda 2010 yılında yaklaşık 30.000 Türk yolcu kruvaziyer gemilerle seyahata çıkmıştır. Türkiye ile ilgili yapılan değerlendirmelerde zenginleşen orta sınıfın talebe doğrudan etki yaptığının ifade edilerek, Dünya Kruvaziyer Birliği verilerine göre Türkiye'nin toplam potansiyelinin ise yıllık 81 bin yolcu olarak gösterildiği kaydedilmiştir (www.ttder.org).

4.4. Türkiye'nin Önemli Kruvaziyer Turizm Limanları

Limanlar, rıhtım ve iskelelerine gemilerin, deniz taşıma araçlarının yanaşıp bağlanabileceği veya su alanlarına demirleyebileceği imkanları kapsayan, tekneden kıyıya, kıyıdan tekneye yük ve insan nakli, teknelerin bağlanıp kaldırılması veya demirlenmeleri, eşyanın karada ve denizde teslimine kadar muhafazası için tesisleri ve imkanları bulunan ve gemileri diğer ihtiyaçlarını karşılamak üzere donatılmış sınırlı kara ve deniz alanları olarak tanımlanabilir (İncekara ve Yılmaz, 2002:46). Limanlar, bu bağlamda kruvaziyer turizmin vazgeçilmez önemde bir altyapı tesisidir. Ancak sadece gemilerin bağlandığı ve destek aldığı bir altyapı tesisi olarak düşünülmemeli, etkin bir yönetim niteliği taşıyan ve modern işletmecilik anlayışı ile üstyapısı da verimli ve kaliteli bir hizmet anlayışında çalışan bir örgüt olmalıdır. Bir liman, sahip olması gereken coğrafi konum, uzunluk, derinlik, rıhtım teçhizatı gibi teknik yeterliliğin yanında, tasarım, yönetim, hizmet kalite anlayışı ile de kruvaziyer turizm açısından uluslararası standartlara uygun ve modern olmalıdır. Bulunduğu ülkeye ve bölgeye ekonomik açıdan getirisi olmalıdır. Türkiye, toplam 8333 kilometre uzunluğunda dört ayrı denize açılan kıyıları ile üç tarafı da suyla çevrili bir ülkedir. Fakat, kruvaziyer turizmi destekleyecek ve gemiler açısından cazip hale getirecek ölçüde hizmet veren liman sayımız çok azdır. Ülkemizde kruvaziyer turizme hizmet veren başlıca limanlarımız, İstanbul Karaköy Salıpazarı Limanı, İzmir Alsancak Limanı ve Kuşadası Limanı'dır.

4.4.1. İstanbul, Karaköy Salıpazarı Limanı

İstanbul limanı, kuzeyde İstanbul Boğazı ağzında Anadolu ve Türkeli fenerlerini birleştiren çizgi ile Kefedalyon burnundan 3,8 mil güney körfezindeki mevkii ile enlemi 40.52.30 kuzey, boylamı 029.13.80 doğu ve enlemi 40.48.40 kuzey, boylamı 029. 09.00 doğu mevkiini birleştiren çizgiler arasında kalan deniz alanı olup Karaköy ve Salıpazarı rıhtımlarından ibarettir. Liman Türkiye Denizcilik İşletmeleri tarafından çalıştırılmakta, gemi ve yolcularına hizmet verilmektedir. TDİ tarafından limanda verilen hizmetler şunlardır (www.tdi.com.tr):

- Limana yanaşan yolcu ve turist gemilerine barınma hizmeti verilmesi

- Kruvaziyer yolcu gemilerine terminal ve otopark hizmetleri

- Yolcu Salonu hizmetleri

- Türk ve yabancı gemilere su verilmesi

- Ayrıca isteğe bağlı liman hizmetleri gurubunda yer alan deniz vasıtaları, yüzer vinç, prizman, tarak gemileri, araç gereç, eçhize dalgıç, gemilere elektrik verilmesi, telefon bağlanması, film çekme hizmetleri de talep durumuna göre karşılanmaktadır.

İstanbul limanında açık alan 30175 m² kapalı alan 78810 m²'dir. Liman 1986 yılı nisan ayında gemi yük trafiğine, 1988 yılında da tır trafiğine kapatılmıştır. İstanbul limanının E-5 ve tem otoyoluna karayolu bağlantısı mevcuttur. Karaköy Yolcu Salonu yolcu giriş ve çıkış kapıları, Salıpazarı rıhtımı araç giriş ve çıkış kapısı ile Fındıklı araç ve yolcu giriş çıkış kapıları, limanın dışa açılan kapılarıdır. İstanbul limanında toplam 736 kişi görev yapmaktadır. Bunlardan 18 kişi işçi, kara personeli 231 kişi, deniz personeli 487 kişidir. İstanbul Limanında Karaköy Liman Mülki İdare Amirliği yasal olarak kurulmuş olup liman hizmetleri, İşletme ile Deniz Emniyet Şube Müdürlüğü, Karaköy Yolcu Salonu Gümrük Müdürlüğü, Gümrük Muhafaza Müdürlüğü ile müştereken yürütülmektedir. Limanın Karaköy Rıhtımının uzunluğu 523 metre, derinliği 7-10 metre, Salıpazarı Rıhtımının uzunluğu 627 metre, derinliği ise 10 metredir. Limanın tarihçesini incelediğimizde, limanın inşasına 1892 yılında verilen imtiyazla M. Marlus Michael tarafından başlanmış, çeşitli zorluklar ve yaşanan depreme rağmen 1895 yılında tamamlanabilmiştir. Cumhuriyetin ilanından sonra, 1925 yılında kurulan İstanbul Liman İşleri İnhisare kurumunun işletmeciliğine verilmiştir. 1936 yılında Denizbank'a, 1939 yılında ise Devlet Limanları İşletmesi Umum Müdürlüğüne devredilmiştir. 01.03.1952 tarihinde 5842 sayılı kanunla Denizcilik Bankası T.A.O. bünyesinde "İstanbul Liman İşletmesi" olarak çalışmaya devam etmiştir (www.tdi.gov.tr).

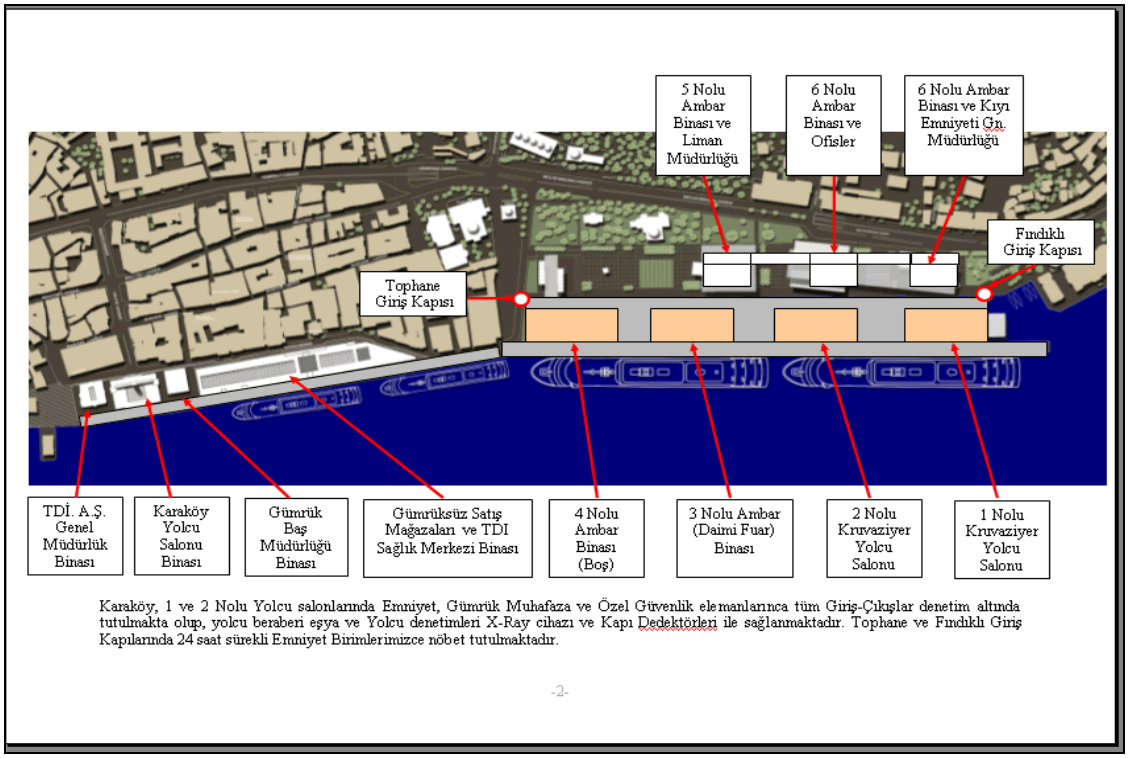
Tablo.13 İstanbul, Karaköy Salıpazarı Limanı'nın 2005-2009 Yılları Arası Gemi ve Yolcu Durumu

YILLAR	2005	2006	2007	2008	2009
GEMİ ADEDİ	227	282	325	370	327
TRANSİT YOLCU	203.073	244.955	390.880	401.896	361.373
GELEN YOLCU	13.552	42.041	50.315	65.685	60.166
GİDEN YOLCU	17.554	44.217	50.381	64.721	64.031
TOPLAM YOLCU	**234.179**	**331.213**	**422.896**	**532.302**	**485.570**

Kaynak: Türkiye Denizcilik İşletmeleri, Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, İstanbul, 2010, bilgiedinme@tdi.gov.tr

Tablo 13'de gösterildiği üzere, İstanbul, Karaköy Salıpazarı Limanına 2005 ile 2009 yılları arasında gelen gemi ve yolcu sayısında 2009 yılına kadar belirgin bir artışın yaşandığı görülmektedir. 2009 yılında, 2008 yılına göre bir miktar (% 5) düşüş yaşanmıştır. Fakat yinede 2005 yılı ile 2009 yılını karşılaştıracak olursak, gemi sayısı 227'den 327'ye (% 48 artış), toplam yolcu sayısı da 234.179'dan, 485.570 kişiye (% 107 artış) ulaşmıştır.

Resim.35 İstanbul, Karaköy Salıpazarı Liman Planı



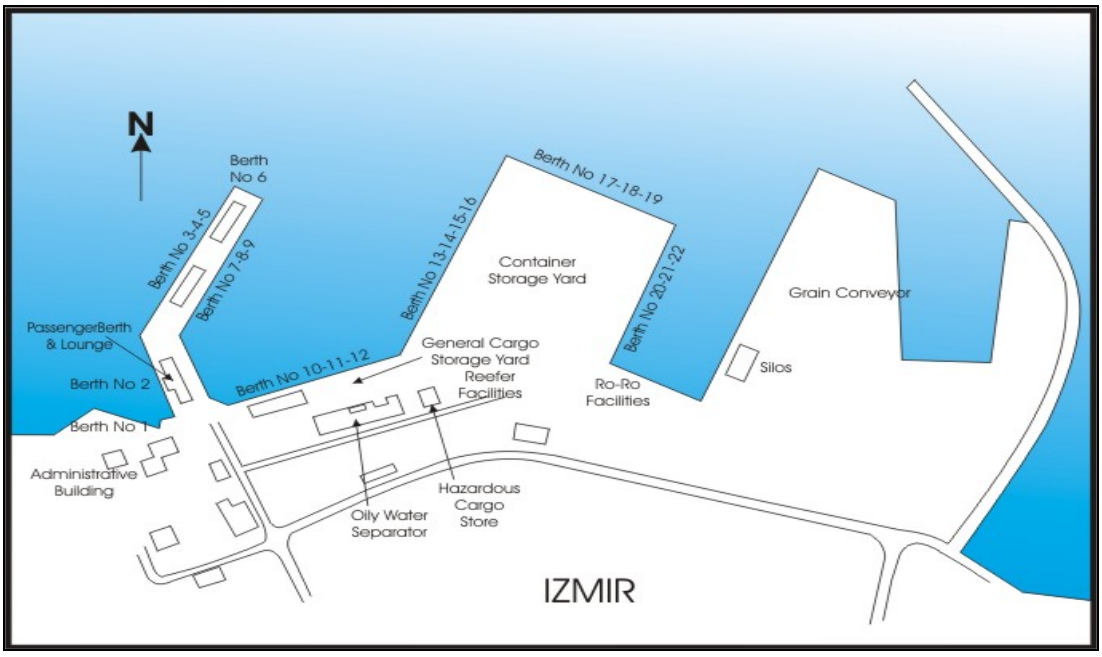
Kaynak: www.denizcilik.gov.tr/limanlar/istanbul

4.4.2. İzmir Alsancak Limanı

Liman konum olarak İzmir şehir merkezinde, Ege Denizi'nin batı kıyısında konuşlanmakta olup, şehir nüfus yoğunluğu bakımından Türkiye'nin üçüncü büyük şehri ve iş merkezidir. Liman geniş tarımsal ve endüstriyel iç bölgeye sahiptir. Ege Bölgesinin tarım ve endüstri limanı olan İzmir, aynı zamanda ülkenin ihracatında hayati rol oynar. Limanda her türlü yüke hizmet verilmekte olup, liman genişleme çalışmaları sürmektedir. Liman demiryolu ve karayolu şebekesi ile bağlantılıdır. İzmir'in Ege'deki tarihi ve turistik yerlere çok yakın olmasından dolayı, liman yolcu terminali önemli ölçüde trafiğe sahiptir. Alsancak beton iskelesinin 13.03.1957 tarih ve 4/8783 sayılı bakanlar Kurulu kararı ile TCDD'ye devri sağlanmış ve iskele 1.6.1959 tarihinden itibaren işletmeye açılmıştır. 22.01.1960 tarih ve 4/12662 sayılı vekiller heyeti kararı ile Denizcilik Bankası TAO'na devri kararlaştırılmış ve iskele 27.04.1960 tarihinde Denizcilik Bankası TAO'na devredilmiştir. 1964 yılından itibaren 440 sayılı kanun çerçevesine alınan Denizcilik Bankası TAO İktisadi devlet

teşekkülü olarak faaliyetine devam etmiştir.Yüksek Planlama Kurulu'nun 16.12.1988 tarih ve 88/121 sayılı kararı ile İzmir Liman İşletmesi; 1 Ocak 1989 tarihi itibariyle TCDD'ye devredilmiştir (www.tcdd.gov.tr). İzmir Alsancak Limanı, Enlem 38 25' 00'' N, Boylam 27 04' 30'' E kordinatlarında bulunmaktadır. Rıhtım uzunluğu 3259 metre, toplam liman alanı 902.000 metrekare, gemi kabul kapasitesi yılda 3635 adettir (www.denizcilik.gov.tr/limanlar).

Resim.36 İzmir Alsancak Liman Planı

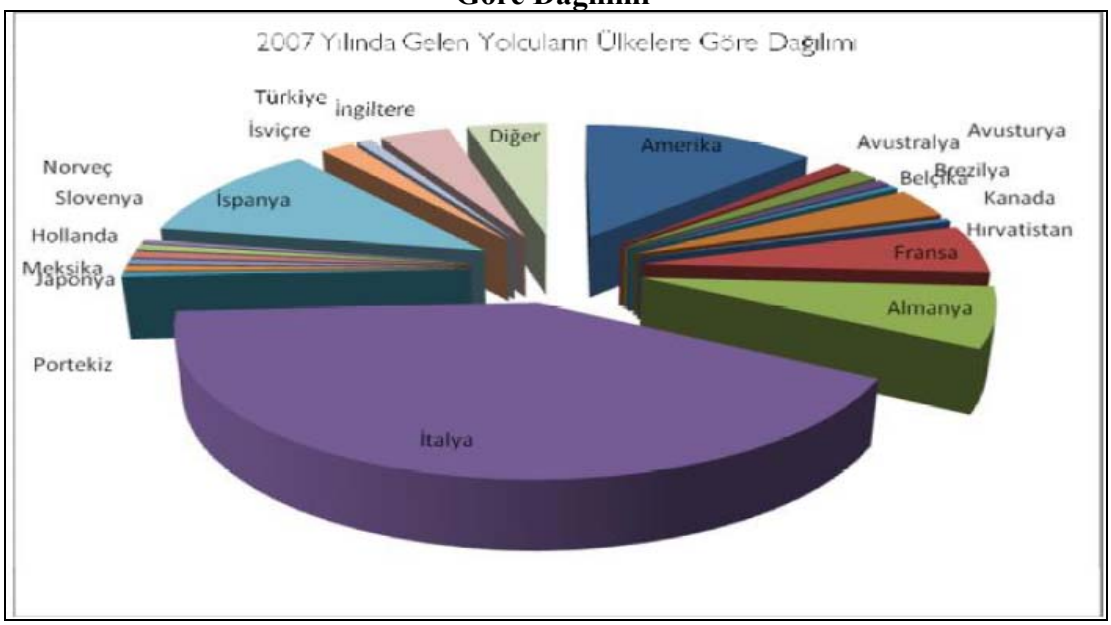


Kaynak: http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php

İzmir, sahip olduğu turizm potansiyeli ile Akdeniz'de en uygun destinasyonlardan biri olarak kabul görmektedir. 2003 yılından günümüze kruvaziyer turizmi şirketlerinin rotalarına İzmir'i almaları için İzmir Ticaret Odası çalışmalar yürütmektedir. Bu çalışmalar sonucunda, 2003 yılında sadece 5 kruvaziyer gemisi ile 3.271 kişi İzmir'e gelirken, 2009 yılında bu rakam 127 gemi ve 309.603 kişiye ulaşmıştır. 2010 yılı mart ayı başına kadar ise toplam 4 kruvaziyer gemisi ile 10.892 turist İzmir'i ziyaret etmiştir. 2003 yılı ile 2010 yılı mart ayı başına kadar toplam 1.251.302 turist İzmir'e gemilerle gelmiştir. 2003 yılı içerisinde Türkiye kruvaziyer turizm pazarında sadece % 0.05 oranında pay alan İzmir şehri, 2009 yılında bu payını % 17,12'ye çıkarmış ve Türkiye'nin en büyük üç kruvaziyer turizm limanından biri olmuştur. Kruvaziyer gemilerle gelen turistler, İzmir şehrini ve çevresindeki ören yerlerini gemide satın aldıkları turlar aracılığıyla veya kendi imkanlarıyla gezmektedirler. Yapılan tanıtımlar sayesinde 2009 yılında 173.064 yolcu İzmir şehrinin içinde dağılırken, 136.539 yolcu da otobüslerle il çevresinde geziye çıkmıştır. Şehri bağımsız gezen turist sayısı turlarla gezenlerden daha fazladır. Kruvaziyer turizmi İzmir Alsancak Limanı aracılığıyla 12 ay boyunca yapılan bir faaliyet haline dönüştürmek için çalışmalar sürdürülmektedir (www.izmir.org.tr).

İzmir Alsancak Limanına 2010 yılında gelen gemi sayısı 141, bu gemilerle İzmir'i ziyaret eden turist sayısı ise, 355.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Kruvaziyer turizmde 7 yıl içerisinde gelen turist sayısı 120 kat artmıştır. 2003 ile 2010 yılları arasında İzmir Alsancak Limanına 690 adet gemi yanaşmış ve toplamda 1.600.000 yolcu getirmiştir. İzmir'e bir yıl içerisinde gelen yaklaşık bir milyon turistin 350 bini kruvaziyer turizm amaçlı olarak gemilerle gelenlerden oluşmaktadır (www.egelife.com).

Tablo.14 2007 Yılında İzmir Alsancak Limanına Gelen Yolcuların Ülkelere Göre Dağılımı



Kaynak: GÜNEŞ Mine, Açık Deniz, 2007

Lojistik açıdan, İzmir Limanı'nda yolcu ve kruvaziyer terminalinin yerleşim yeri, bağlantı yolları ve o noktada mevcut kent trafiğinin durumu ele alınacak olursa, gerek Efes, Meryemana Evi gibi kruvaziyer yolcuları tarafından en çok ziyaret edilen ören yerlerine ulaşım açısından otobana yakın yerde bulunması, gerekse kenti ziyaret eden kruvaziyer yolcularının Alsancak Kordon yoluyla yürüyerek veya taksilerle Konak'a veya Alsancak vapur iskelesinden vapurlarla Bostanlı, Karşıyaka, Konak gibi yerlere gitmesi açısından uygun olmaktadır. Yolculara yönelik olarak yapılan ve ileride daha detaylı yapılabilecek çalışmalar, İzmir kentine, kruvaziyer limanına ve kruvaziyer yolcularına verilen hizmetler arasındaki ilişkiyi göstermek amacıyla, hizmet tedarik zinciri modelinin geliştirilmesi ile mümkündür. İzmir Limanı'na gelen yolcuların liman ve şehirde aldıkları hizmetler (örneğin şehir turu, alışveriş, yemek yeme, çevreyi gezme vs) için oluşan algılamaları ve davranış biçimleri, yolculara uygulanan anketler aracılığıyla toplanan veriler analiz edilerek ölçülebilir ve yolcuların karşılaştırmalı algılamaları ile davranışlarının birbirleriyle benzerlikleri, çeşitli teknikler kullanılarak analiz edilebilir. Kruvaziyer yolcularının gerek dolaştıkları ören yerlerinde, gerekse kent merkezinde yaptıkları alışverişlerle kent ekonomisine direkt katkı

sağladıkları gibi, söz konusu hizmet alanlarında çalışanların geçim kaynaklarının artmasından dolayı, kruvaziyer sektörünün dolaylı katkısı da kaçınılmazdır. Ayrıca, İzmir kenti ile kruvaziyer sektörünün etkileşimi, kentte yaşayanlar için de görsel kazanım ve sinerji oluşturmaktadır (Yercan, 2009, http://ius.imoizmir.org.tr/bildiriler).

4.4.3. Kuşadası Limanı

Kuşadası Limanı ülkemizin en modern ve en çok geminin yanaştığı kruvaziyer turizme yönelik limanıdır. Özellikle gelen yabancı turistlerin limanda sunulan ve paket turlarla ziyaret ettikleri Kuşadası çevresinde birçok tarihi ve kültürel zenginlikleri olan yerleşim bölgeleri bulunmaktadır. Bunlar; Antik Efes Kenti, Meryem Ana Evi, Artemis Tapınağı, St. John Bazilikası, Efes Müzesi ve Şirince Köyü örnek olarak gösterilebilir. Kuşadası Limanı kruvaziyer turizm bölgelerinden Doğu Akdeniz Bölümünün en önemli limanlarındandır. Özellikle altyapısının ve hizmet anlayışının kruvaziyer gemiler ve yolcuları için dünya standarlarına ulaşan bir yapıda oluşu, limana olan tercihi arttırmaktadır. Aydın ili, Kuşadası ilçesinde bulunan Kuşadası Liman'ında Kuşadası Kadastro Müdürlüğünce 01.02.2000 tarihinde mahallinde yapılan kadastro tespit çalışmaları neticesinde hazırlanan kadastro paftasında Maliye hazinesi adına tapuda tescilli olan Camiikebir Mahallesi, 48 ada, 1 parsel 12.587 metrekare olup Türkiye Denizcilik İşletmeleri tarafından 6.609,34 metrekarelik bölümü kullanılmaktadır. Ayrıca limanın kullanımında tescilsiz 12.884,24 metrekarelik dolgu alanı bulunmaktadır. Böylelikle toplam liman sahası 19.593,58 metrekaredir. Kuşadası Limanı 02.7.2003 tarihinde 24.300.000.- ABD Doları bedelle, 30 yıl süreyle işletilmek üzere Ege Liman İşletmeleri A.Ş'ye devredilmiştir (www.oib.gov.tr). Kuşadası limanının tarihçesini inceleyecek olursak, Kuşadası Limanın da içinde bulunduğu 1/1000 ölçekli uygulama imar planı İller Bankası'nca hazırlanmış olup 10.12.1984 ve 04.06.1985 tarihinde Belediye Meclisince uygun görülerek 20.06.1985 tarihinde Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nca onaylanmıştır. Limanın 1. iskelesinin yapımı 1960'lı yıllarda Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğünce gerçekleştirilmiş ve 1973 yılından itibaren hizmete açılmıştır. Ancak yoğun yolcu ve ro-ro teknelerinin yanaşma taleplerinden dolayı 2. iskelenin yapımı gündeme gelmiştir. İkinci iskelenin de yapımına 1990 yılında başlanılmış ve 1991 yılında tamamlanarak işletmeye açılmıştır. Zaman içinde artan talepler doğrultusunda birinci iskelenin boyuna 25 m. ikinci iskelenin boyuna 50 m. ilave yapılmıştır (www.cedgm.gov.tr).

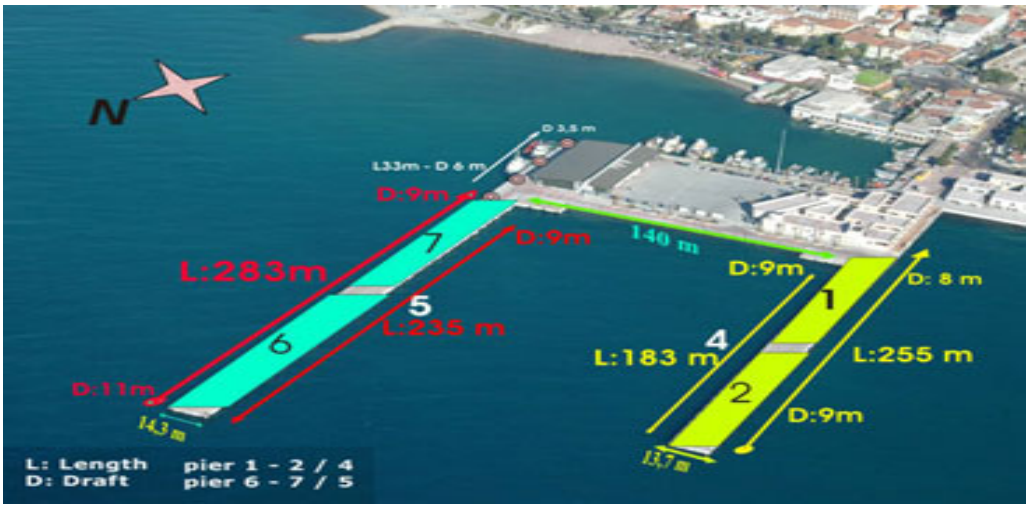
Tablo 14 üzerinde yer alan Kuşadası Limanı 2005 ile 2008 yılları arasındaki gemi ve yolcu sayılarını incelediğimizde, belirgin bir artışın olduğunu görmekteyiz. 2005 yılında 444 olan sefer sayısı, 2008 yılında 646'ya, 2005 yılında 295.219 olan yolcu sayısı da 2009 yılına gelindiğinde, 575.515 kişiye yükselmiştir. Bu rakamlar neticesinde 2005 ile 2008 yılları arasında, sefer sayısının yaklaşık olarak birbuçuk, yolcu sayısının da yaklaşık iki kat artmış olduğunu söyleyebiliriz. Feribot seferlerinde ve feribotla gelen yolcu sayısında ise, yıllar arasında dalgalanmalar yaşandığı görülmektedir.

Tablo.15 Kuşadası Limanında 2005-2008 Yılları Arasında Yolcu ve Gemi Ziyaretleri

YILLAR	2005		2006		2007		2008	
	Sefer	Kişi	Sefer	Kişi	Sefer	Kişi	Sefer	**Kişi**
GEMİ	444	295.219	499	368.696	613	466.639	646	575.515
FERİBOT	711	64.122	675	56.253	782	76.190	685	68.921
TOPLAM	**1.155**	**359.341**	**1.174**	**424.949**	**1.395**	**542.829**	**1.331**	**644.436**

Kaynak: http://www.egeports.com/tr/statics.htm

Resim.37 Kuşadası Liman Planı



Kaynak: GÜNEŞ Mine, Açık Deniz, 2007

4.5. Türkiye'nin Kruvaziyer Turizm Sektöründe Sorunları ve Çözüm Önerileri

Kruvaziyer Turizmi geleceğin turizm anlayışı içerisinde yükselen bir yıldız konumundadır. Her yıl çeşitli amaçlarla milyonlarca insan gittikçe artan sayıda, dünyanın farklı denizlerinde ve bölgelerinde gemilerle seyahate katılmaktadırlar. Tatillerini bitirdikten sonra evlerine dönmektedirler. Döndüklerinde kruvaziyer seyahatlerin özlem duydukları bir seyahat ve tatil ortamı olduğunu yakınlarına ve çevrelerindeki insanlara anlatmaktadırlar. Bu sayede daha çok sayıda insan kruvaziyer turizm sektörüne ilgi duyuyor ve içerisinde yer almak istemektedir. İletişim ve ulaşım olanaklarının da gelişmesi ve global alanda yaygınlaşması ile bu seyahatler rüya olmaktan çıkmaktadır. Dünyanın herhangi bir bölgesinden bu yolculuklara katılınabilir. Aracı kuruluşlar ve paket turlar sayesinde önceden programlanmış ve planı oluşturulmuş bir tatil imkanı vardır. Kruvaziyer seyahat

gemileri yolcularına hem lüks bir otel konforu yaşatmakta, hem de hergün dünyanın farklı bir bölgesinde, limanında ya da şehrinde olma imkanı tanımaktadır. Seyahat çift yönlü ve seçenekler çok fazladır. Kruvaziyer turizmin bu cazibeli yönlerinden, dünya üzerinde bir çok ülke, firma ve acente faydalanmakta, yükselen talep sebebiyle de daha çok ekonomik yönden kazanç elde etmektedirler.

Türkiye ayrıca, bugün dünyanın önemli turizm merkezlerinden biri konumundadır. Ziyarete gelen turist sayısı ve elde ettiği turizm geliri bakımından ilk on ülke içerisinde yer almaktadır (www.ttyd.org.tr). Turizm potansiyeli açısından zengin kültür mirası ve doğal güzellikleri, coğrafi konumu, genç nüfusu ile turizm olanaklarının yüksek olduğu bir ülkedir. Üç tarafı denizlerle çevrili, toplam 4 denize kıyısı bulunan, deniz turizmi olanaklarının doğal kaynaklar açısından yüksek olduğu bir coğrafyada yer almaktadır. Kruvaziyer turizm açısından da bu doğal kaynakların kullanılma ve kruvaziyer turizmin hizmetine sunulma potansiyeli yüksektir. Fakat, kruvaziyer turizmi sadece doğal imkanların yeterli olduğu bir turizm çeşidi değildir. Doğal kaynakların gemi ve yolcuları açısından uygun tesis ve hizmetlerle desteklenmesi gereklidir. Gemiler ancak kendilerine sunulan uygun ve modern bir liman varsa yanaşabilirler, yolcuları da kaliteli ve beklentilerini karşılayacak bir hizmet bulurlarsa limanda vakit geçirirler. Bu yüzden kruvaziyer turizmi oluşturan unsurların hepsinin komplike bir yapıda düşünülmesi ve sunulacak hizmetlerin buna uygun modern, organize, diğerlerinden farklı ve kaliteli, beklentileri fazlasıyla karşılayacak ölçüde sunulması çok önemlidir. Türkiye, kruvaziyer turizmi açısından genel bir değerlendirmeye tabi tutulacak olursa, sorunlar ve çözüm önerileri şu şekilde açıklanabilir (İstikbal, 2006, www.denizhaber.com):

- Türkiye, kruvaziyer turizmi açısından yeterli doğal kaynaklara ve coğrafi koşullara sahiptir. Bunun uygun liman ve hizmetlerle desteklenmesi gerekmektedir.

- Türkiye'nin kruvaziyer seyahatleri gerçekleştirecek bir kruvaziyer gemisi ve seyahat firması yoktur. Turlar yabancı gemiler ve firmalar tarafından yapılmakta, anlaşmalı yerli seyahat acentelerince satılmaktadır.

- Türkiye'nin kruvaziyer gemilerin uğraması için uygun, modern liman sayısı çok azdır. Kuşadası, İstanbul ve İzmir limanı dışında uluslararası standartlarda gemi ve yolcu hizmeti veren limanı yoktur.

- Üç tarafı denizle çevrili bir ülkenin farklı bölgelerinde farklı kruvaziyer limanları var olmalıdır. Karadeniz Bölgesi limanları geliştirilmeli ve uygun uluslararası standartlarda kruvaziyer limanlar yapılmalıdır.

- Gemilerin bir limana uğramaları için en önemli nedenlerden biri de liman ücretleri ve vergileridir. Liman vergileri ve ücretleri ne kadar uygunsa gemi ve yolcuları için daha cazip olmaktadır. Ülkemizde liman vergi ve ücretleri yüksektir. Örneğin, İzmir Ticaret Odasının yapmış olduğu bir araştırmada, 105 bin gross tonajlı Costa Fortuna adlı kruvaziyer geminin İzmir Limanına girişinde ödeyeceği ayakbastı, aydınlatma, sağlık şamandıra, liman, çöp vergileri ile barınma ve kılavuzluk-römorkörcülük hizmet ücretleri toplamının 35.207 ABD Doları tuttuğunu; bu miktarın Marsilya ve

Singapur limanlarında 11.343 ABD doları olarak gerçekleştiğini hesaplanmıştır. Bu da limanlarımızın cazibesini azaltmaktadır. Ulaştırma Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığının ve yerel yönetimlerin ortak çalışması ile bu konuya çözüm bulunabilir.

- Türkiye'deki limanların kruvaziyer turizmin gelişmesi için yönetimlerinin otonom yani özerk hale getirilmesi ve profesyonel kadrolar tarafından yönetilmesi gerekmektedir.

- Türkiye'de kruvaziyer turizmi yabancı firmaların tercihine bağlı gelişmekte ve Türkiye belirli limanlarda günübirlik gezilere katılan gemi yolcularının yaptığı alışverişten kazanabilmektedir. Yerli yatırımcıların kruvaziyer turizmde yer almasının teşvik edilmelisiyle alternatif limanlar devreye sokulabilir.

- Limana yanaşan bir kruvaziyer gemiden ekonomik anlamda mümkün olduğunca yarar sağlamak için gemi ve yolcularının yanaştığı limanda uygun olan en uzun süre kalmaları gerekmektedir. Gemilere demirleyerek bekleyebilecekleri, lojistik ve teknik destek alabilecekleri modern bir liman, yolcu ve mürettebata ise, kalacakları süre içerisinde hoş vakit geçirip, eğlenebilecekleri ve gezebilecekleri, alışveriş yapabilecekleri bir ortam sunmak gereklidir. Bu imkanlar ne kadar yeterli ise, kalış süresi de uzayacaktır.

- Türkiye'ye ucuz tur satın almış ekonomik seviye olarak alt grupta olan ve gemiye ödediği ücretler dışında masraf yapmayı pek düşünmeyen kruvaziyer yolcularına ilave olarak; lüks tüketime ve gittiği yerlerden hatıra eşyası almaya, harcama yapmaya eğilimli üst gelir grubu kruvaziyer turistleri çekilmesi gerekmektedir.

- Türkiye' de kaldığı az zaman süresi içerisinde yine ülkemizin karakteristik özelliklerini taşıyan ürünlerin kolayca ve kaliteli sunumla turistlere sunulabilmesi için altyapı kurulmalıdır. Bu anlamda Rehberler Odası gibi profesyonel turist rehberi örgütlerinden de yardım alınabilir.

- Limanlarımızda can güvenliği ve acil kurtarma önlemleri arttırılmalı; yolcu salonları çağdaş görünüme kavuşturulmalıdır. Kaliteli kruvaziyer yolcusunu ülkemize çekmenin liman tarifelerini düşürmek gibi önlemler yanında bir altyapı meselesi olduğu unutulmamalıdır.

- Turistin her yerde bulabileceği şeyleri almayacağını hesaba katarak, zaten limanda kalış süresinin kısıtlı bir süre olduğu ve bir şeyler satın almaya çok az zamanının olacağı da düşünüldüğünde; halı, deri vb. gibi ülkemizin karakteristik ürünlerinin özendirici tanıtımı hedef kitleye daha gemiye binmeden yapılabilmelidir. Bunun için hedef ülkelerde gerekli özendirici tanıtımın yapılarak potansiyelin önceden yaratılması gereklidir.

Türkiye; kruvaziyer turizmini çekecek tarihsel, coğrafi ve iklimsel her türlü özelliğe sahiptir. Kendi kruvaziyer gemilerimize sahip olmamız şu aşamada biraz hayal gibi gözükse de, bu hayalin de gerçekleşmesi en büyük dileğimiz olmalıdır.

SONUÇ

İnsanlar, tarihi seyir içerisinde, çeşitli amaç ve ihtiyaçlar sonucunda sürekli olarak seyahat etmişlerdir. Başlangıçta daha çok ferdi anlamda yapılan bu seyahatler, ulaştırma araçlarında meydana gelen gelişmeler ve canlı bir sektöre dönüşen turizm faaliyetlerinde çok sayıda insana hizmet verebilecek ulaşım ve konaklama hizmeti üreten işletmelerin sağladığı olanaklarla, gittikçe kitle seyahatlerine dönüşmüştür. Dolayısıyla, turistik talep ve arzın karşılıklı etkileşimi ile, itici ve çekici faktörler olarak turizm olgusunun gelişip yaygınlaşması sonucunu doğurmuştur. Günümüzde turizm faaliyetleri, çok yönlü, çok boyutlu, değişkenliği fazla yapısı ile "Turizm Endüstrisi" kavramı ile ifade edilmektedir.

Turizm olgusunda temel kavramlardan belki de en önemlisi insanların ihtiyaçları doğrultusunda, devamlı oturmuş oldukları yerleri terk ederek, geçici bir süreyle başka bir yere gitmeleri, hareket etmeleridir. Turizm faaliyetlerini oluşturan ve turizmi endüstri haline dönüştüren bu davranış biçimidir. İnsanların hareket etmesi kavramı doğal olarak bu hareketin içinde yer alan çeşitli tür ve biçimde taşıt araçlarını da beraberinde getirmektedir. Seyahat ve taşıt araçları kavramlarının birleşimi özellikle modern toplumların sosyal hayatında yer etmiş bir oluşumdur. İnsanlar yaşadıkları tarihi dönemler boyunca seyahat ve ulaşım faaliyetlerinde, çağın teknolojisine uygun ulaşım araçlarından faydalanmışlar ve ulaşım araçları da devamlı olarak bir gelişim içinde olmuştur. İnsanlar, önceleri kara, deniz daha sonraları da motor gücünün icat edilmesiyle demiryolu ve hava taşıma araçlarını ihtiyaçları doğrultusunda kullanmışlardır. Bu gelişim günümüzde ve gelecekte de sürekli olacaktır.

Sunulan turistik ürün içerisinde, taşıma ve ulaştırma hizmetleri vazgeçilmez bir hizmet bileşenidir. Ulaştırma ihtiyacı, turistik ürün türlerinin hemen tümünde, turizm hizmetler zincirinin önemli bir halkasıdır. Bu halka, diğer bütün hizmet halkalarını da birbirine bağlayan yapısıyla vazgeçilmez bir unsurdur. Turizm endüstrisi gelişimini hep ulaştırma sektöründeki gelişimlerle beraber sürdürmüştür. Turizm ve ulaşım birbirini tamamlayan ve birbirinin gelişmesine itici güç sağlayan uyumlu birer faaliyet alanıdır.

Gelecekte insanları etkileyebilecek seyahat ve turizm etkinlikleri incelendiğinde, kruvaziyer turizmin öneminin gittikçe artabileceği tahmin edilebilir. Çünkü insanlar kendilerini turizme yönelten sebepler içerisinde hep yeni ve farklı arayışlar içindedirler. Kendilerine sunulan ürün ve hizmetlerde, diğerlerinden değişik, onları etkileyebilecek, monotonluktan uzaklaştıracak, başkalarına anlatabilecekleri yeni beklentileri bulunmaktadır. İşte kruvaziyer turizm, sunmuş olduğu ve gelecekte de sunacağı ürün ve hizmetlerle insanları etkilemeye devam edecektir. Hem tatil programı içerisinde yer alan tüm ürün ve hizmetleri bir beş yıldızlı otelden bile lüks ve donanımlı bir gemide almak, hem de bunları dünyanın her gün farklı bir bölgesi veya şehrinde yaşamak, buraları gezmek, görmek, farklı kültürleri tanımak, doğal güzellikleri incelemek benzeri az bir turizm bileşenidir. Bu sebeplerle dünya üzerinde her yıl kruvaziyer turizm talebi gittikçe artmakta ve

kendini devamlı yenileyen bir sektör olarak bu potansiyelini de gelecekte de koruyacağı düşünülmektedir.

Kruvaziyer turizm cazip fakat aynı zamanda hem yatırım hem de hizmeti satın alış açısından pahalı bir sektördür. Bir gemiyi firma olarak inşa ettirmek ve daha sonra da personeli ve hizmeti ile birlikte sefere çıkarmak, yatırım maliyeti olarak son derece yüksek ve riskli bir iştir. Yatırım çok iyi planlanmalı ve gelecekte oluşabilecek dalgalanmalar hesap edilerek, alternatif planlar oluşturulmalıdır. Çünkü geri dönüş çok zor ve büyük oranda ekonomik anlamda zararlıdır. Dünya üzerinde faaliyette bulunan kruvaziyer turizm firmaları, çoğunlukla bu işi uzun zamandan beri yapan, tecrübeli ve finans gücü yüksek şirketlerdir. Genelde Karayipler, Hawaii ve Avrupa Bölgesine yoğunlaşmışlardır. Fakat, uluslararası anlaşmalarla dünyanın farklı ülkelerinde de temsilcilikleri veya yerli ortakları bulunmaktadır. Bu sayede satılan paket turlarla, istediğiniz şehir ve limanda kruvaziyer gemilerle seyahate çıkılabilir. Örneğin, Türkiye'de Karayipler Bölgesine kruvaziyer gemi seyahati satın almak isteyen bir kişi, kruvaziyer seyahat firmasının anlaşmalı olduğu yerli bir seyahat acentesine başvurarak paket tur programları ile bu isteğine kavuşabilir. Paket içinde, uçak ile ulaşım, tüm transferler, vize işlemleri, gemide sunulan tüm hizmetler, geziler ile rehberlik hizmetleri yer almaktadır. Böylece seyahat yer, gün ve saat olarak önceden programlanmıştır.

Türkiye açısından kruvaziyer turizm potansiyeli incelenecek olursa, coğrafi açıdan şanslı bir konumda olduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye, üç tarafı da denizlerle çevrili ve toplam 8333 km kıyı uzunluğu ile kruvaziyer turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu avantaja bir de uğranılan yerlerde var olan doğal ve kültürel zenginliklerde eklenirse, değerlendirilebilecek büyük bir kaynağa sahip olduğu açıkça görülebilmektedir. Fakat yine de kruvaziyer gemilerin isteklerini karşılayabilecek yeterli sayıda ve donanımda limanların bulunmayışı, gerekli hizmet kalitesi ile altyapının istenilen seviyeye ulaşamaması, kalifiye personel sayısının azlığı ve yatırımların tam olarak uygulamaya geçirilemeyişi uluslararası rekabet açısından geride kalınmasına yol açmıştır. Son yıllarda özellikle İstanbul, Kuşadası ve İzmir limanlarının özelleştirilmesi ile beraber artan yatırım ve hizmet kalitesi, dünya çapında faaliyet gösteren kruvaziyer turizm şirketleri ve seyahat acenteleriyle yapılan anlaşmalar neticesinde önemli bir ilerleme sağlanabilmiştir. Bunun devamlılığını ve gelişimini sağlayabilmek için de yeni limanlar yapılmalı, özellikle Karadeniz limanları değerlendirilmeli, altyapı oluşturularak hizmet kalitesi rekabet edilebilir bir seviyeye yükseltilmeli, kalifiye personel sayısı eğitimle beraber çoğaltılmalı, uluslararası boyutta tanıtım ve reklam faaliyetleri arttırılmalı, dünya üzerindeki büyük gemi ve tur şirketleri ile işbirliği geliştirilmeli, insanlar çeşitli kampanya ve organizasyonlarla kruvaziyer turizme katılımları arttırılmalıdır. Gelecekte kruvaziyer turizm hem yolcu sayısıyla hemde yükselen hizmet kalitesi ve turistik ürün çeşitliliğiyle modern turizm anlayışının en önemli unsurlarından birisi olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Kitap ve Makaleler:

ALACA Bekir Aydemir, **Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri,** Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üni., Sivas, 1997, s:2

AYDIN Şule, **Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli,** Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 1997, s: 13

BAHAR Ozan, Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2010, s:29-44-85-110

CARTWRIGHT Roger, Carolyn Baird, **The Development and Growth of the Cruise Industry,** ButterworthHeinemann, Oxford, 1999, s: 3-11

CLIA, **Economic Contribution of Cruise Tourism To The Destination Economies, FCCA Report**, Brea Business Research & Economic Advisor, 2009, s:11

Cruise Tourism Potential & Strategy Study, Final Report, Ministry Tourism Government of İndia, 2005, s: 42-43

CONRADY Roland, Martin Buck, **Trend and Issues in Global Tourism 2010,** Springer Science, Germany, 2010, s: 241

ÇAĞLAYAN Artun, **Yat Turizmi ve Eğitimi, Turizm Eğitimi, Konferans-Workshop,** Aralık 1992, Ankara, 1995, s:228

DOWLING K.Ross, ***Cruise Ship Tourism,*** CABI International, Oxfordshire, United Kingdom, 2006, s:3-7-46

GIBSON Philip, **Cruise Operations Management,** Elsevier Science Technology, 2006, USA, s:3

GÜNEŞ Mine, ***Açık Deniz,*** 2007 Sezonu İzmir Bölgesi Kruvaziyer Turizmi Değerlendirmesi, 2007, İzmir, s:4

GÜNGÖRDÜ Ersin, **Türkiye'nin Turizm Coğrafyası,** Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s:8-108

GÜZEL Kamil, ***Kruvaziyer Turizmin Türkiye'deki Geleceği,*** Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 2006, s:10-13-20-26-28-29-32

İNCEKARA Ahmet, Selman Yılmaz, **Dünyada ve Türkiye'de Kruvaziyer Turizm,** İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2002, s:9-11-12-14-31-42-43-46

KELEŞ Ayşegül, **Sürdürülebilir Turizm Planlaması ve Türkiye'de Yat Turizmine Ekolojik Yaklaşım,** Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara, 2003, s: 56-57

KOCABIÇAK H.Yasemin, **Kuşadası'nda Yat Turizminin Bölgenin Ekonomik ve Turistik Gelişmesine Katkısı,** Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 1996, s:27-41

KOZAK Nazmi, Meryem, Metin, **Genel Turizm,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2001,s: 2-4-5-7-9-10-19-42-48

KOZAK Meryem Akoğlan, Hative Güçlü Nergiz, **Turizmde Etik,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2009, s: 21

MANCINI Marc, ***A Guide To The Cruise Line Industry,*** Thomson - Delmar Learning, Second Edition, Canada, 2004, s: 3-17-22-32-34-35-94-96-98-104

NARİN Meziyet, **Türk Turizmi Açısından Yat Limanlarının Yeri ve Önemi,** Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 2000, s:20-21-28-56

OLALI Hasan, **Turizm,** Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1986, s: 4-5-10-21-36-61-148

OLGAÇ Serkan, **Türkiye'deki Yat Limanlarından Elde Edilen Gelirlerin Türkiye Turizmine Katkısı,** Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2001, s: 5

Tourism New South Wales, **The NSW Cruise Market, A Discussion Paper,** 2006, s:17

Uluslararası Deniz ve Ticaret Dergisi, Ağustos Sayısı, 2009, s: 16-18

USTA Öcal, **Turizm,** Altın Kitaplar, İstanbul, 1995, s: 13-16-18-33-98

WARD Douglas, **Complete Guide To Cruising&Cruise Ship,** Berlitz Publishing, United Kingdom, 2010, s: 31-33-45-58-68-684

İnternet:

BABACAN Fatih Tuğçin, **Kruvaziyer Turizmin Türk Turizm Sektöründe Yeri ve Önemi,** 2007, www.kalkinma.org/raporlar/turizm

İSTİKBAL Cahit, **Dünya'da ve Türkiye'de Kruvaziyer Turizmi,** 2006, www.denizhaber.com

YERCAN Funda, **Kruvaziyer Gemi İşletmeciliği ve İzmir Limanı,** Bildiriler, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 2009, http://ius.imoizmir.org.tr/bildiriler

Devlet Planlama Teşkilatı, **İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,** s:602, www.dpt.org/planlar

Icf International, ***Hawai'i Cruise Study Final Report,*** **Cruise Study**, 2008, www.**hawaii**tourismauthority.org

Florida-Caribbean Cruise Association, ***Cruise Industry Overwiew 2009,*** http://www.f-cca.com/research

Florida-Caribbean Cruise Association, ***Cruise Industry Overwiew 2010,*** http://www.f-cca.com/research

Kruvaziyer Turizmi, 2009, http://www.gezikolik.com/tr/Genel_Bilgiler/Turkiye/KRUVAZIYER_TURIZM

http://www.cruising.org/vacation/about-clia

http://media.unwto.org/en/press-release/2011-05-11/international-tourism-first-results-2011

www.cruisecanaveral.com/rci-freedom

www.royalcaribbean.com/ships/class

www.dailymail.com.uk/travel

www.flickr.com/photos

www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/staterooms/suites

http://www.cruisereviews.com/forum/royal-caribbean-cruise-line/27062-rooms-overlook-promenade.html

http://en.wikipedia.org/wiki/Cruise_ship

http://tr.wikipedia.org/wiki/Gulet

http://www.marifor.com/showthread.php?t=2288

www.gezisitesi.com/cruise/uzakdoğu

www.schoonerman.com/christian_radich.htm

www.starcruises.com/super_star gemini.aspx

www.royalcaribbean.com/ships/class

http://sgb.kulturturizm.gov.tr/belge/1-90750/turizm-istatistikleri.html

http://unwto.org/en/about/unwto

www.ingilizceturkce.com/tourism

www.feribotseferleri.com/tarifeler

http://www.turkcebilgi.com/Feribot

http://www.tdkterim.gov.tr/?kategori=terimbul&kelime=rekreasyon
www.clemsworldcruise.blogspot.com

www.onlycruisestravel.com/caribbean_cruise

http://www.ymtvacations.com/find-a-vacation/by-destination/the-americas

www.cruising2mexico.com

www.ncl.com/nclweb/cruiser

http://www.friendlyplanet.com/vacation-packages/cruises.html

www.med-cruise-guide.com

www.hurtigruten.us/Europe-Cruise

www.istopoli.com/cruise

http://www.sitatours.com/Europe/Turkey/grand-danube-cruise.php

http://www.cruiseweb.com/AUSTRALIA.HTM

www.travellingtrossens.blogspot.com

www.cruisingholidays.co.uk/nile

www.shiptoshoretravel.org

http://www.tdi.gov.tr/?s=icerikDetay&icerikId=36

www.denizcilik.gov.tr/limanlar/istanbul

http://www.tcdd.gov.tr/home/detail/?id=275

www.wowturkey.com/forum/viewtopic.php

http://www.izmir.org.tr/IZTO/TC/IZTO+Bilgi

http://www.oib.gov.tr/bilgiedinme/bilgi_edinme.htm

www.cedgm.gov.tr

http://www.egeports.com/tr/statics.htm

http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=1631

www. dunyadevletleri.com/kıbrıs

http://www.egelife.com/default.asp?L=TR&mid=380&hcid=3&hid=109

www.clemsworldcruise.blogspot.com