

# An Analysis of the Views of Turkish Tourists Participating in the Blue Cruise Trip as an Area of Maritime Tourism Business a Case Study

Erdal Arli

Istanbul University, Institute of Marine Sciences and Management, Fatih, Istanbul, Turkey  
E-posta: erdal.arli@istanbul.edu.tr

## Abstract

Maritime tourism also includes many sub-areas in sub-areas of maritime business. One of these sub-areas is cruise business. Blue sea cruise, which means a weekly voyage in Turkey (blue voyage) tourism is an alternative tourism area carried by sea to a variety of ports and bays. In order to compete and enter new markets and get a share of these markets, yacht enterprises from this growing tourism area need to analyze the customer's wishes and needs and their opinions on cruise travel. The purpose of this study is to examine the reasons of Turkish customers choosing the blue cruise trip, their wishes and needs and their opinions about the services provided. In order to achieve this aim, in-depth interview technique was used and the interviews were conducted between August and September 2018 in Bodrum, one of the most important destinations of the blue voyage. In the research, it was determined that Turkish cruise tourists preferred blue cruise to get away from the problems on land, to visit different and clean bays, to swim and rest in more quiet and cleaner environment and to be satisfied with the services provided.

**Keywords:** blue cruise voyage, depth interview, maritime tourism business, Turkish cruise tourists

## Özet

Deniz turizmi işletmeciliği, deniz işletmeciliğinin bir alt dalı olarak birçok alt alanı da içerisinde bulundurmaktadır. Bu alt alanlardan biri de kruvaziyer işletmeciliğidir. Türkiye’de haftalık deniz seyahati anlamına gelen mavi kruvaziyer (mavi yolculuk) işletmeciliği deniz yoluyla çeşitli liman ve koylara uğranılarak gerçekleştirilen alternatif bir turizm alanıdır. Günümüzde giderek büyüyen bu turizm alanından yat işletmeleri rekabet etmek, yeni pazarlara girmek ve bu pazarlardan pay almak için müşteri istek ve ihtiyaçlarını ve onların kruvaziyer seyahatine yönelik görüşlerini iyi analiz etmek ve doğru değerlendirmek durumundadırlar. Bu araştırmanın amacı, Türk kruvaziyer turistlerin mavi kruvaziyer seyahatini seçmelerinde etkili olan nedenleri, istek ve ihtiyaçlarını, sunulan hizmetlere yönelik görüşlerini incelemektir. Bu amacı gerçekleştirmek üzere derinlemesine görüşme tekniğinden faydalanılmış ve görüşmeler Ağustos-Eylül 2018 tarihleri arasında mavi yolcuğunun önemli destinasyonlarından biri olan Bodrum’da gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Türk kruvaziyer turistlerin daha çok karadaki sorunlardan uzaklaşmak, farklı ve temiz koyları ziyaret etmek, daha temiz ve sakin ortamda yüzmek ve dinlenmek amacıyla mavi kruvaziyer seyahatini tercih ettikleri ve sunulan hizmetlerden memnun oldukları belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** mavi kruvaziyer seyahati, deniz turizm işletmeciliği, derinlemesine görüşme, Türk kruvaziyer turistleri

## 1.Giriş

Turizm sektörü Türkiye gibi turizm çekicilikleri bulunan ve ekonomisi gelişmekte olan ülkeler açısından çok daha fazla önemlidir. Son yıllarda, sağladığı döviz geliri ile ödemeler dengesi ve milli gelire katkısının yanı sıra, bölgelerarası gelir dengesizliklerini gideren, etki alanına giren iş kolları ve yaptığı istihdam olanakları ile işsizliğin azalmasına katkıda bulunan bir faaliyet olarak ülke ekonomisinde büyük rol oynamaktadır (Bircan, 2014). Bu bağlamda “deniz turizmi Türkiye’de talebin en yoğun olduğu turizm türüdür. Türkiye, deniz turizmi için gerekli olan; uzun kıyı şeritleri, temiz plajlar, koylar ve denizin yanı sıra uygun iklim şartlarına da sahip olması nedeniyle bu turizm türünde oldukça gelişme göstermektedir”

(Kozak ve diğerleri, 2012). Deniz turizm işletmeciliği, deniz işletmeciliğinin bir alt dalı olarak birçok alt alanı da içerisinde bulundurmaktadır. Bunlar; marina işletmeciliği, yat işletmeciliği, sualtı ve suüstü sporları işletmeciliği, sualtı arkeolojisi, dalış turizmi işletmeciliği ve kruvaziyer işletmeciliğidir. Kruvaziyer işletmeciliği son yıllarda deniz turizm işletmeciliğinin gelişen ve talebi en çok artan alt dallarından biridir. Türkiye’de kruvaziyer turizminin en önemli bileşenlerinden birini oluşturan ve sadece Türkiye’ye özgü, mavi yolculuk olarak adlandırılan mavi kruvaziyer seyahati de birçok koy ve destinasyonun ziyaretine olanak sağlayan bir kruvaziyer turizm çeşididir. Mavi kruvaziyer seyahati (gezisi) yerli ve yabancı turistlerin talep gösterdiği hem Türkiye turizmine hem de gittiği destinasyonların gelişmesine önemli katkılar sağlayan turizm çeşitlerinden biri olmaktadır. Dünyada da kruvaziyer turizmi her geçen gün gelişmekte ve bu turizme olan talep her geçen gün artmaktadır. Kruvaziyer turizm işletmeciliği sektörü 1990’dan bu yana ortalama yıllık % 7.4’lük büyüme oranı ile dünya genelinde eğlenme ve dinlenme (leisure) sektöründe en hızlı büyüyen turizm alanı olmuştur (CLIA, 2009’dan Aktaran Çimenoglu, 2011) “Kruvaziyer turizmi geleneksel turizm alanlarına kıyasla daha yüksek büyüme aşamasında olan bir alandır. CLIA’nın belirttiği ‘‘The State of The Cruise Industry Outlook 2017’’a göre dünya genelinde küresel anlamda kruvaziyer turizm işletmeciliği ve seyahati mevcut hızında istikrarlı bir şekilde büyümeye devam etmektedir’’ (Deniz, 2017). Dolayısıyla kruvaziyer turizmi sektörü gemilerin uğrak yaptığı liman destinasyonlarına, sektör tedarikçilerine, yerel mal ve hizmet üreticilerine, gemi ile ilgili taraflarına (acente, tur operatörü, gemi işleteni veya armatörü vd.) farklı oranlarda ekonomik kazanç sağlamaktadır (Lekakau ve Vaggelas. 2011).

Kruvaziyer turizmi, deniz temelli turizm kategorisi içinde yer alan, liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteleri kapsayan bir turizm çeşididir (Deniz, 2017). ‘‘Kruvaziyer seyahatinin asıl amacı; seyahate katılan yolcuların bir destinasyona en kısa sürede ulaştırılmasından ziyade, yolculara konaklama hizmeti sunan ve planlanmış bir seyir güzergahı üzerinde gidip gelmek yerine destinasyonlarda zaman geçirmek, gemide eğlence hizmetlerinden yararlanmak’’ olarak tanımlanmaktadır (Wild & Dearing, 2000: 319). Türkçe’ye kruvaziyer olarak giren ‘cruise’, kelime olarak; gezmek, dolanmak, seyretmek, deniz gezisi, seyahati anlamına gelmektedir (denizcilik.terimleri.com, 2013’den aktaran Bircan 2014). Türkiye’ye özgü mavi kruvaziyer seyahati de müşterilerine deniz seyahati sunan, genellikle haftalık olarak gerçekleştirilen, daha temiz ve sakin koylarda yüzme imkânı ile birlikte değişik destinasyonları görme olanağı sunan bir kruvaziyer gemi seyahati çeşididir.

## 2.Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde kruvaziyer seyahati ile ilgili çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Dwyer ve Forsyth (1998), konuyu ekonomik açıdan değerlendirirken, Veronneau ve Roy (2009) kruvaziyer seyahatini tedarik zinciri yönetimini açısından incelemiştir. Amerika Birleşik Devletleri’nde kruvaziyer seyahatine katılan turistlerin tekrar aynı hizmeti satın alma, hizmeti başkalarına tavsiye etme gibi ileriye yönelik davranışsal niyetlerini belirlemeye ilişkin yapılan bir araştırmada, seyahatin eğlendirici olarak değerlendirilmesinin genel memnuniyet düzeyini etkilediği belirlenmiştir (Duman, 2003). Duman ve Mattila (2005) yaptıkları çalışmada kruvaziyer turistlerin davranışsal niyetlerini ele almış, duygusal bileşenlerin algılanan değer ve tatmin üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Kwornik (2008) ise, turistlerin duyguları, anlamlandırmaları ve güvertedeki davranışlarında kruvaziyerin etkisini çalışmıştır. Konuyu kruvaziyer turistlerinin davranışları açısından ele alan çalışmalara bakıldığında; Douglas ve diğerleri (2010) tarafından yapılmış bir çalışmada, cevaplayıcıların büyük bir çoğunluğunun akşam yemekleri ve gidilen limanları beğendikleri belirlenmiş, ayrıca marka sadakati ile davranışsal niyetler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Andriotis ve Agiomirgianakis tarafından 2010 yılında yapılan bir araştırmada, kruvaziyer turistlerin daha çok yeni destinasyonlar, yeni kültürler keşfetmek, karadan ve sorunlardan uzaklaşmak amacıyla kruvaziyer seyahatini tercih ettikleri ortaya konulmuştur. Tayvanlı turistler üzerine yapılan bir başka araştırmada ise, Tayvanlı kruvaziyer turistlerin %50’sinin gemide daha çok sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesi ve çeşitliliğinden memnun olduğu, ancak genel memnuniyet düzeyi ve tekrar satın alma konusunda kararsız oldukları belirlenmiştir (Juan ve Chen, 2011). Kore’ de yapılan bir araştırmada da araştırmaya katılan cevaplayıcıların yalnızca %5’inin kruvaziyer gemisiyle tatil yaptığı ve Kore’de kruvaziyer seyahatinden faydalanmaya niyetli önemli bir potansiyel olduğu ifade edilmiştir (Hur ve Adler, 2011).

İnan ve arkadaşları (2011) yaptıkları çalışmada “kruvaziyer destinasyonunun genel imajının turistlerin tavsiye davranışını etkilediğini ortaya koymuşlardır”. Sezer (2014), yaptığı çalışmada “tanıtım, kentsel peyzaj ve alışveriş ortamları gibi birçok hususta gerekli düzenlemeler gerçekleştirildiğinde, Kuşadası’nın kruvaziyer turizmde çok daha üst sıralara tırmanabileceğini” ifade etmiştir. Dilek ve arkadaşlarının (2015) yaptığı çalışmada “İzmir’in kruvaziyer turizmdeki mevcut durumu ve merkez liman (homeport) olabilmesi adına yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmıştır. Kodlama ve analizler

sonucunda, İzmir limanının uluslararası standartlara ulaştırılması ve turizm paydaşları arasındaki koordinasyonun artırılması gerekliliği” ortaya çıkmıştır. Işık ve Cerit (2015) çalışmalarında “krvaziyer limanlarda içsel pazarlama uygulamasıyla hizmet kültürünün geliştirilmesindeki ilişkiyi incelemişler ve işletmede uygulanan içsel pazarlama yaklaşımının, hizmet kültürünün oluşturulmasındaki yansımalarının değerlendirilmesinin önem taşıdığını” saptamışlardır. Öztürk ve Tanrısevdi (2017) uluslararası krvaziyer ziyaretçilerine ait özellikleri incelemiş, “ziyaretçilerin seyahat deneyimleri ve demografik özellikleri arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu” tespit etmişlerdir. Bayazıt (2017) Bodrum örneğinde “yerel halkın krvaziyer turizmi farkındalığına yönelik” yaptığı çalışmada bilgi ve farkındalık değişkenlerinin ikili çapraz tablo testini yapmış, krvaziyer gemi seyahati deneyimi olmayan katılımcıların %84’ünün liman yerinin nerede olduğunu bilmediğini, ayrıca, katılımcıların %96’sı turizmin gelişimine olumlu yaklaşırken, sadece %13’ü krvaziyer turizmini yerelde geliştirilmesi gereken bir turizm çeşidi olarak belirtmiştir. Bayazıt (2017) çalışmada “Bodrum yerinde krvaziyer turizmine yönelik farkındalık düzeyinin zayıf olduğunu ifade etmektedir”.

### 3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Türk turistlerin mavi krvaziyer seyahatini tercih etme nedenlerini, istek ve ihtiyaçlarını, buna bağlı olarak sunulan hizmetlere yönelik düşünceleri ile tekrar tercih etme ve tavsiye etmeye yönelik görüşlerini belirlemektir. Araştırma durum çalışması ve varolan durumu belirleme niteliği taşımakta olup, hipotez test etmemektedir. Türk müşterilerin mavi krvaziyer seyahatini seçmelerindeki nedenleri, istek ve ihtiyaçlarını, verilen hizmetlere yönelik düşüncelerini ve memnuniyetlerini belirlemeye yönelik tanımlayıcı özellikler içermektedir.

Araştırma sonuçlarının, mavi krvaziyer seyahati alanında faaliyet gösteren mavi yolculuk işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleri yöneticilerine fikir vereceği ve bundan sonra yapılacak nicel araştırmalara da yol göstereceği düşünülmektedir.

### 4.Yöntem

Araştırmada veri toplamada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. “Derinlemesine görüşme, nitel araştırmaların ayırt edici bir özelliğidir. Görüşme, katılımcıların dünyaya bakış açılarını anlamak için gereklidir” (Rossman ve Rallis, 2012). Derinlemesine görüşme gibi durum çalışmaları, araştırmacının bir olayı sorgulayarak derinlemesine anlamasını sağlamaktadır (Patton, 1987). “Durum çalışmaları; olgu/olay ile içerik arasındaki sınırların açık bir şekilde belirlenmediği; ancak bir olgunun/olayın kendi gerçek yaşam ortamında araştırıldığı ve “nasıl?” ya da “niçin?” sorularının sorulduğu görgül bir araştırma deseni olarak tanımlanmaktadır” (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Türk turistlerin mavi krvaziyer seyahatini seçme nedenlerinin, istek ve ihtiyaçlarının, verilen hizmetlere yönelik düşüncelerinin ve memnuniyetlerinin çalışılan durum olarak değerlendirildiği araştırmada, nasıl ve niçin soruları doğrultusunda elde edilen çıktılar derinlemesine belirlenmeye/tanımlanmaya çalışılmıştır.

#### 4.1 Veri Toplama ve Verilerin Analizi

Araştırma verileri 2018 yılının Ağustos- Eylül aylarında Bodrum Bölgesi’nde mavi krvaziyer seyahatine katılmış Türk turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplamada maksimum çeşitlilik örneklemesi uygulanmış, çalışmaya destek vermeye istekli farklı demografik özelliklere sahip Türk müşterilerle görüşmelere başlanmış, benzer cevapların gelmeye başlamasıyla görüşmeler sonlandırılmıştır. Bu kapsamda, 49 turist ile derinlemesine görüşme yapılmıştır.

Verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. “İçerik analizi, elde edilen ham verilerin anlamlandırılarak belirli bir çerçeve oluşturulması ve beliren durum netlik kazandıktan sonra düzenlenerek kod ve kategorilerin ortaya çıkarak somutlaşmasını sağlamaktadır” (Yaman, 2010). Derinlemesine görüşme kayıtları yazıya dökülerek incelenmiştir. Araştırmanın kuramsal çerçevesi ve amaçları doğrultusunda düzenlenen kod ve kategorilerden yararlanarak veriler çözümlenmiştir.

### 5. Bulgular

Mavi krvaziyer seyahatini tercih eden müşterilerin bu tercihleri üzerinde etkili olan nedenleri, istek ve ihtiyaçlarını, hizmetlere yönelik düşüncelerini, memnuniyet düzeylerini, tekrar tercih etme ve tavsiye etmeye yönelik görüşlerini ortaya koymak amacıyla görüşmecilere yöneltilen soruların her biri tema olarak belirlenmiştir. Bu temalar “krvaziyer seyahatinin tatilinin tercih edilmesinde etkili olan nedenler”, “istek ve ihtiyaçlar”, “sunulan hizmetlere yönelik düşünceler ve memnuniyet” ile “krvaziyer seyahatini tatilini tekrar tercih etme ve tavsiye etmeye” yönelik görüşleri belirlemeye ilişkin sorulardan oluşmaktadır.

### 5.1 Türk Müşterilerin Mavi Kruvaziyer Seyahatini Tercih Etme Nedenleri

Türk müşterilerin mavi kruvaziyer seyahatini tercih etme nedenlerini belirlemek üzere yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen önemli sonuçlar şöyledir;

Görüşme yapılan katılımcıların mavi kruvaziyer seyahatini tercih etmelerinin başlıca nedenlerinin; hem tatil hem de farklı koyları görme fırsatını aynı anda sunması, kültür turlarına kıyasla bavul açma-toplama, taşıma sorununun bulunmaması ve uzun süre oturularak gerçekleştirilen araba ve otobüs yolculuklarına oranla yorucu olmaması olduğu aşağıdaki görüşlerden anlaşılmaktadır:

Ankara’da ikamet eden ‘katılımcı21; şu ana kadar tatillerini kültür ve gezi turları yaparak geçirdiklerini ancak bu turlarda sürekli bavul açma ve kapama, tekrar otele yerleşme, otelden ayrılma, sabah erken kalkma gibi yorucu işlemlerinin olduğunu belirtmiş, bu yıl arkadaşlarının tavsiyesi üzerine dinlenmek, karadan uzaklaşmak ve Türkiye’nin güzel koylarını keşfetmek ve ailece dinlendirici bir tatil geçirmek amacıyla bu tatili seçtiklerini ifade etmiştir. Ayrıca farklı hedef kitlelere yönelik hizmetlerin de bulunması gerektiğini ifade etmiştir. Vegan ve vejeteryan yiyeceklerin sunulduğu, yoga vb. gibi aktivitelerin yer aldığı, bu yönde istek ve ihtiyaçları olan özel pazar bölümlerine yönelik, bir haftanın üzerinde daha uzun süreli turların düzenlenmesi istediğini belirtmiştir (Kadın, Yaş:35, Evli, Üst Düzey Yönetici).

İstanbul ilinde ikamet eden ‘katılımcı32; daha önceki seyahatlerini kendi arabasıyla gerçekleştirdiğini, o tatilin artık yorucu olmaya başladığını, özellikle yelkenle seyahatin bir hayali olduğunu, her sene planladığını ancak fiyatının çok yüksek olması nedeniyle katılmadığını ve bir seyahat acentesinin erken rezervasyon dolayısıyla yaptığı indirimi değerlendirdiğini ve bu hayalini gerçekleştirdiğini ifade etmiştir (Erkek,47,Evli, Eğitimci).

Görüşme yapılan katılımcıların mavi kruvaziyer seyahatini tercih etmelerinin bir başka nedeninin denizin insana sunduğu aşkı ve romantizmi yaşatmak olduğu aşağıdaki ifadelerden anlaşılmaktadır:

Ankara’da ikamet eden evli çift ‘katılımcı11 ve katılımcı 12; ikincisini gerçekleştirdikleri mavi kruvaziyer seyahatini dinlenmenin ve eğlenmenin yanı sıra, hem romantizmi yaşamak hem de aralarındaki sevgiyi güçlendirmek, güneşin doğuşunu ve batışını tekne üzerinde izlemek, farklı, temiz, yüzmenin ve dalmanın tadının eşsiz olduğu koyları da görme fırsatını sunduğunu, koylarda denizin daha temiz ve buralarda yüzmenin daha keyifli olduğunu ve bunu çok fazla yorulmadan gerçekleştirebildikleri için tercih ettiklerini ifade etmişlerdir (Kadın, 30, İşyeri Hekimi; Erkek, 34, Makine Mühendisi).

Görüşme yapılan katılımcıların mavi kruvaziyer seyahatini tercih etmelerinin bir başka nedeninin mavi kruvaziyer yolculuğunda sunulan hizmet kalitesinin beş yıldızlı otel ve tatil köylerine kıyasla daha yüksek olduğu aşağıdaki ifadelerden anlaşılmaktadır:

Gaziantep’de ikamet eden evli çift ‘katılımcı14’ ve ‘katılımcı15’; ailece denizi çok sevdiklerini ve çocuklarının isteği üzerine üçüncü kez bu tura katıldıklarını ve çok dinlendirici olması açısından tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca, tatillerini daha önce beş yıldızlı otel ve tatil köylerinde geçiren çift, mavi kruvaziyer yolculuğunda sunulan hizmet kalitesinin beş yıldızlı otel ve tatil köylerine kıyasla daha yüksek olmasının bu seyahatlerini teknede geçirmeleri üzerinde önemli bir etken olduğunu ifade etmişlerdir (Kadın, 43, Evhanımı Erkek, 44, İşadamı).

Görüşme yapılan katılımcıların mavi kruvaziyer seyahatini tatilini tercih etmelerinin bir diğer nedeninin personelin sunduğu hizmetin otellere kıyasla daha yüksek düzeyde olduğu aşağıdaki ifadelerden anlaşılmaktadır:

Eskişehir’ de ikamet eden ‘katılımcı38’; daha önceki tatillerini otel ve tatil köylerinde geçirdiklerini, ailece son üç yıldır mavi kruvaziyer seyahatini tercih ettiğini, tekne personelinin otel personeline kıyasla daha nazik, güleryüzlü ve işini çok severek yapan çalışanlardan oluştuğunu ve personelin kendisini değerli hissettirdiğini, mavi yolcuğu tercih etmesindeki en önemli etkenin bu olduğunu ayrıca bu tür turlara katılan çocuklu aileler için farklı alternatifler üretilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Erkek, 45,Evli, İşletme sahibi).

Görüşme yapılan katılımcıların mavi kruvaziyer seyahatini tercih etmelerinin bir başka nedeninin karadan, iş stresinden, dünya meselelerinden uzaklaşmak, suyun insan verdiği dinginliği yaşamak olduğu aşağıdaki ifadelerden anlaşılmaktadır:

İstanbul’ da ikamet eden evli çift ‘katılımcı1’ ve ‘katılımcı2’ aile dostlarının tavsiyesiyle bu seyahate katıldıklarını ve dördüncünü gerçekleştirdikleri mavi kruvaziyer seyahatini seçmelerindeki en önemli etkenin suyun insana verdiği dinginliği bizzat üzerinde yaşayarak keşfetmek, karadan, sorunlardan, haberlerden, televizyondan, gazetelerden uzaklaşmak olduğunu ve denizin kendilerini dinlendirdiğini ve kalabalık plajlara kıyasla koylarda denize girmenin daha keyifli olduğunu belirtmişlerdir (Kadın 36; Kimyager, Erkek, 41: Üretim Müdürü).

‘Katılımcı19’, sıklıkla yurtiçi ve yurtdışı tatil turlarına katıldığını, bunların yorucu geçtiğini, bavul açma ve toplama, uzun süren yürüyüşlerin ve otobüs yolculuklarından artık sıkıldığını, denizi ve denizin üzerinde

olmayı sevdiği için ilk kez böyle bir tura katıldığını ifade etmiş ayrıca sadece bekar ve çocuksuz ailelere hitap eden mavi kruvaziyer turlarının düzenlenmesi istediğini ifade etmiştir (Bayan, 33, Bekâr, Eğitimci).

### 5.2 Türk Müşterilerin Mavi Kruvaziyer Seyahatine Yönelik Memnuniyet Düzeyleri

Türk müşterilerin katıldıkları mavi kruvaziyer seyahatinde sunulan hizmete yönelik değerlendirmelerini ve memnuniyet düzeylerini belirlemek üzere yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen önemli sonuçlar şöyledir:

‘Katılımcı24’ ve ‘katılımcı25’; personelin gülyüzünden, nezaketinden ve kaptanın yönetiminden, personelin hijyen ve kıyafetinden kendilerini büyük kruvaziyer gemilerinde seyahat ediyormuş gibi hissettiklerini, çok memnun kaldıklarını ifade etmişlerdir (Kadın, 49, Evli, Bayan Kuaförü; Erkek, 58, Evli, Restoran Sahibi).

‘Katılımcı7’ ve ‘Katılımcı8’; katıldıkları mavi kruvaziyer seyahatinden çok memnun kaldıklarını, koylarda yüzmenin plajlara göre daha keyifli ve temiz olduğunu, balık ağırlıklı yemekleri çok beğendiklerini, tur için seçilen koy ve destinasyonların çok doğru tercihler olduğunu ancak içecek türlerinin daha çeşitlendirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir (Kadın, 33, Evli, Mühendis; Erkek, 36, Evli, Avukat).

Katılımcıların genel itibarıyla verilen hizmetlerden memnun olmalarına karşın, koylarda kalış sürelerinin kısa olduğundan ve gidilen destinasyonlarda kara turları organize edilmemesinden şikâyetçi oldukları ise aşağıdaki ifadelerden anlaşılmaktadır:

‘Katılımcı26’ ve ‘katılımcı27’; turdan memnun kaldıklarını ancak karaya yanaşma yerlerinde kalış sürelerinin biraz daha uzun olması gerektiğini, yaşanan bölgeyi gezmek için zamanın yetersiz olduğunu ve kara turları organize edilmesini talep etmişlerdir (Kadın, 40, Evli, Doktor; Erkek 41, Evli, Doktor).

‘Katılımcı43’; katıldığı mavi yolculuktan genel itibarıyla memnun olduğunu, teknenin koylarda kısa kaldığını ve marinaya yanaştıktan sonra bölgeyi bilmediği için tam anlamıyla gezemediğini ve bu durumda olan turistler için kara turları organize edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca bekârlara yönelik turların da düzenlenmesini istediğini belirtmiştir (Erkek, 40, Bekar, İnşaat Mühendisi).

### 5.3 Türk Müşterilerin Mavi Kruvaziyer Seyahatine İlişkin Tekrar Tercih Etme ve Tavsiye Etmeye Yönelik Görüşleri

Türk müşterilerin kruvaziyer seyahatine ilişkin tekrar tercih etme ve tavsiye etmeye yönelik görüşlerini belirlemek üzere derinlemesine görüşmelerden elde edilen önemli sonuçlar şöyledir:

Katılımcılardan gerek böyle bir deneyimi ilk tecrübe edenlerin, gerekse daha önce kruvaziyer seyahatine katılmış olanların; bu hizmeti tekrar tercih etme ve başkalarına tavsiye etme düşüncesinde oldukları aşağıdaki görüşlerden anlaşılmaktadır:

‘Katılımcı3’ ve ‘katılımcı4’; ilk kez katıldıkları mavi kruvaziyer seyahatinin sağlıkları için iyi geldiğini, kendilerini dinlendirdiğini, dinç ve diri hissetlerini ifade etmiş, bir sonraki yıl 15 günlüğüne katılmak istediklerini ve mavi yolculuğu arkadaşlarına ve akrabalarına kesinlikle tavsiye edeceklerini ifade etmişlerdir (Kadın, 54, Emekli, Erkek, 61, Evli, İşveren).

‘Katılımcı26’ ve ‘katılımcı27’; önümüzdeki yıllarda da tekrar gelmek istediklerini, özellikle kendileri gibi çocuklu ailelere tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir (Kadın, 40, Evli, Doktor; Erkek 41, Evli, Doktor).

‘Katılımcı32’; maddi durumu elverdiği müddetçe, farklı koy ve destinasyonlara yönelik mavi kruvaziyer seyahatlerine tekrar katılmak istediğini, özellikle bu tür seyahatlerin daha dinlendirici olması yönüyle arkadaşlarına, akrabalarına ve komşularına tavsiye edeceğini ifade etmiştir (Erkek,47,Evli, Eğitimci).

‘Katılımcı13’; katıldığı mavi yolculuktan memnun kaldığını, bir sonraki yıl Yunanistan’a yapılacak olan mavi kruvaziyer turu için şimdiden rezervasyon yapacağını ve mavi yolculuğu arkadaşlarına kesinlikle tavsiye edeceğini belirtmiştir (Kadın, 34, Bekâr, Finans Müdürü)

‘Katılımcı 39’; ilk kez katıldığı mavi kruvaziyer turundan kesinlikle memnun kaldığını, sosyal medya üzerinden yaşadığı deneyimlerini paylaşacağını ve kesinlikle tavsiye edeceğini belirtmiştir (Erkek, 37, Bekar, Mimar).

## 6. Sonuç

Türk turistlerin mavi kruvaziyer seyahatini tercih etmelerinde etkili olan nedenlerin, verilen hizmetlere yönelik düşüncelerinin, memnuniyet ile hizmeti tekrar tercih etme ve tavsiye etmeye yönelik görüşlerinin derinlemesine görüşme tekniği ile belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmada, derinlemesine görüşme yapılan katılımcıların, çoğunlukla 30 yaş ve üstü yaş grubundan, en az lisans eğitimi görmüş, iyi bir kariyer ve işe sahip, halen çalışmakta olan, orta ve üst gelir düzeyine sahip, doktor, avukat, üst düzey yönetici, müdür, mühendis, mimar, eğitimci, işletme sahibi gibi meslek alanlarından olduğu görülmektedir.

Elde edilen görüşmelerden, katılımcıların karayolu ile yapılan kültür turları ve otel/tatil köylerindeki tatile oranla mavi kruvaziyer seyahatini daha dinlendirici, daha az yorucu buldukları ve buna bağlı olarak daha az yorgunlukla farklı koyları ve limanları görme fırsatını sağladığı ve kalabalık plajlara kıyasla sakin ve temiz koylarda denize girmeyi tercih ettikleri için mavi kruvaziyer seyahatine yönelindikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların mavi kruvaziyer seyahatini tercih etmelerindeki diğer nedenlerin; hizmet kalitesinin yüksek oluşu, personelin gülyüzlüğü, hevesliliği ve empatisi olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, deniz sevgisi, romantizmi yaşama, denizle iç içe olma ve karadaki sorunlardan uzaklaşma isteğinin de tercih nedenleri arasında yer aldığı belirtilen görüşlerden anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra katılımcıların farklı yönde isteklerinin bulunduğu görülmektedir. Örneğin daha uzun süren, vegan ve vejeteryan yemeklerin sunulduğu, yoga vb. gibi aktivitelerin yer aldığı ayrıca sadece bekar ve çocuksuz ailelere yönelik turların düzenlenmesi isteği bu taleplerden bazılarıdır. Buna göre mavi kruvaziyer işletmeleri ve tur operatörlerinin klasik alışılmış mavi kruvaziyer turları dışında çeşitlendirme politikaları üreterek farklı hedef pazarlarına yönelik turlar organize etmeleri de önerilir. Sonuç olarak, Türkiye'nin güzel ve albenisi olan koylara sahip olması nedeniyle yerli ve yabancı turistler tarafından talep her geçen sezon artmaktadır. Bunlara paralel olarak, Türkiye'de son dönemlerde mavi kruvaziyer seyahatine olan ilgi ve katılımın artması da bir potansiyele işaret etmektedir. Bu anlamda, Türk turistlerin önemli bir hedef pazar özelliği taşıdığı söylenebilir. Bu pazardan daha yüksek pay almayı hedefleyen mavi kruvaziyer seyahati yapan işletmelerin ve dağıtım kanalı üyelerinin bu pazardan yararlanmaları ve çalışmada yer alan hedef pazar gruplarının istek ve ihtiyaçları doğrultuda pazarlama stratejileri geliştirmeleri önerilir. Zira bu anlamda Türkiye' de önemli bir potansiyelin olduğu öngörülmektedir.

#### Kaynakça

- Andriotis Konstantinos ve Agiomirgianakis George (2010). Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call. *International Journal of Tourism Research*, 12, ss. 390-404.
- Bayazıt Şeyma (2017). Yerel Halkın Kruvaziyer Turizmi Farkındalığına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: Bodrum Örneği, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, Güz: 151-169, 2017 e-ISSN: 2602-3008.
- Bircan Kâmil (2014). Kruvaziyer Yolcu Taşımacılığı Kapsamında Kruvaziyer Limanların Etkinliğinin Değerlendirilmesi: Alternatif Liman Önerisi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, *Doktora Tezi*, İşl-Dr-2014-0001, Aydın
- Cruise Lines International Association, Cruise Industry, [www2.cruising.org/industry/tech-intro.cfm](http://www2.cruising.org/industry/tech-intro.cfm), 5.Haziran.2010'den aktaran Çimenoğlu, Güven (2011). Kruvaziyer Turizminin Kent İle İlişkisi Bağlamında Karaköy - Salıpazarı Bölgesi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim, Dalı Mimari Tasarım Programı, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Deniz Müjgan (2017). Kruvaziyer Turizminin Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi, *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, (03) Special Issue: Economic and Social Development in Balkan Countries
- Dilek Emre, Kaygalak Sonay, Türksoy S.Seda, Timur Alp (2015). Kruvaziyer Turizmi: İzmir Merkez Liman Olabilir Mi?, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt 5 Sayı 2 (2015) Journal of Life Sciences; Volume 5 Number 2
- Douglas, A.C, Mills, J.E & Phelan, K.V. (2010). Smooth sailing?: Passengers' assessment of cruise brand equity. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27:649-675. doi:10.1080/10548408.2010.519300
- Duman, Teoman (2003). Kruvaziyer (Gemi) Turları Satın Alan Tüketicilerin Geleceğe Yönelik Davranışsal Eğilimlerini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, ss.160-178.
- Duman, T. ve Mattila, A.S. (2005). The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value. *Tourism Management*, 26, ss. 311 – 323.

- Dwyer, L. ve Forsyth, P. (1998). Economic Significance of Cruise Tourism, *Annals of Tourism Research*, Cilt:25, Sayı: 2, ss. 393 – 415.
- Hur, Yoonkyung (Katie) ve Adler, Howard (2011). An Exploratory Study Of The Propensity For South Koreans To Take Cruises: Investigating Koreans' Perceptions Of Cruise Ship Travel. *International Journal of Tourism Research*, Published Online In Wiley Online Library, (Wileyonlinelibrary.Com) DOI: 10.1002/Jtr.1862.
- Işık Atlay Derya ve Cerit A. Güldem (2015). Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kültürünün Oluşturulmasında İçsel Pazarlamanın Rolü: Kruvaziyer Turizmden Bir Örnek Olay, *Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Yıl: Nisan 2015 Cilt-Sayı: 8 (2) Ss:61-77 Issn: 2148-5801 E-Issn 1308-4216 [Http://Dergipark.Ulakbim.Gov.Tr/Niguiibfd/](http://Dergipark.Ulakbim.Gov.Tr/Niguiibfd/)
- İnan, Eda A., Akıncı, Serkan, Kıymalıoğlu Aslıhan ve Akyürek M. Savaş (2011). Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(3): 487-497.
- Juan Pin-Ju ve Chen Hui-Mei (2011). Taiwanese Cruise Tourist Behavior During Different Phases of Experience. *International Journal of Tourism Research*, Published online in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com) DOI: 10.1002/jtr.882.
- Kozak, N., Kozak M.A. & Kozak M. (2012). *Genel Turizm – İlkeler Kavramlar* (Gözden Geçirilmiş 13. Baskı), Detay Yayıncılık: Ankara.
- Kwortnik, R.J. (2008). Ships cape Influence on the Leisure Cruise Experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Cilt: 2, Sayı:4, ss. 289 – 311.
- Lekakau M. B. ve Vaggelas G. K. (2011). *The Economic Impact of Cruise Local Economies. The Case Of Island*, Athens Tourism Conference, 2-3 February 2011, Athens, Greece.
- Öztürk Gözde ve Tanrısevdi Abdullah (2017). Uluslararası Kruvaziyer Ziyaretçilerine Ait Özelliklerin Birliktelik Kuralı Modeli İle Analizi, Özel Sayı 1- Ocak 2017, *Uluslararası İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Ss.135-148
- Patton, M. Q. (1987). *How To Use Qualitative Methods In Evaluation*, Newbury Park, CA: Sage.
- Rossmann, B. G. ve Rallis, F. S. (2012) *Learning in the Field: An Introduction To Qualitative Research*, Thousand Oaks, California: Sage Publications, Third Edition.
- Sezer İbrahim (2014). Kruvaziyer Turizmi'nde Dikkat Çeken Bir Nokta: Kuşadası Limanı, *Doğu Coğrafya Dergisi*, Yıl 2014, Cilt 19, Sayı 32, ss. 49 – 78
- Véronneau, S. and Roy, J. (2009). Global Service Supply Chains: An Empirical Study of Current Practices and Challenges of a Cruise Line Corporation, *Tourism Management*, 30, 128-139.
- Wild, P. & Dearing, J. (2000). Development of and Prospects for Cruising in Europe, *Maritime Policy and Management*, 27 (4), s. 315-333.
- Yaman, E. (2010). Psiko Şiddete (Mobbinge) Maruz Kalan Öğretim Elemanlarının Örgüt Kültürü ve İklimi Algıları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(1):567-578.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.