

**TÜRKİYE’DEKİ KRUVAZİYER LİMANLARI VE  
KRUVAZİYER TURİZMİNE İLİŞKİN ÇÖZÜM  
ÖNERİLERİ**

**<sup>1</sup>Burak Şahin AKBALÇIK <sup>2</sup>Nurser GÖKDEMİR IŞIK**

**ÖZET**

*Kruvaziyer turizmi, yolcularına belirli bir tarihte ve rota dahilinde lüks, konforlu ve güvenli bir gemi ile ulaşım olanağı sunan bir seyahat türüdür. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’deki kruvaziyer turizmini ve kruvaziyer limanlarını değerlendirmek ve Türkiye’nin turizm gelirlerinin artırılmasına ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Çalışmada, İzmir, İstanbul ve Kuşadası’ndaki sektör temsilcileri ile görüşülmüştür. Söz konusu görüşmelerde, Türkiye’ye gelen kruvaziyer yolcularının sayılarının ve dolayısıyla ülkemizin turizm gelirlerinin artırılması ve gelen yolcuların süreklilik arz etmesi için yapılabilecek yeniliklere ve alınabilecek önlemlere yer verilmiştir. Kruvaziyer gemilerine sağlanacak devlet teşvikleri, limandaki ve liman çevresindeki esnafın daha donanımlı olması için eğitimler verilmesi, Bakanlık tarafından reklam ve sosyal medya kullanımının etkili kişiler aracılığıyla yürütülmesi, yurt dışına ihraç edilen dizilerde Türkiye görüntülerine yer verilmesi, ülkemizin tanıtımının doğru ve etkin olmasında büyük rol oynayacaktır.*

**Anahtar Sözcükler:** Kruvaziyer, Kruvaziyer Turizmi, Türkiye’de Kruvaziyer Limanları

**1. TÜRKİYE’DE KRUVAZİYER LİMANLARI**

Yüzyıllardan bu yana çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapmış olan bu topraklarda, birçok farklı kültürün izini ve o kültüre ait eserleri görmek mümkündür. Bu sebeple Türkiye’ye gelen turistlerin geliş sayılarını arttırmak için kruvaziyer büyük bir fırsattır. Özellikle tek seferde binlerce kişiyi bu bölgelere ulaştırması sayesinde hem yöre esnafına hem de ören yerlerine girişlerde yüksek miktarda döviz girişi sağlanmaktadır.

---

<sup>1</sup> Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, Lojistik ve Deniz Ulaştırma Tezsiz Yüksek Lisans Programı, İzmir  
[bakbalcik@outlook.com](mailto:bakbalcik@outlook.com)

<sup>2</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir  
[nurser.gokdemir@deu.edu.tr](mailto:nurser.gokdemir@deu.edu.tr)

Bu sebeple limanların varlığı ve yeterliliği çok önemli olup her geçen gün yeni yatırımlar ve projeler hazırlanmaktadır.

İnşa edilmesi düşünülen yeni bir kruvaziyer limanı için yapılacak fırsat analizleri ve fizibilite çalışmalarında en önemli başlıklardan birisi, liman yeri seçimidir. Liman yeri seçimini etkileyen birçok faktör olduğu gibi, alınan yer kararının limanın işletilmesinde ve limana olan talepte çok önemli etkileri vardır. Çok disiplinli bir konu olduğu düşünülen kruvaziyer limanı yer seçimini etkileyen faktörler altı ana başlıkta değerlendirilmiştir. Bu altı temel faktörün kapsamı şu şekildedir:

1. **Turizm:** Kültürel, tarihi ve doğal alanlara (cazibe merkezleri) yakınlık,
2. **Liman kullanıcıları:** Özellikle limanın ana kullanıcısı olan kruvaziyer gemi operatörlerinin istek ve beklentileri,
3. **Çevre:** Liman sahasının fiziksel, biyolojik ve kimyasal özellikleri,
4. **Sosyo-Ekonomik:** İş gücü, endüstri, ticaret ve eğitim düzeyi vb.
5. **Alt yapı:** Yeterli saha, ulaştırma, enerji, su, kanalizasyon ve minimum tesisler (yeme, içme, WC, otel vb.)
6. **Mühendislik Özellikler:** Oşinografik, topoğrafik, batimetrik, jeolojik meteorolojik, özellikleri.(IMO, 8. Kıyı Mühendisliği Sempozyumu, 2014)

Artan liman varlığı ile birlikte turist sayısının artması, şehir ve çevresinde yer alan gelen yolculara yönelik barlar, restoranlar, alışveriş imkanı sunan dükkanlar, ören yerleri ile yerel ekonomide bir artış görülmektedir. Gemi seyahati öncesi, sonrası ya da uğrak yapıldığı sırada liman kenti ve çevresinde gezen yolcuların yaptıkları harcamalar ile liman kentinde ekonomik canlılık sağlanmaktadır. (Akpınar ve Bitiktaş, Türkiye'deki Kruvaziyer Limanlarının Mevcut Durumu, Potansiyeli ve Gelişimine Yönelik Öneriler).

*“Kruvaziyer sefer rotaları, planlanan seyahat programları yanında, limanlarda ve yakınlarında sunulan hizmetler, yolcuların memnun kalacakları çevre gezileri, yeterli ve uygun hava yolu ulaşım ve imkanları gibi birçok farklı konu ve seçeneklerden etkilenmektedir”*(Martı, 2004: 199–211).

Kruvaziyer limanlarının bölgeye katkısının artması amacıyla limanlara *homeport* özelliğinin kazandırılması gerekmektedir. Bu özellik sayesinde turistler hem buldukları şehirde hem de ülkede daha fazla zaman geçirecek, kaldıkları otelde, çevre şehirlerde döviz akışının gerçekleşmesini sağlayacaklardır. Bu sebeple *homeport* özelliğinin ülke limanlarına sağlanması için liman içi ve çevresine oteller, liman alt ve üst yapısına yatırımlar, limanı ana yollara bağlayan yollarda yenileme ya da iyileştirmeler, raylı sistemin liman içine kadar ulaştırılması gibi projelere ağırlık verilmelidir.

Ayrıca kruvaziyer gemilerin limana uğramasından kaynaklanan pilotaj, römorkaj, gemi personeli liman harcamaları, gemilerin ihtiyaçları doğrultusunda yakıt ve kumanya temini, gerekli durumlarda gemi denetimi, yolcuların şehir turu ve gezileri için otobüs ve taksi gibi yerel ulaşım araçlarının kullanımı, gemi işlemleri için yerel acente kullanılması gibi olası gemi harcamaları da liman kentine katkı sağlamaktadır (Rodrigue ve Notteboom, 2012:1-26).

Kruvaziyer yolcularının ülkelere sağladığı bu büyük gelirlerden faydalanmak isteyen devlet ve özel işletmeler de kruvaziyer limanlarına yatırım yapmaktadır. Bunların başında İstanbul'da yapılması planlanan Yenikapı Limanı gelmektedir. Yap-İşlet-Devret yöntemi ile 120.000 metrekare kruvaziyer alanı ve 30.000 metrekare yolcu salonu alanı ile günde 20.000 yolcuya hizmet verebilecektir. Yenikapı Limanı'nın planlanan projesinde toplamda altı adet kruvaziyer gemisinin yanaşabileceği 3000 metre rıhtım alanı ile ülkeye yılda 2.7 milyon yolcu getirmesi planlanmaktadır.

Ülkemizde limanlar hakkındaki bir diğer proje ise İstanbul'da yenileme çalışmaları sona eren ve 2020'de kruvaziyer gemilerinin tekrar yanaşmaya başlayacağı Galata Port'tur. Galata Port, 2015 yılına kadar İstanbul'da hizmet verdikten sonra yenileme çalışmalarına alınmış olup 2020 yılında tekrar hizmete açılacaktır. 1,7 milyar euroluk yatırımla yenilenen Galata Port yılda 1,5 milyon yolcuyu ağırlamayı hedeflemektedir.

Bu teknolojiler sayesinde gemiden inen yolcuların rıhtım altından şehre ulaşabilmesi ve yolcu eşyalarının konveyör sistemi ile taşınması mümkün hale getirilmiştir. Toplamda 1000 metrelik rıhtım uzunluğu ile aynı anda üç geminin yanaşabilmesi planlanmıştır.

Diğer bir kruvaziyer limanı ise Kuşadası'nda bulunan Ege Port olup stratejik konumu sayesinde kara turları ile bölge esnafına büyük getiriler sağlamaktadır. Ege Port Kruvaziyer Limanının sekiz rıhtımı, 19374 m2 liman sahası genişliği, 2000 m2 terminal alanı, 3780 m2 otobüs park alanı, 75 otobüs kapasiteli park alanı, 2 adet tug bot, 1 adet pilot botu, 1 adet servis botu, 1 adet sıvı atık, 3 adet konteynerli katı atık kamyonu ve 1 adet forklift bulunmaktadır (Port of Kusadasi Berthing Plan Port of Kusadasi Pers Report, 2019).

Aynı şekilde Global Port'a ait diğer bir liman ise Bodrum Kruvaziyer Limanı'dır. En fazla 350 metrelik gemilerin yanaşabileceği max draftın 9 metre olduğu bu limanda toplamda 680 metre uzunluğunda dört rıhtım liman demirleme sahası mevcut olup tug bot, pilotaj, katı ve sıvı atık alımı ile fw hizmeti de verilmektedir. Ayrıca 1 adet terminal sahası ile 20 otobüslük park alanı mevcuttur.

İzmir'de TCDD Liman İşletmesi tarafından işletilen İzmir Alsancak Limanı, toplamda 1120 metre uzunluğunda 9 adet rıhtım, 1 adet 4456 m2'lik yolcu terminali ve otobüs park alanlarına sahiptir.

İzmir Alsancak Limanı'nda gemilere karadan fw hizmeti, gemi katı ve sıvı atık alımı yolcuların gemiden yolcu salonunda transferi için iki adet shuttle ile hizmet verilmektedir. Ayrıca tug boat, pilotaj ve mooring hizmetleri de mevcuttur.

## 2. TÜRKİYE'DE KRUVAZİYER TURİZMİ VE KRUVAZİYER LİMANI UYGULAMALARI

Çalışmanın bu bölümünde kruvaziyer turizmi ve Türkiye'deki kruvaziyer limanlarının durumunu belirlemek amacıyla ile ilgili sektör yetkilileri ile görüşülmüştür. Bu kapsamda araştırma soruları belirlenmiş olup araştırmanın örnekleme, amacı ve ülkemize katacağı değerlerden bahsedilmiştir. Bununla beraber araştırma yöntemi ve elde edilen veriler aktarılmış olup son bölümde de çözüm önerilerine yer verilmiştir.

Yapılan çalışmada aşağıda yer alan sorular, sektör yetkililerine yöneltilmiş olup görüşmelerden biri elektronik posta yöntemi ile diğer üçü yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara ait bilgiler

	YAŞ	GÖREV
K-1	41	Kruvaziyer operasyon yöneticisi
K-2	43	Dış ilişkiler koordinatörü
K-3	51	Deniz ticaret odası yetkilisi
K-4	41	Liman bölge müdürü

### 2.1 Araştırma Soruları ve Katılımcıların Yanıtları

Araştırma soruları aşağıda yer almaktadır.

1. Kruvaziyer sizin için ne ifade ediyor?
2. Türkiye'de kruvaziyer limanlarının yeterliliği hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
3. Kruvaziyer limanlarında sizce olması gereken özellikler nelerdir?
4. Sizce devlet özellikle hangi konularda kruvaziyer turizmine destek vermelidir?
5. Kruvaziyer limanı çevresindeki esnafa eğitim verilecek olsa hangi eğitimlerin verilmesini önerirsiniz?
6. Türkiye'de kruvaziyer turizminin en büyük problemi sizce nedir?
7. Sosyal medyanın T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kullanımının ülkemiz turizmine ne gibi katkıları olabilir?

**SORU 1: “Kruvaziyer sizin için ne ifade ediyor? sorusuna,**

**Katılımcı 1,** “Yüzen otelimizde, gözlerimizi açtığımız en doğal anımızda, yeni bir güne ve yeni bir ülkeye ‘Merhaba’ demenin konforunu ifade ediyor.”

**Katılımcı 2,** “Kruvaziyer benim için yenilik, zarafet ve öncelikle hareketli büyük bir ekonomiyi ifade ediyor.”

**Katılımcı 3,** “Kruvaziyer dünyada yeni sayılacak şekilde popüler olmaya başlayan, her sene %8 ile %10 arasında büyüme gösteren alternatif bir turizm şekli haline dönüşmüştür. Klasik, bildiğimiz turizm şeklinin dışında, yani deniz-kum-güneş, kayak veya dağ turizmi gibi değil; hepsini aynı anda yapabileceğimiz ve kruvaziyer yolculuğu sırasında dünyadaki birçok kültürle tanışabileceğimiz bir turizm şeklidir. Dolayısıyla bir turizmi şekli olan kruvaziyer bizim için özel bir konu haline gelmiş olup kruvaziyer konusunda derinlemesine çalışmalar gerçekleştirmeye çalışıyoruz. Kruvaziyer, sadece bir turizm şekli olmasının yanı sıra, uğranılan limanlardaki ticaretin gelişmesinde önemli katkısı olan, toplumun refahını yükseltici, ekonominin çarklarının daha hızlı bir şekilde döneceği bir sektör. Kruvaziyer bana bunu ifade ediyor.”

**Katılımcı 4,** “Çıkış noktasına baktığımızda kruvaziyer çok yeni bir şey aslında. Kruvaziyer, yani dünyada gemi ile yolcu taşımacılığı çok eski bir şey; insanlık tarihine kadar gideriz. Bir deniz vasıtasıyla bir insanı bir noktadan alıp başka bir noktaya taşımak, insanlık tarihi ile ölçülebilecek bir şey; ama modern anlamda kruvaziyer dediğiniz zaman, bunun bir turizm etkinliği olduğunu anlamaktayız. Turizmcilerin bu alanda çok başarılı olduğuna görüyoruz. Her ne kadar bu bir denizcilik tarafı olsa da ya da işin endüstriyel boyutu varmış gibi görünse de liman işletmeciliği açısından baktığımızda ya da gemi işletmeciliği açısından baktığımızda kabaca ikiye ayırıyoruz. Teknik bir yönetim mevcut diyebiliriz. Gemiye idame ettiren bir ekip var ve gerisi aslında bir otel işletmeciliği. Dolayısıyla müşteri deneyimi açısından ele aldığımızda, aslında bu bir turizm etkinliğidir. Ben turizm işletmeciliği mezunuyum. Hep deniz turizmi ile ilgilendim, bu işten önce on üç sene de marina işletmeciliği ve Türkiye'nin birçok marinasında marina müdürlüğü yaptım.

1919 ve 1931 yılları arasında Amerika'da alkol yasağı vardı. Alkol bulundurmak üretmek ve içmek yasaktı. Alkol yasağı sırasında Amerikalılar şunu düşündü; “Biz bu yasağı nasıl deleriz?” Bu sebeple yolcu taşıyan bir gemiyle Amerikan karasularının dışına, uluslararası sulara çıkıp insanların eğlendiği ve sonrasında geri dönebildiği organizasyonlar gerçekleştirdiler. Bu etkinlikler günlük seyahatler ile başlıyor; insanlar sabah çıkıp eğleniyorlar ve gece ya da ertesi sabah geri dönüyorlardı. Sonrasında gemilerin konforsuz olmasından dolayı biraz daha konforlu hala getirmek amacıyla masalar, sandalyeler konuyor. Sonra buna yemek ve eğlence de ekleniyor. En sonunda ise konaklama konulmaya başlanıyor. O dönemde New York çıkışlı olan bu seyahatler başlıyor. İlerleyen zamanlarda jet motorların icadı ile sekteye uğrayan

sektör bocalıyor; ancak 1950'lerden sonra yabancı turistlerin de bir yerden gemiye binip başka yere gitmesi şeklinde devam edip kruvaziyer turizmi, bir turizm hareketine dönüşüyor.

Gemi işletmecisi bu işi gemi çerçevesinden, acente acentecilik ve mevzuat anlamında, turları gerçekleştirecek şirket sadece turlar anlamında değerlendirir. Limancı olarak bakıldığında ise burası turistik bir tesistir. Bu anlamda havalimanından ayrıştığımızı düşünüyoruz. Kruvaziyer liman işletmeciliği, havalimanlarına çok benzer bir işletmeciliktir ama havalimancılığı, yolcu taşımacılığı özelinde bir iştir. Her ne kadar bugün içinde eğlence, yeme içme, dinlenme olsa da kruvaziyer deyince benim aklıma bir tatil modeli, bir tatil anlayışı geliyor.

Bir şeyin kruvaziyer turizmi, içinde konaklamanın olduğu, yeme-içme ve eğlencenin yer aldığı, farklı limanlara uğranılabilen, en az üç gece ile başlayan ve dünya turuna kadar sürebilen seyahat türüdür. Bu klasik tanım benim de arkasında durduğum bir tanım. Benim açımdan kruvaziyer bu demek.

Turizm hareketleri içinde en hızlı büyüyen segment, kruvaziyerdir. Dünyada kruvaziyer, çok önemli ve içinde milyarlarca insanın olduğu bir sektör. Günümüzde bir milyarı geçen bir yolcu hareketi var ve bunlar içerisinde kruvaziyer aslında çok küçük bir alanı kapsıyor. Otuz milyon insanın katıldığı bir sektörden bahsediyoruz. Dolayısıyla kendi içinde çok küçük; fakat prestij ve ekonomiye katkı anlamında da çok büyük bir sektör. Arkasında 50 milyar euronun üzerinde bir ekonomi yaratan gemi inşa, kumanya, tamir-bakım ve yakıt sanayilerinde doğrudan ve dolaylı olarak yarattığı istihdam ile çok büyük bir sektör. Günümüzde 1,5 milyar euroya gemi inşa edilmektedir. Kruvaziyeri kendi açımdan bu temellere oturtabilirim." şeklinde cevap vermiştir.

## **SORU 2: "Türkiye'de kruvaziyer limanlarının yeterliliği hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?" sorusuna,**

**Katılımcı 1,** "Maalesef genel olarak bu sektörde önemli bir eksikliğimiz limanlar. Limanlar, turistlerin ilk adımlarını attıkları, o ülkeye ait ilk izlenimlerini oluşturduğu yerlerdir. Sokak kapısı çok eski, konforsuz, kir pas içinde olan bir eve ilk defa geldiğinizi düşünün. O an ister istemez, ev ile ilgili aklımızda bir önyargı oluşacaktır. Bu çok önemli bir konudur."

**Katılımcı 2,** "Türkiye'de tam anlamıyla kruvaziyer limanı diyeceğimiz liman sayısı az. Kruvaziyerde asıl kazananın şehir ve ülke olduğunu ve kruvaziyer turizminin yılın on iki ayına yayılmadığını da düşünürsek çok büyük yatırımlarla liman işletmek, çok karlı bir işletim metodu olarak görünmüyor."

**Katılımcı 3,** "Geçtiğimiz yıllarda yaşanan, yani özellikle 2003-2013 yılları arasında Türkiye'deki kruvaziyer gelişmesinde etken olan nokta terminallerimizdi. Kruvaziyer şirketlerinin aradığı en önemli nokta

yanaşabilecekleri, tarihi dokuya, ticari dokuya bir an önce ulaşabilecekleri, kruvaziyerin kaldığı süre boyunca misafirlerine mümkün olan en iyi hizmetleri alabilecekleri terminalleri sağlamaktır. Dolayısıyla 2003-2012 yılları arasında artarak devam eden sayılar, maalesef Türkiye açısından olumsuz güvenlik algısından ve probleminden dolayı git gide düşmüştür; fakat bu düşüşte rol oynayan bir başka faktör daha vardır. İstanbul'daki limanın tekrar inşa edilmeye başlanması ve inşaatın devam etmesidir.

Diğer limanlara baktığımızda İzmir Limanı bir yük limanı; sonuçta bir yolcu salonu var ve orda hizmet verilmeye çalışılıyor. Antalya, Bodrum ve Marmaris, özel sahipli limanlar olmalarından dolayı daha derli toplu bir durumda. Dünyaya baktığımızda sadece kruvaziyer limanı olarak hizmet veren limanlar da var, hem yük limanı hem de kruvaziyer limanı olarak hizmet veren limanlar da var. Hem yük hem kruvaziyer limanı olanlar, birbirlerinden ayrı noktada değiller; ama uyum içinde çalışıyorlar. Kruvaziyer yolcusunun ya da kruvaziyer şirketinin istediği teknik ihtiyaçlar ve onların daha rahat giriş çıkış yapmaları, pasaport işlemleri gibi güvenlik işlemlerinin yapıldığı noktaların mümkün olduğunca kullanıcılara hitap edilecek şekilde organize olması gerekmektedir. Bu yüzden İzmir Limanı'nın derlenip toparlanması için birtakım düzenlemeler yapılacağını düşünüyoruz. Diğer yandan İstanbul Galata Port, dünyanın en iyi kruvaziyer limanlarından biri haline dönüşecek. Zaten Kuşadası, yıllardır bu hizmeti vermeye devam ediyor. Hatta ülkemizde güvenlik algısından dolayı yolcu sayısı düşmüş olsa bile Kuşadası'nda hiçbir zaman İzmir ve İstanbul gibi sifira inmedi ve 2021 yılında sadece Kuşadası'nın 1 milyonun üstünde yolcu ağırlamasını bekliyoruz.

Onun için terminaller konusunda bir miktar zayıf olsak da bunu engellemek için yeni projeler ve yatırımlar yapılıyor. Sanıyorum ki Yenikapı Terminalinin bu sene içinde projeleri gerçekleştirilecek ve belki de ihale aşamasına gelecek. Dolayısıyla bu konularda da çalışmalar devam etmektedir.”

**Katılımcı 4**, “Aslında Türkiye’de yüzden fazla liman tesisi var ama belgeli, adına liman diyebileceğimiz doksan küsur tesis bulunuyor. Bunlar içinde sadece kruvaziyer liman işletmeciliği yapan çok az tesis var. Kuzeyden başladığımızda Galata Port sadece kıyı tesisi; elleçleme izninde sadece yolcu elleçleme hakkı olan bir tesis. Aşağıya indiğimizde Çeşme bunlardan biri diyemiyoruz; çünkü Çeşme'nin ana faaliyet alanı Ro-Ro. Güneyde Kuşadası ikinci ve Bodrum üçüncü liman. Marmaris dördüncü, beşinci sırada da Alanya var. Yani Türkiye’de sadece münhasıran kruvaziyer liman işletmeciliği yapan veya yolcu limanı diyebileceğimiz o zemine oturan çok az tesis var. Türkiye'nin en iyi döneminde 23-24 limana kruvaziyer yanaşır; ama bu limanların birçoğu kruvaziyer limanı değildir. Trabzon Limanı bir kruvaziyer limanıdır diyemeyiz, İzmir Limanı bir kruvaziyer limanı değildir; yolcu salonu, ayrı rıhtımları ve diğer karma

limanlara göre daha fazla derli toplu olsa da tam anlamıyla kruvaziyer limanı diyebileceğimiz liman sayısı fazla değildir.

Bugün denize kıyısı olan beldeler kruvaziyerlerin yavaşmasını istiyor. Ancak bizim Türkiye’de başarılı olmuş modellere bakmamız gerekiyor. İstanbul, kruvaziyer turizmde çok başarılı bir model; çünkü İstanbul çok önemli bir şehirdir. Bana göre dünyada üç kadim şehir vardır. Birincisi Kudüs’tür, ikincisi İstanbul ve üçüncüsü de Roma’dır. Başka kentler de var; ancak medeniyet tarihi ile boy ölçüşebilecek birçok unsuru içinde barındıran az sayıda şehir vardır. İstanbul bunlardan biridir. Bilinçli tüketici bunu iyi biliyor; İstanbul’un başlı başına kendisi turistik bir üründür. Dolayısıyla akla şu geliyor; ortada bu kadar güçlü bir ürün varsa İstanbul’da bir kruvaziyer faaliyeti olmak zorundadır. Galata Port, bunun çok az bir kısmını karşılıyor. Barselona Limanı, 1993’teki olimpiyatlardan önce kruvaziyer gemilerinin yavaştığı bir liman değildi. Turistik bir şehir olmasına ve denize kıyısı olmasında rağmen gemiler yavaşmıyordu. Bu nedenle bugün Barselona’ya 2,5 milyon turist geliyorsa, İstanbul gibi daha güçlü olan ürüne tarihsel, dinsel, kültürel alanda çok daha güçlü olan bir şehre yaklaşık 4 milyon yolcu gelecek olması normaldir; ama bu potansiyelin Galata Port ya da TDİ’nin Sarayburnu tesisi ile karşılanması çok zor. O yüzden bugün Yenikapı Limanı projesi konuşuluyor ve eninde sonunda bu pazar, İstanbul’da kurulacak.

Bugün THY, İstanbul Havalimanı sayesinde dünyada en fazla noktaya uçan hava yolu şirketidir. Bu sebeple biz dünyanın her yerinden insanları İstanbul’a getirip gemiye de İstanbul’dan bindirip onlara Karadeniz, Ege ve Akdeniz eksenli bir tur yapabiliriz. Zira İstanbul, çok önemli bir merkezdir. Nitekim bugün Avrupa’daki hiçbir şehir, doğrudan uçuş bağlantısı anlamında İstanbul kadar iyi değil.

Bununla birlikte bir yerde turn around limancılığı yapmak için üç ana unsur lazım. Birincisi ve olmazsa olmazı, doğrudan iyi havalimanı bağlantısıdır. İzmir neden turn around limanı olamıyor? dersenez; çünkü direkt uçuşlar çok kısıtlı. İkincisi çok iyi bir otelcilik alt yapısının olması gerekir; mesela on bin yataklı otel kapasiten olmalı. Son olarak da turn around limanı karşılayabilecek kadar uygun bir liman tesisin olacak.

Türkiye’nin turistik ve tarihi yönlerini öne çıkarmaya ihtiyacı olduğu kanısındayım. Bana göre Karadeniz bölgesinde iki tane önemli liman var. Birincisi gerçekten Trabzon Limanı; çünkü Trabzon, hem dini anlamda hem de kültürel anlamda önemli referansları olan bir kent; dolayısıyla Trabzon’da mutlaka bir yolcu limanı olmalıdır. Keza Sinop da çok önemlidir. Sinop’un tarihi, Amazon kadınlarına bağlanabilir; nitekim burası antik bir limandır ve buradan bir hikaye üretilebilir. Batıda Çanakkale var. Çanakkale iki sebepten dolayı çok önemlidir; birincisi hem tarihsel hem de mitolojik anlamında Truva hinterlandıdır. İkinci olarak 1. Dünya Savaşı’nın çok önemli bir cephesinin laboratuvarı ve oyun alanıdır. Devam ettiğimizde Efes’in bulunduğu, Kuşadası ve İzmir var; ikisini ayrı



düşünemeyiz. İzmir'in Efes'e yakınlığı dışında, bir de Bergama avantajı vardır. Bergama yine hem mitolojik hem de dinsel anlamda önemli bir noktadır. Hristiyanlığın ilk yedi kilisesinden biri Bergama'dadır, bizim topraklarımızdadır. Güneye doğru indiğimizde Fethiye çok önemlidir. Kayalara oyulmuş kral mezarları, terk edilmiş Rum köylerinden biri olan Kayaköy, doğal güzellikleri ve antik tarihi ile Fethiye çok önemli bir yere sahiptir.

Dünyada iki tip liman vardır; bir şöhretli limanlar, iki dolgu limanlar. Türkiye ve Yunan adaları çok kıymetlidir; çünkü nerdeyse hepsi şöhretli limanlardır. İkinci olarak dolgu limanlar yer almaktadır. Örneğin Bodrum bir dolgu limandır. Dünyada yatçılık anlamında da önemli bir yere gelmektedir. Henüz Mykonos seviyesinde olmasa da o noktaya doğru ilerlediğini görmekteyiz.

Kruvaziyer turizminin henüz kıymeti anlaşılmış değil. Dolayısıyla şuna bakmalıyız; burada gösterge aslında nicelik değil. Günümüzde İtalya ve İspanya'da yirminin üzerinde kruvaziyer limanı var ve bunların hiçbiri münhasıran kruvaziyer limanı değil. Barselona koca bir limandır bakıldığında; zira hem konteyner hem kruvaziyer vardır içinde; ama kruvaziyer limancılığını doğru yerde konumlandıramamıştır.

Öte yandan 'Türkiye'de kruvaziyer liman sayısı azdır' demek doğru olmaz. Türkiye'de hala bu konuda envanterin çıkarılmamış olması yanlıştır. Denize kıyısı olan şehirlerimizde arkadaki güçlü ürünü tespit edip onlara kapı olabilecek noktaya kruvaziyer limanı yapılması gerekmektedir. Kruvaziyer turizmini, yalnızca kruvaziyer limanı yaparak geliştiremeyiz. Bunun anahtar noktası bu değildir. Bu bir turizm hareketidir. Biz de en başında bunun bir turizm olgusu olduğunu kabul etmeli, insanların buraya gelme motivasyonunun o turistik ürünler olduğunu anlamaya çalışmalıyız. Ülkemizdeki en güçlü turistik ürünleri keşfedip onlara en yakın deniz kapılarını oluşturma fikri ile hareket edersek doğru bir analiz yapmış oluruz. Bu yönüyle değerlendirdiğimizde Türkiye'de doğru noktalarda konumlanmış limanlar vardır; ancak bunların kapasite sorunları bulunmaktadır. Örneğin; İstanbul'un potansiyelini karşılayacak bir proje sunulmamaktadır. Atlanmış yerler vardır. Çanakkale, Fethiye gibi... Onun dışında da dolgu limanlara da ihtiyaç vardır. Mesela İskenderun'da da olmalı; çünkü Doğu Akdeniz çanağı önemli bir çanaktır. O bölgede ayrı bir tur programı yapılabilir. Lübnan, Suriye, İsrail, Mısır, Kıbrıs'ın yer aldığı bu bölge, çok önemlidir.

Türkiye'de bu iş için ciddi potansiyelimiz var; ama böyle bir potansiyel var diye her yere liman açmamız da mümkün değil. Dolayısıyla biz bir envanter belirleyeceğiz ve o envantere göre doğru kapılar, doğru yerler seçmeliyiz; çünkü bu işin içine lojistik de giriyor. Erişebilirlik çok önemlidir. Yapılan bir limana dış kaynakların ve öz kaynakların ulaşılabilir olması gerekmektedir. İyi bir hinterlant belirlediğimizde, sorulması gereken soru 'Bu limanı nereye kuracağız?' olmalıdır. Bu süreç, en iyi

ulaşım olanaklarına sahip, yolcuların konforunun sağlanabileceği, gemilerin emniyetli bağlanmasının göz önüne alındığı, deniz ve hava koşullarının ve oradaki doğal yapıların işin içine girdiği bir karmaşık bir karar sürecidir. Bunları doğru değerlendirdiğimiz zaman ancak doğru kararı verebiliriz; çünkü bunun azdır ya da çoktur diye bir cevabı yoktur.” şeklinde cevap vermiştir.

**SORU 3: “Kruvaziyer limanlarında sizce olması gereken özellikler nelerdir?” sorusuna,**

**Katılımcı 1,** “Öncelikle yolcunun gemiden rıhtıma ilk adımını attığı andan itibaren o yolcunun sağlığı ve güvenliği o ülkeye emanettir. Rıhtımların insan sağlığını ve konforunun düşünülmesi, en önemli husustur. Genelde kruvaziyer yolcu gemilerinde yaşı ilerlemiş yolcu sayısı oldukça fazla oluyor. Bu misafirlerimizin liman içerisinde güvenli ve konforlu şekilde terminallere ulaşması çok önemlidir. Bu anlamda rıhtım düzenlemeleri ve liman araçlarının organize edilmesi gereklidir.”

**Katılımcı 2,** “Kruvaziyer limanında birinci öncelik, gemilerin yanaşacağı uygun şartlarda fiziksel bir rıhtım ve yolcu giriş çıkış işlemlerinin yapılacağı, yeterli büyüklükte bir terminal binasıdır. Bununla beraber tur otobüslerinin ve bireysel yolcu çıkışlarında ihtiyaç duyulan taksi veya Vip araç park alanları kruvaziyer limanların temelini oluşurmaktadır.”

**Katılımcı 3,** “Yolcunun mutlu olması, iniş ve binişlerde homeport noktası olan limanlarda rahat bir hizmet alacağı teknik yapının oluşması lazım. Trafikten uzak, aynı zamanda her türlü ulaşım araçlarına yakın, otoparkların fazla olduğu bir düzen içinde hareket edilebilen bir yapıda olması gerektiğini düşünüyorum.

Dünyadaki birçok limanda olduğu gibi, gemiden ayrılan yolcuların körük sistemi ile tahliye edildiği, körük sistemleri içinde havalandırmaların olduğu, gemiden ayrıldıktan sonra yolcuya kendini iyi hissettirecek her türlü alt yapının mevcut olduğu limanlar inşa edilmesi gerektiğini düşünüyorum.”

**Katılımcı 4,** “Bir limanın temel özelliklerini belirleyen faktör, bulunduğu coğrafyadır. Limanın konumu da coğrafya ile doğrudan bağlantılıdır. Liman inşa etmeye karar verildiğinde de dikkate alınan ilk unsur coğrafya olduğundan o limanın kaderini de bulunduğu coğrafya belirleyecektir. Eğer bulunduğun coğrafya, arkadaki güçlü turistik ürüne hitap ediyor ancak etrafında bir havalimanı ya da konaklama olanakları yoksa o limanın kaderi bellidir. O liman bir uğrak limandır, bir transit limandır.

Bugün Kuşadası için bir turnaround limanı hayali kurmak zor; ancak maddi imkân varsa havalimanı yaparsın, yollarını geliştirirsin, konaklama seğeneklerini arttırarak teorik olarak bir turnaround limanına dönüştürebilirsin. Böylelikle Kuşadası’nı da Ege’den iyi bir çıkış noktası

olarak kullanabilirsin; ancak mevcut şartlar dahilinde Kuşadası bir uğrak liman, transit limandır. Bunu da belirleyen coğrafyadaki kaderidir.

Bu nedenle bir kruvaziyer limanın ne tür özellikleri olması gerektiği fikrine konumundan başlamalıyız. Mevcut bir liman ya da yeni bir liman inşa fikrimiz varsa coğrafya ve hinterlandındaki elementlere bakmak zorundayız. İzmir Limanı, Kuşadası Limanı'na göre turnaround limanı olma durumuna daha yakındır. Öncelikle büyük bir metropolün içinde yer alması ve çeşitli imkanlar sağlaması yönünden önemlidir. Bu durum gemi açısından hem kumanya hem de tamir bakım anlamında büyük bir şehrin getirdiği nimetlerdir. Kaynaklara yakın olmak ve etkin kaynaklara sahip olmak son derece kıymetlidir. Bunun yanı sıra İzmir Limanı, uluslararası bir havalimanına da sahiptir. Keza İzmir Limanı yetersiz olsa bile şehir, otelcilik alt yapısına sahiptir. Kısaca yağ var, şeker var, un var, helva yapılması lazım.

Liman içinde daha düzgün yani turnaround limancılığa uygun bir yolcu terminali yapılması durumunda teorik olarak bu işe başlanabilir. Bu kavramlar içinde karıştırılan bir kavram var; o da homeport kavramı. Homeport bir geminin turnaround limanı değildir; homeport, geminin doğduğu limandır. Bu sebeple dünyada iki tür liman vardır: Turnaround limanları ve transit (uğrak) limanlar. Bu temel ayrımı yaptıktan sonra 'İdeal bir transit liman nasıl olmalıdır?' sorusu cevaplanmalıdır.

Zadar'da 200 milyon euroluk bir liman yatırımı var; bunun kruvaziyer ayağı ise 30 milyon euro. Kuşadası yolcu limanı, 20.000 metre kare büyüklüğünde ve 2000 metre kare taban alana sahiptir. Zadar ise; 12000 metre karelik bir alana sahip olmasına rağmen Zadar'da bulunan havalimanı son derece küçük ve Avrupa'nın hiçbir yerine doğrudan uçuşu bulunmuyor. Gemi firmaları bize diyorlar ki 'Zadar bir feeder port. Şehir içinde de tam anlamıyla turistik bir alan yok. Biz Zadar'ın turnaround olarak pazarlamasını yapabiliriz; ama havalimanı yok, otel yok şehirde sadece kapasitesi en fazla otuz odalı butik oteller var. Gemi limana geldiğinde ve yolcular şehirdeki otellerde kalmak istediklerinde nerede konaklayacaklar?' Gemi firmalarının kafasında şöyle bir plan var; transit liman basit bir operasyon. Yolcu, hinterlanddaki bölgeyi gezecek ve alışveriş yaptıktan sonra gemiye dönecek. Ben de hızlı bir şekilde programıma devam edebileceğim. Gemi işletmecisinin kafasındaki operasyon, bu kadar yalındır.

Öte yandan onların bakış açısı ile bizimkisi farklı. Bir gemi işletmecisi ile bir liman işletmecisine 'Liman nasıl olmalı?' diye sorduğunda farklı cevaplar alırsın. Bize göre liman da bu tatil deneyiminin bir parçası olmalı. Gemiden indikten sonra otobüse kadar geçen sürede onun tatil deneyimini, yaşadığı şehrin tarihsel yapısıyla tertemiz bir limanda devam ettirmesini istiyoruz. Ayrıca liman tesisinin içinde ya da çevresinde zaman geçirebileceği, kültürel ürünlerin ve tasarımların, yöresel lezzetlerin olduğu yerler bulunduğunu da görsün, değerlendirsün.

Bu yüzden biz de liman tesislerini güzel bir deneyim olarak değerlendirip sunmalı ve bundan ekonomik anlamda da yararlanmalıyız.

Bu nedenlerle günümüzün limancılık modelinde adı ister transit liman olsun, ister turnaround limanı olsun bir liman tesisinde bir deneyim sunması gerekiyor. Aslında yapılanma fikrimizi bu düşünce yapısı üzerine oturtmalıyız. Biz öyle liman tesisleri yapmalıyız ki hem o şehrin dokusunu sunmalı hem de insanların aklında kalmalıyız.

Tüm bunların dışında işin bir de teknolojik ve teknik boyutu var. Biz burada gemini kendini emniyetli hissedeceği, atık su gibi temel ihtiyaçlarını karşılayacağı, yolcular için güvenli ve konforlu alanlar yaratmalıyız. Tabii ki bu işin teknik alt yapısında olmazsa olmazlar bulunuyor. Örneğin buradaki alt yapı düzgün olmalı ve endüstrinin ihtiyaçlarına karşılık verebilmelidir.

Liman tesisleri, yolcuya hatta gemiye de deneyim sunabilmelidir. Buraya yavaşan bir gemiye *hold cleaning* hizmeti verebiliyorsam bu, gemi için bir deneyimdir. Tesis, gemi yıkama hizmeti ve *shore power* sunabilmelidir. Yani tesis, hem yolcuların hem de geminin iyi bir deneyim yaşamasını sağlamalıdır.” şeklinde cevap vermiştir.

**SORU 4: “Sizce devlet özellikle hangi konularda kruvaziyer turizmine destek vermelidir?” sorusuna,**

**Katılımcı 1,** “Devletimiz bu konuya, ülke imajı ve tanıtımı için çok önemli bir proje olarak bakmalıdır. Yani kruvaziyer turizmi ile elde edilecek devlet gelirlerinde indirimler yapılarak daha fazla sayıda geminin gelmesi teşvik edilmelidir. Sonuçta yabancı bayraklı bir kruvaziyer gemisinin gelmesi ile yolcuların ülkemizde harcadıkları her döviz, vatandaşların yeni iş kolları ile kazanç sağlamasını ve paralelinde birçok iş kolunda istihdamı sağlayacaktır. Bu açıdan düşünüldüğünde; ülke imajının ekonomiye vereceği bu katkı, hazineye vereceği katkıdan çok daha fazla etkili ve önemlidir.”

**Katılımcı 2,** “Ülkemizin öncelikli bir kruvaziyer politikası olmalı. Özellikle devlet rüsumları sağlık ve fener gibi ücretler, kruvaziyer şirketlerinden yıllık vergi olarak tahsil edilmeli ve konu kruvaziyer şirketlerine ait gemilerin ülkemizde daha fazla liman uğrağı yapmaları teşvik edilmelidir.”

**Katılımcı 3,** “Kruvaziyer limanı ve yük limanı olarak hizmet eden limanlarda kruvaziyer limanı, para kazandıran bir noktada değildir. Bu sebeple limanların desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum. Kruvaziyer limanlarında asıl parayı esnaf kazanmaktadır. Yolcu dışarı çıkacak, tarihi ören yerlerine gidecek, dışarıdan hizmet satın alacak, taksicisi, restoran ve kafe sahibi para kazanacak. Bu nedenle ayakbaşı paralarının haricinde, çevresinde bir alışveriş merkezi mevcut değilse limanların gelir elde etmeleri çok mümkün değildir.

Kruvaziyer aynı zamanda bir tanıtım materyalidir. Dünyanın her yerinde kruvaziyer ile gelen insanlar, ülkemizi tanıyorlar ve ülkelerine döndüklerinde bunu anlatıyorlar. Bu durumun daha büyük bir potansiyelle ülkemize geri dönme ihtimali olduğundan, gelen yolcuların mutlu olacağı bir hizmet alması gerekmektedir.

Şu bir gerçek ki Türkiye’de liman masrafları, maalesef kruvaziyerin dışında yük gemisi açısından da yüksek; sadece eğitim ve okul gemilerinde indirim var. Bunların tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Örneğin; yanaşma ve kalkışlarda gemilerin yeterli manevra kabiliyetini karşılaması durumunda, römorkör ücretlerinde %50’ye varan oranlarda bazı indirimler yapıldı. Yurt dışında yapılan bazı indirimler araştırılarak ülkemizde de fener ücretlerinin yılda bir kez alınması gibi indirimler yapılabilir. Bunların hepsi, kruvaziyerlerin ülkemize gelmesi için birer teşvik sebebidir. Şu an 2019 yılının sonuna kadar devam eden, ama sonrasında da devam edeceğini düşündüğüm, yolcu başına sezonda daha düşük ama sezon sonunda daha yüksek olan ortalama \$30.35 bir teşvik sistemi mevcut ve bu, tüm ülkeye yayılmış durumda. Bu sebeple yaptığı çalışmalardan dolayı devletimize de teşekkür etmek gerekmektedir.”

**Katılımcı 4,** “Türkiye'deki özel sektörün aslında devletin desteğine çok da fazla ihtiyaç duymadığını düşünüyorum. Desteklenmeye ihtiyacı olan belli sektörleri bunda istisna tutabiliriz. Temelde desteğin ekonomik bir anlamı vardır. Bu da şu demek; benden vergi almasın, bana elektriği ucuza, hatta bedava versin. Yetmiyor, üstüne para versin, ekipman alabileyim. Yani aslında destek dediğimizde, genel olarak ekonomik anlamda destekten söz ediyoruz.

Hemen her sektör ekonomik destek almak ister. Bugün turizm sektörü de bedava arazi ister ki otel yapabilsin; vergiden muafiyet ister ki istihdamını arttırabilsin vs. Bildiğimiz klasik destekler dışında bu sektör de vergi avantajı, enerji maliyetlerinde indirim, istihdam anlamında devletin birtakım vergilerinden muafiyet ister. Devlet bu sektörü teşvik edecekse -ki biz özel sektörden bahsediyoruz- bu sektör Türkiye'de kruvaziyer turizmi sektörüdür ve içindeki limanı, gemi işletmecisi ve acentesiyle hepsi özel şirketlerdir.

Devlet bu sektörü teşvik edecekse özel sektörün birtakım gelirlerini kısararak bu teşviki sağlayamayacaktır. Örneğin kruvaziyer gemilerine geminin baş ve kıç iterine, geminin römorkör ücreti ödememesine yönelik bir muafiyet getirildi. Bu muafiyet getirilmeden iki yıl önce, limanlarımıza dev gemilerin geldiği ve römorkörlerimizin kapasitesinin yetersiz olduğu belirtildi. Bunun üzerine 8 milyon euro gibi yüksek rakamlar ödenerek römorkörler alınmak zorunda kalındı. Römorkörler alındıktan iki yıl sonra ise teşvik mahiyetinde gemilerin bundan muaf olmasına karar verildi; çünkü gemi işleticisinin ya da gemi acentesinin talebi doğrultusunda hareket edildi, liman işletmecileri

dinlenmedi. Bir yandan olumlu bir şeyler yapılıyor; ama bir yandan da zarar veriliyor. Daha çok gemi gelmesi için muafiyet getirildi ve gemi firmalarının masrafı azaltılmış oldu. Ancak diğer taraftan, benim para kazanma kabiliyetim azaldı. Bu tarz kararlar alınırken liman işletmecisinin yanında devletin kendi kaynaklarında da yani fener ücreti, sağlık rüsumları gibi alanlarda da muafiyetler getirmesi gerektiğini düşünüyorum.

Sonuç olarak sektörün bir paydaşına iyilik yaparken başka bir paydaşına zarar verilmemeli. Yani aslında sektörü iyi tanımamaktan, bütün paydaşların görüşlerine hakim olmadan yasal düzenlemeler yapmanın bize bir zararı var. O yüzden sektörün paydaşlarını tanı, yeterince tanıyorsan da lütfen kendi alanında muafiyetler tanı, teşvikler yap. Misal fener ücretini kaldır, sağlık resmini kaldır, liman işletmecisine de yeşil liman olma şartı ile vergide ya da elektrik indiriminde muafiyetler tanı.

Devlet, tanınan muafiyetler anlamında, kendi gelir kalemlerinde birtakım indirimler yapabilir; ancak bunların dışında yapmaya kalktığı her şey, özel sektörden bir şeyleri eksilteceği anlamında gelmektedir. Yaşadığımız şey tam da bu aslında.” şeklinde cevap vermiştir.

**SORU 5: “Kruvaziyer limanı çevresindeki esnafa eğitim verilecek olsa hangi eğitimlerin verilmesini önerirsiniz?” sorusuna,**

**Katılımcı 1,** “Yabancı dil eksikliğimiz ülkemizin genel sorunudur. Ancak birçok noktada sıcakkanlı olmamızla bir nebze de olsa bunu aşabiliyoruz. Bana sorarsanız bu problemde daha ciddi olanı; gelen turist için “Nasıl bir daha gelmez” algısıyla turistlere satılan ürün veya hizmet karşılığı alınacak ücretin yükseltilmesi ve turistlere ‘yolunacak kaz’ gözüyle bakılmasıdır. Fiyatlandırma konusunda sabit ve ahlaki olmayan talepler, ülkemiz imajını baltalayabilmektedir. O ‘Nasıl bir daha gelmeyecek’ denilen yolcu, gemiye döndüğünde, gördüğü o muameleyi diğer yolcularla kruvaziyer ile ilgili forum sitelerinde ve sosyal medya aracılığıyla milyonlarca kolaylıkla paylaşabiliyor. Bu da ülkemize gelmeyi planlayan diğer muhtemel yolcular için ülkemiz ve esnafı hakkında kötü imaj oluşturuyor.”

**Katılımcı 2,** “İletişim ve tabii ki yabancı dil eğitimi verilmesi gerektiğini düşünüyorum.”

**Katılımcı 3,** “Öncelikle bir sıralama olsaydı birçok madde söyleyebilirdik. Türk kültür ve ahlakının dışındaki kılık kıyafet, konuşma tarzı ve ticari kaygılarla yapılan hareketlerin sonlandırılması, esnafın psikolojik testlerden geçirilmesi, yabancı dil eğitimi, belirli bir fiyat tarifesi dışında hareket edilmemesi gerektiğini düşünüyorum. Keza rekabet koşullarına aykırı bir çalışma içinde olmamalarını da önemli buluyorum.

Esnafımızın Türk misafirperverliğini göstermeleri gerektiğini düşünüyorum. Aslında bununla ilgili İzmir’de taksicilere, faytonculara, şoförlere eğitimler verildi; ancak pek başarı sağlanamadı. Bu yüzden genel anlamda günü kurtarmak adına çalışmamak gerekiyor. Dünyanın bazı

destinasyonları var ki sadece kruvaziyerden geçiniyor; bu sebepten geçim kaynağı sadece kruvaziyer olan esnaflar, daha bilinçli hareket ediyorlar. Dolayısıyla bizim de bu bilinci onlara aynı şekilde vermemiz gerekiyor. Kurallara uygun hareket edilirse, daha derli toplu ve temiz olunursa, saygılı ve nazik davranılırsa başarılı olabilirler. Yolcu ülkeye geldiğinde ilk olarak otorite ve esnafla karşılaşılıyor. Bu sebeple ilk temas, son derece önemlidir.

Eğitim dışında denetim de yapılmalıdır; gerek belediyeler gerek kolluk kuvvetleri ile önlem alınıp çeşitli yaptırımların uygulanması gerekmektedir. Sadece şoförlerin değil; esnafın da denetlenmesi gerekmektedir. Menülerde fiyatların yer alması ve denetlenmesi, hijyen kontrolü gibi önlemler alınmalıdır. Kısacası eğitimin yanında denetlemelerin de sıkça olması gerektiğini düşünüyorum.”

**Katılımcı 4**, “Bu soru, yolcunun destinasyonu ile ilgili aslında. Destinasyonun asıl sahibi, içinde yaşayan insanlardır; ama daha idari bir tanım getirirsek aslında belediye, kaymakamlık, emniyet gibi kamu otoriteleri ve kamu düzeninden sorumlu kim varsa hepsini içeren bir konu bu.

Bununla birlikte Türkiye'nin genelini değerlendirdiğimizde görüyoruz ki alışveriş, Türkiye ile özdeşleştirilmiş. İnsanlar Santorini'ye gidince alışveriş yapma düşüncesi olmuyor; ancak Türkiye gelen insanlar, burada alışveriş de yapıyor. Türkiye'nin şanslı olduğu alanlar var; halı, kuyumculuk, deri, tekstil, hediyelik eşya vs. Türkiye'ye gelen insanlar, turistik yerleri gezmenin yanında alışveriş için de geliyor. Ürünlerin ucuz ve kaliteli olması, ilginç ürünler bulunabilmesi son derece değerli bulunuyor.

Alışverişin bu kadar ön planda olması, değerlendirmemiz gereken bir başka unsura yönlendiriyor: Esnaf. Ülkemizde çok fazla lisanssız ürün var ve bu durum, çok yaygın. Piyasaya bakıldığında lisanssız ürünün iki farklı uygulaması var; birincisi, bunların orijinal ürün olduğunu iddia ederek satmaya çalışanlar, ikincisi ise ürünün orijinal olmadığını belirterek satanlar. Bazı yolcular o ürünü sahte olduğunu bilerek; bazı yolcular ise sahtenin orijinal olduğunu zannederek alır. İnsanlar da bu ürünlere çok fazla ilgi gösteriyorlar. Bence en büyük sorun bu. Kuşadası, İzmir ya da İstanbul fark etmez, lisanssız ürün satışı çok fazla. İlk olarak alınacak önlem ise bu satışların engellenmesi diye düşünüyorum.

İkincil olarak esnafın tutumu ile ilgili sıkıntılar var. Esnafın bir kısmı turiste karşı nezaket sınırlarını aşabiliyor. Yaptığımız anketler de esnafın tavrı ile ilgili çok sayıda şikayet var. Özellikle fiyat konusunda insanlar şikayetçi. Bunu ancak yaptırımlar ile kontrol altına alabiliriz. Türkiye'deki mevzuatta ilgili hükümler var; ama kontrol mekanizması mevcut değil.

Esnafın gözünde kruvaziyer turisti en savunmasız turist; çünkü kruvaziyer turisti geldiği limanda yalnızca altı saat kalıyor ve bunu bilen esnaf, bu turiste ‘Buraya bir daha gelmeyecek’ gözüyle bakabiliyor. Bu

yüzden art niyetli kişiler, turistlere değerli olmayan ürünleri, özellikle takıları, değerli diye satabiliyor. Bu sebepten kruvaziyer turisti, daha fazla korunması gereken bir turist. Nitekim bir liman şehrinde bu tarz olaylar yaşandığında gemi, yolcularını korumak için *recommended shop* programı çıkartıyor. Bu sefer, turiste iyi davranan esnaf da bu sektörden kazanç elde edemiyor; turist yalnızca geminin önerdiği dükkanlardan alışveriş yapıyor.

Bunun önüne geçmek için kruvaziyer turizminin aktif olduğu şehirlerde değerli taş laboratuvarları kurulması yararlı olabilir. Böylelikle turist, satın almış olduğu ziynet eşyalarını belli bir ücret karşılığında kontrol ettirebilir. Bu alanlar sayesinde biz de alışveriş yapan yolcuları koruma altına almış olabiliriz. Ayrıca ticaret odaları tarafından verilecek bir sertifika ve esnaftan istenecek olan bir teminat mektubu ile turiste kötü davranılmasının, fahiş fiyatların ya da sahte mal satışının önüne geçilebilir.

Diğer yandan taksicilerle yaşanan problemler var. Liman önündeki taksi durağında bekleyen taksiler, yolcuları Efes'e bırakıyor; ancak geri getirme işini başka taksi yapıyor, bu da yolcuyu tedirgin ediyor. Buradaki pay, sadece bu durakta kalıyor. Böyle olunca diğer duraklarda bulunan taksiler bu paydan faydalanmıyor. Kruvaziyer turizminin şehre sağladığı kazançtan o şehrin paydaşlarının eşit şekilde pay almasını istiyorsak bunları konuşmamız gerekir; aksi takdirde yalnızca belli kesimler bu işten nemalanacaktır." şeklinde cevap vermiştir.

#### **SORU 6: "Türkiye'de kruvaziyer turizminin en büyük problemi sizce nedir?" sorusuna,**

**Katılımcı 1,** "İlk sırada yatırım ve planlamanın efektif olarak yapılamamasını sayabiliriz. Her platformda kruvaziyer meselesi gündeme gelir, projeler ve yapılacak kruvaziyer limanların maketleri tanıtılır. Ancak ne projeler devreye girer ne de o maketler gerçek liman şekline döner. Bu yıllardır bu şekilde yürüyor maalesef. Ayrıca öncesinde belirttiğim gibi, kruvaziyer sektörden gelecek geliri devlet hazineye girecek para gözüyle baktığı sürece hayal ettiğimiz duruma gelemeyiz. Hazineye girecek para yerine, ülke ekonomisine girecek para olarak görmeli ve sabit gemi masraflarında indirimle giderek gelecek gemi sayısının artmasını hedeflemelidir. Kazanan sadece devlet değil, hem millet hem de devlet olmalıdır."

**Katılımcı 2,** "Ülkemizin yaşanan gemileri ve yolcuları değil; kruvaziyer turizmin ekonomisinin haber olmaması, yani kruvaziyer turizmin tam olarak anlaşılabilmesi en büyük problem olarak karşımızda duruyor."

**Katılımcı 3,** "Terminal ve tanıtım konusunda yetersiz olduğumuz kanısındayım. Terminal konusunda yapılan ya da yapılmakta olan çalışmalar olsa da bu konuda eksiklerimiz var. Yolcu 7 yıldızlı gemiden indikten sonra tertipli, temiz ve iyi bir terminale inmek istiyor. Bu sebeple mevcut terminallerin sil baştan düzenlenmesi gerektiğini düşünüyorum.



Global anlamda ise tanıtım eksiğimiz var. Bu problem, 2016 yılından beri yaşadığımız en büyük problem. Biz kendimizi yurtdışına yeteri kadar tanıtamadık ve yeteri kadar anlatamadık. 2016'dan bu yana Türkiye'nin kruvaziyer sektöründen elde edemediği parayı düşündüğümüzde, terminaller ve tanıtım konusunda ne kadar yetersiz kaldığımız ortadadır.”

**Katılımcı 4**, “Türkiye’de turizmin bence en büyük sorunu, imaj sorunudur ve bu imaj sorunu, en çok kruvaziyer turizmini vuruyor. 2016’da darbe girişimi ve birçok terör olayı gerçekleşti; ama ülkemiz 2017 yılında turist rekoru kırdı. Bu kadar riskli ve seyahat uyarıları olan bir ülke sayılmasına rağmen bu durum nasıl açıklanabilir?”

Avrupalı turist için politik olaylar, güvenlik olaylarından daha önce geliyor. Avrupalı, artık Türkiye için güvensiz bir yer tanımına inanmıyor. Keza buradaki en büyük avantajımız; Avrupa ile komşu olmamız ve çok sıkı ekonomik bağlara sahip olmamızdır.

Amerikalı ise; Türkiye hakkında hiçbir şey bilmiyor. Türkiye’yi bir Ortadoğu ülkesi zannediyor; Avrupa’ya komşu olduğumuz fikrine bile sahip dahil. Kruvaziyer turizmi yolcularının önemli bir kısmının Kuzey Amerikalılardan ve Kanadalılardan oluştuğunu düşündüğümüzde, bu imaj sorunun neden en fazla kruvaziyer turizmini etkilediğini anlayabiliriz.

Belirtmek gerekir ki Türkiye’nin imaj sorunu, genel olarak politiktir. Türkiye, hep terör olayları ile anılan bir ülke değildir. İmaj sorununu elli yıl öncesine dayandırabiliriz; ama güvenlik sorununu elli yıl öncesine dayandıramayız. Bu sebeple imaj sorunumuzun temeli, politik imaj sorunudur. Son yıllarda Arap baharı ile başlayan ve Türkiye’yi de içine alan güvenlikle ilgili bir imaj sorunu var. Bunlar dışında birçok sorun sayılabilir; ama imaj sorunu bu sorunlar içinde en önde olanıdır.

Öte yandan imaj sorunu olmasına rağmen dünyanın altıncı en fazla turist çeken ülkesiyiz. Bu çok kıymetli bir şeydir. Hala önyargı yüzünden yaşanan sorunlar mevcut. Bu sebeple imaj sorununu gidermek, önceliğimiz olmalıdır.” şeklinde cevap vermiştir.

**SORU 7: “Sosyal medyanın T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kullanımının ülkemiz turizmüne ne gibi katkıları olabilir?” sorusuna,**

**Katılımcı 1**, “Sosyal medya, insanlık elinde hem büyük bir güç hem de felakete sürükleyebilecek bir risk. Ülkemizde birçok dünyada ses getiren, başarılı sosyal medya tanıtımı yapabilen kurum ve firmalar var. Bu aşamada oluşturulacak etkili bir sosyal medya reklamcılığı ile dünya üzerinde milyarlarca kullanıcısı olan hesaplarda ülke tanıtımı kolaylıkla yapılabilir.”

**Katılımcı 2**, “Sosyal medyanın çok etkin kullanıldığını düşünmüyorum.”

**Katılımcı 3**, “Kültür ve Turizm Bakanlığımızın ana görevlerinden biri tanıtım ve bununla ilgili önemli çalışmalar yapıyorlar. Kamu spotları, tanıtıcı görsellerin paylaşılması, fuar destekleri son derece önemli. Aynı zamanda Türkiye’nin tanıtımı için yeni ajanslar kuruldu ve fon sağlandı. Bu fonlar restoranlardan pansiyoncusuna, otelcisinden günübürlük veya mavi yolculuk yaptıran tekne sahiplerine kadar herkes cirosunun belli bir kısmını devlete tanıtım açısından ajanslara vererek destek oluyor.

Sosyal medyanın etkin kullanılması yönünden baktığımızda; Türk Hava Yolları’nın çok önemli reklam çalışmaları olduğunu görüyoruz. Reklamlarında dünyaca ünlü oyuncu ve sporcular ile tanıtım yaptılar ve bugün THY, dünyanın en önemli hava yollarından biri haline gelmiştir.

Aynı şekilde biz de Türkiye’de kruvaziyer sektörünü herkese bu şekilde tanıtılabilmeliyiz. Tabii biz de hiçbir şey yapmıyor değiliz. Miami’de, Hamburg ve Barselona’da yapılan en büyük fuarlara katılıyoruz ve tanıtımlar yapıyoruz. Ancak bu tanıtımların da günümüzde şekli değişti; bu yüzden ben artık fuarlara çok fazla inanmıyorum. Hala etkisi var elbette, sektördeki bütün şirketler 3-4 günlüğüne orada toplanıyor ve normal şartlarda o kadar insanı bir yılda ziyaret edebilecek iken fuar dönemi boyunca görebiliyorsunuz. Dolayısıyla o tarafı tartışılmaz; lakin artık hız zamanındayız, daha çok insana aynı anda ulaşabiliyoruz. Bu yüzden odaklanılmış ülkelere devamlı bilgilendirme yapılabileceği ve tepkilerinin çok çabuk alınabileceğini düşünüyorum. Bu konularda çalışmaların arttırılması, hızlandırılması gerektiğini düşünüyorum. Türkiye’de sektör sadece turizm değil; sanayi var, ticaret var, ihracat var. Dünyanın çeşitli metropollerinde Türk mallarının tanıtıldığı ofisler mevcut. Bu ofisler içinde ülkemizin de tanıtıldığı departmanlar yer alabilir.”

**Katılımcı 4**, “Sosyal medya, büyük bir güç ancak bugün kruvaziyer için bir tehdit olmaya başladı. Bunun sebebi ise; gemi içinde 100 euroya satılan turların dışarıda 20-25 euroya satın alınabiliyor olması. Turistlerin çoğu da bu hizmetten çok memnun. Bu yüzden turistler artık gemiden tur almak yerine sosyal medyadan tur satın alıyorlar; çünkü önceden bu hizmeti alan yolcu, döndüğünde anlatıyor. Bu da viral etkiye sebep oldu. Eskiden gemiden inen yolcunun %80’i tura gidiyor ve bunların yüzde 70’ini ben satıyordum. Şimdi ise %50’sini ben satıyorum, diyor. Sosyal medyanın etkisi budur.

Diğer yandan Türkiye, dünyada en fazla dizi ihraç eden ikinci ülkedir. Bu sebeple Turizm Bakanlığı Türk dizilerini bir ülke tanıtımı aracı haline getirebilir. Dizi yapımcılarından, her iki saatlik bir dizide 10-15 dakika şehir görüntülerine, şehrin turistik simgelerine yer vermeleri istenebilir. Böylece ihraç edildiği ülkelerde de İndiana Jones’ın Mısır Piramitleri gibi ülkemizin tanıtımı yapılabilir.

Sosyal medya çok etkin bir güç devletin de bunun farkına varması gerekiyor. Ancak devletin sosyal medyayı doğrudan kullanma şansını biraz zayıf görüyorum. Bakanlık bugün çok iyi bir sosyal medya hesabı açsa bile

Bakanlık sitesini takip etmek çok sempatik değil; ama gezginlerin, seyahat bloggerlerinin fotoğraflarını takip etmek, daha mantıklı geliyor. Burada Bakanlığın yapacağı şey, sosyal medyayı iyi kullanan kurum veya kişileri teşvik etmek ve desteklemek olabilir.

Bunun dışında devlet sosyal medyayı başka bir alanda, özellikle tanıtımdan ziyade enformatif alanında kullanabilir. Örneğin, Global Port'ta kullanılan ginni sistemi şu şekilde çalışıyor; limana indiğinde limanın bir barkodu var ve bu barkod, telefona okutulduğunda limanın whats app grubuna entegre olarak "Kuşadası Limanına Hoş Geldiniz" diyor. Böylece şehir içinde kalınan süre boyunca tüm sorularının cevabını *chat podlar* ile sağlanabiliyor. Bu sistemin arkasında cevaplanmayan sorunların çözümü için bir de çağrı merkezi mevcut. Devlet de hem sosyal medyayı hem de bu tarz sistemleri kullanabilir." şeklinde cevap vermiştir.

## **2.2 Araştırmanın Sonuçları**

Yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların önerileri sekiz ana başlık altında aşağıda belirtilmektedir.

### **2.2.1. Yurt Dışı Tanıtım Ofisleri**

Ülkemizin en büyük problemlerinden biri şüphesiz ki tanıtımının doğru bir şekilde yapılamamasıdır. Yabancı ülkelerdeki yayın organlarında Türkiye'nin savaş bölgesi gibi gösterilmesi ve bu yanlış imajın giderilememesi, potansiyel yolcular tarafından Türkiye'nin bir Orta Doğu ülkesi olarak algılanarak ülkemize gelmemelerine ya da kruvaziyer yolcuları özelinde değerlendirirsek ülkemiz limanlarındayken gemiden inmemelerine yol açmaktadır.

Bu algının kırılması ve yolcuların ülkemiz hakkında daha doğru bilgi edinebilmeleri için onlarla yakın olunması gerektiği kanısındayım. Kültürümüze ait çeşitli etkinliklerin düzenleneceği, yöresel lezzetlerin ve yerel eserlerinin bulunacağı, aynı zamanda Türkiye hakkında bilgi alabilecekleri tanıtım ofisleri açılmasının yararlı olacağı düşüncesindeyim. Başta Avrupa'nın metropollerinde olmak üzere açılacak tanıtım ofisleri ile ülkemize ilişkin olumsuz algının giderilebileceği, böylelikle daha fazla yolcunun ülkemize gelebileceği ve bu yolcuların liman şehirlerimizi ziyaret edeceği inancındayım.

### **2.2.2. Liman Çevresinde Bulunan Esnafa Verilmesi Gereken Eğitimler ve Kurumların alması Gereken Önlemler**

Ülkemize gelen turistlerin şehre indikten sonra karşılaştıkları ve ilk izlenimi edindikleri kişiler, liman içinde ve liman çevresinde bulunan

esnaftır. Bu sebeple esnafın ülkemize gelen turistlere karşı hoşgörölü ve yardımsever davranması gerekmektedir.

Esnaf, kendisinden alışveriş yapan turiste karşı fiyat konusunda dürüst olmak zorundadır. 'Nasılsa bir daha gelmeyecek' düşüncesiyle yapılan satışlar uzun vadede ülke itibarına büyük zarar vermektedir. Ayrıca esnafın güçlü ilişkiler kurması gerekmektedir. Bu sebeple gerek ticaret odaları ve deniz ticaret odaları gerek büyükşehir belediyeleri tarafından liman çevresinde bulunan esnafa yabancı dil eğitimleri verilerek bu adayların sınava tabi tutulması, başarılı olan esnafın işletmesinde uyarıcı etiketlerle yabancı dil konuşulduğuna yer verilmesi yararlı olacaktır.

Diğer yandan turistin yeni geldiği bir ülkede olduğunun unutulmaması, bu sebeple iletişim eğitimlerinin verilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, uygulanan fiyat politikasının da gözden geçirilmesi ve düzenli olarak denetlenmesi için birimlerin kurulması, turistlerin daha güvenli alışveriş yapabilmeleri için yerinde bir uygulama olacaktır.

Turistlerin bir başka etkileşimde olduğu ve en çok sorun yaşadığı esnaf grubu ise taksi şoförleridir. Ödenecek yol ücretlerinin taksiciler esnafın odası görevlileri tarafından toplanması, liman çevresinde korsan taksilerin önlenmesi ve turistlerin sadece liman içindeki görevliler aracılığıyla taksi hizmeti alması, sorunları büyük ölçüde azaltacaktır. Şoförlerin üniforma ile hizmet vermesi, korsan taksilerin önünü keseceği gibi daha düzgün bir intiba bırakılmasını da sağlayacaktır. Diğer yandan görev yapan taksicinin bilgilerinin iletişim numaralarının şoför arka koltuğunda yer alması, turisti daha güvende hissettirecektir. Esnafa verilen eğitimlerin tamamının taksiciler için de geçerli olması halinde, yaşanan problemlerin en aza ineceği görüşümdedir.

### **2.2.3. PratiKa Ücretlerinde Kademeli İndirim**

Gemilerin masraf kalemlerinin büyük bir kısmını sahil sağık ücreti oluşturmaktadır. Özellikle gelişen gemi teknolojileriyle birlikte daha fazla yolcu taşımak ve artan masrafları azaltmak amacıyla büyüyen gemilerin GRT'leri artmıştır. Bu sebeple gelen gemilerin GRT'si üzerinden yapılan sahil sağık rüsum ücreti çok yüksek tutarlara ulaşmıştır.

Her ne kadar rüsum ücretleri yolcu gemileri için konteyner gemilerine kıyasla daha indirimli olsa da bu yeterli değildir. Bu sebeple NT başına olan rüsum ücretinin her on seferde bir %10 azaltılacak şekilde, kademeli olarak düşürülebileceği görüşümdedir. Bu tür bir ödüllendirme sistemi sayesinde, gelen gemilerin masraflarının azalması sağlanacağından, ülkemize daha fazla sayıda kruvaziyer gemisinin gelebileceğini düşünüyorum.

#### **2.2.4. Ayakbastı Ücretlerinin Kurumlar Tarafından Ödenmesi**

Kruvaziyer şirketlerinin seferlerini azaltmasının sebebi, temelde her ne kadar güvenlik olayları olarak görülse de bir diğer sebebi de maliyetlerin diğer limanlardan daha fazla olmasıdır. Bu sebeple devletin yanı sıra kruvaziyer sektörü ile ilgili kurumların da aynı şekilde sorumluluk alması gerekmektedir.

En büyük masraf kalemlerinden biri de ayakbastı ücretleridir. Normal şartlar altında az görünen bu masraf kalemi, sefer sıklığı ve gemilerdeki artan yolcu sayıları ile beraber hesaplandığında çok yüksek tutarlara ulaşmaktadır.

Alınan karar gereği; 2003-2012 yılları arasında İzmir Alsancak Limanına gelen tur operatörlerinin ayakbastı ücreti, İzmir Ticaret Odası tarafından karşılanmış olup tur operatörlerinin İzmir'deki uğrak sayısının arttığı gözlenmiştir. Ancak sonraki yıllarda bu uygulama kaldırılmış ve tur operatörleri tarafından ödenen ayakbastı ücretlerinden sonra kruvaziyer sayılarında düşüş yaşanmıştır. Bu sebeple 2020 yılında sektörün tekrar canlanacağı, limanların rezervasyonlarının artmaya başladığı şu dönemde, ilgili kurumların alacağı bu yönde bir karar ile kruvaziyer sayısında artış olacağı görüşündeyim.

#### **2.2.5. Şehir İçinde Turistik Noktalara Turizm Ofislerinin Açılması**

Ülkemize gelen turistlerin en büyük sıkıntılardan biri de yabancı dil bilen vatandaşın çok fazla olmamasıdır. Bu sebeple şehir içinde bireysel olarak gezen turistler, istedikleri yerleri bulamamakla beraber şehir içinde yanlışlıkla başka yerlere yönlendirilmekte ve düşük bir oranda da olsa gemiyi kaçırebilmektedirler. Bunun önüne geçebilmek için genellikle limanların çıkış kapılarında bulunan turist bilgi merkezlerinin, şehir içinde de kolayca bulunabilecek alanlara kurulması yararlı olacaktır. Böylelikle gelen turist, şehirde rahatça dolaşıp şehir hakkında doğru bilgilere de kolaylıkla ulaşabilecektir. Ayrıca bu merkezlerde de turistler için buldukları bölgeleri ayrıntılı bir şekilde anlatan haritaların bulundurulması, turistlerin zamanında gemiye dönmesi ve aradıkları yeri kolaylıkla bulmaları, memnuniyeti arttıracak olup şehirden mutlu şekilde ayrılmalarını da sağlayacaktır.

#### **2.2.6. Sosyal Medya ve Televizyon Dizilerinin Kullanımının Arttırılması**

Günümüz dünyasında en çok kullanılan pazarlama yöntemlerinin başında sosyal medya gelmektedir. Sosyal medya sayesinde çok geniş

kitlelere ulaşılmakta olup kolaylıkla organize olunabilmektedir. Bu sebeple T.C. Turizm Bakanlığına bağlı bir sosyal medya hesabının aktif olarak kullanılarak geniş kitlelere daha kolay ulaşılabileceği dūřüncesindeyim. Bu hesabın kullanımı sırasında takipçi sayıları fazla olan seyahat yazarlarından ve bloggerlerden yararlanılması, tanıtım açısından doğru bir karar olacaktır.

Başka bir yöntem ise Türk dizilerinin tanıtım amacıyla kullanımınıdır. Türkiye, dünyada dizi ihracatında ikinci sırada olup yayınlanan dizilerde ülkemizin görüntülerine daha fazla yer verilmesi, gelecek turist sayısını arttıracak ve kruvaziyer turizmine etkisini de dolaylı olarak gösterecektir.

### **2.2.7. Kruvaziyer Limanları ve Mevcut Terminallerin İyileştirilmesi**

Ülkemizdeki limanlar sayıca çok olsa da kruvaziyer limanları açısından tam anlamıyla bir yeterlilikten bahsetmek zordur. Kruvaziyer operatörlerinin en çok önem verdiği etkenlerden biri terminaldir. Terminallerin durumu, pasaport işlemlerinin yapıldığı alanın genişliği, terminal alt ve üst yapısının durumu, çıkış kapılarının adedi gibi birçok durum seçim anlamında önem taşımaktadır. Bu sebeple alan genişliği olmayan limanlarda mevcut terminallerin genişletilerek pasaport işlem alanlarının daha iyi bir duruma gelmesi, yolcu ve personelin çıkış yaparken kullandığı turnikelerin sayısının arttırılması, otobüs ve binek araçlarının park alanlarının genişletilmesi, oturma alanlarının, kafeteryaların, alışveriş alanlarının genişletilmesiyle limanlarımızın daha çok tercih edilebileceği düşünülmektedir.

Yeni teknolojilerle büyüyüp genişleyen gemiler, kendilerine daha uygun limanlara yanaşmayı tercih etmektedirler. Bu sebeple terminallerin genişletilmesi dışında, rıhtım üzerine de çalışmalar yapılmalıdır. Rıhtımın konumuna uygun ve doğal yapıya zarar vermeyecek şekilde parmak rıhtımların inşa edilmesi, gemilerin yanaşabilme oranını arttırmakla birlikte demirde bekleyerek yolcu indirme ya da bindirme operasyonlarının önüne geçecektir. Bu durum, operasyon için ortaya çıkacak masrafları azaltacak olup armatrler tarafından da tercih sebebi olacaktır.

### **2.2.8. Yurt Dışı Limanlarının Maliyet Analizinin Yapılması Gerekliliği**

Kruvaziyer şirketlerinin çekindikleri diğer nokta ise; maliyetlerin çok yüksek olmasıdır. Aşağıda yapmış olduğum liman maliyet araştırması tablosu incelendiğinde Yunanistan ile olan rekabetin ne denli büyük boyutlarda olduğu görülecektir.

Aşağıda maliyet tablosu belirlenirken esas alınan geminin özellikleri şu şekildedir: **LOA** 333,33 **GRT**: 139.072 **NT**: 115,072. Bu özelliklerde bir geminin limanlar arası maliyet araştırmaları tablosuna göre; ülkemiz ile komşumuz Yunanistan arasındaki maliyet farkının çok fazla olduğu görülmektedir.

2019 yılının son çeyreğine kadar elde edilen verilere göre; Yunanistan üç buçuk milyon yolcuyu ağırlamıştır. Bu rekabet şartları altında kruvaziyer sayısının artırılması için kurumların, kruvaziyer işletmecileri, kruvaziyer limanı işletmecileri, acenteler ve tur operatörleri ile bir araya gelerek yapılacak indirimler konusunda fikir alışverişi yapmaları ve belirlenecek çözüm önerilerini zaman geçirmeden uygulamaya koymaları yararlı olacaktır.

### 3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Farklı alanlardaki sektör yöneticileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ve yapmış olduğum araştırmaların sonuçları aşağıda yer almaktadır.

- Başta liman masrafları olmak üzere, gemilere uygulanan ücretlendirmelerin yüksek olduğu, kruvaziyer hatlarını ülkemize çekmek için fener ücretlerinin yıllık olarak belli bir indirimle ödenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

- Kruvaziyer yolcularının şehre indikleri andan itibaren doğrudan iletişimde oldukları esnaf ve taksi şoförlerine ilişkin denetimlerin artırılması, başta yabancı dil eğitimi olmak üzere çeşitli eğitimler verilmesi, psikolojik testlerden geçirilmeleri, başarılı olanlara sertifika verilmesi ve sürdürülebilir turizm açısından “*yeterli esnaf*” kavramının gelmesi yerinde olacaktır.

- Ülkemizdeki kruvaziyer limanlarında alt ve üst yapı eksikliklerinin olduğu, eski kruvaziyer limanlarının yenilenmesi ve ihale süreçleri ivedilikle tamamlanarak yeni limanların ülkemize kazandırılması gerektiği düşünülmektedir.

- Devlet; kumanyacı, gemi operatörü, tur operatörü ve acente gibi kruvaziyer sektörüne hizmet verenlerle daha sık bir araya gelmeli ve bu sektör çalışanlarının görüşlerini ve değerlendirmelerini dikkate almalıdır.

- Ülkemizin komşularında yaşanan iç karışıklıklar nedeniyle yurt dışında oluşan Türkiye’ye ilişkin yanlış algının potansiyel turistler üzerinde olumsuz etki yaptığı açık olup ülke imajının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir.

- Sektör çalışanı olmayan ancak sektör hakkında araştırma yapan akademisyenlerin görüşlerinin dikkate alınması ve yapılacak olan projelerde görev almalarının sağlanması yerinde olacaktır.

Turizm ve kruvaziyer anlamında yüksek potansiyele sahip olan ülkemizde, yaşanan politik olaylar, komşu ülkelerdeki karışıklıklar, Türkiye'deki güvenlik kaygıları gibi makro etkenlerin dışında, devlete bağlı kurumların 'Artık kruvaziyer geliyor' algısı ile yeni teşvikler üzerine çalışmaması ve mevcut teşvikleri de kaldırması gibi nedenlerle yolcu sayısında ciddi düşüşler yaşanmıştır.

Diğer yandan yeni nesil gemilerin yanaşabileceği limanların hazır olmaması, İstanbul gibi yüksek potansiyeli olan bir şehrin kullanılmamasına sebep olmuştur.

Sonuç olarak ülkemiz alt ve üst yapılarındaki eksiklikler göze çarpmaktadır. Günümüzde kruvaziyer denilince akla gelen *home port* limanlarının kurulması için liman çevresindeki otelcilik alt yapısının iyileştirilmesi, şehirde bulunan otel envanterlerinin çıkarılması, limanlardan havaalanlarına uzanan karayolu ve raylı sistemlerin geliştirilmesine yönelik çalışmaların belediyelerin ve bakanlıkların ortak çalışmaları ile yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum. Limanların, yolcuların ve gemilerin emniyeti için uygun hale getirilmesi ve terminal içlerinde bulunan alışveriş alanlarının düzenlenmesi ile esnafa ve liman işletmesine gelir getirmesi sağlanabilecektir.

Terminallere bağlı otopark alanlarının düzenlenerek tur otobüslerinin, taksilerin ve binek araçların çıkışlarının kolaylaştırılması sayesinde, liman çevresindeki trafiğin yanı sıra tur otobüslerinin dönüşünde yaşanacak yoğunluk ortadan kaldırılabilir.

Ülkemiz hakkındaki olumsuz güvenlik algısının giderilmesi adına reklam çalışmalarına ağırlık verilmeli, yurt dışındaki önemli metropollerde ülkemizin tanıtımının yapıldığı etkinlikler düzenlenmeli ve tanıtım ofisleri açılmalıdır. Yurt dışından gelen yolcunun ülkesinden uzakta olduğu unutulmamalı, bu bilinç esnafa kazandırılmalıdır. Kruvaziyer turizminin ülkemiz adına bir ön gösterim olduğu, bu sebeple gemi ile gelen yolcunun yarın daha yüksek bir potansiyel ile ülkemize döneceği unutulmamalıdır.

Kruvaziyer, bir ülke için büyük bir kalkınma noktası olup ülkeyi hem mali hem de kültürel anlamda başka bir boyuta taşıyabilecek güçte bir sektördür. Limanlara getirdiği gelir, hem limanlara hem şehre sağladığı istihdam ile esnafa sağladığı katkı, son derece önemli olup devletin bu alandaki eksiklikleri gidermek adına çalışmalarını yoğunlaştırması gerektiği düşüncesindeyim. Aksi takdirde, komşumuz Yunanistan ile aramızdaki turizm gelirleri arasındaki fark, dört yüz millik mesafeden daha büyük olacak ve bu fark, her geçen gün büyüyecektir.



## KAYNAKÇA

- Akpınar ve Bitiktaş, (2015). “Türkiye’deki Kruvaziyer Limanlarının Mevcut Durumu, Potansiyeli ve Gelişimine Yönelik Önerileri”. III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu
- Marti (2002). *Trends in World and Extended-Length Cruising* (1985-2002)
- Port of Kusadasi (2019). *Berthing Plan*. Port of Kusadasi Pers Report, 2019
- Rodrigue, J.P. ve Notteboom, T. (2012). “The Geography of Cruise Shipping: Itineraries, Capacity Deployment and Ports of Call” IAME.
8. Kıyı Mühendisliği Sempozyumu (2014) IMO, İstanbul.
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı (2010). *Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması* *Sonuç Raporu*  
<https://www.uab.gov.tr/uploads/pages/kutuphane/f5b853493827d98.pdf> Erişim tarihi: 04.01.2020