

## Kruvaziyer Turizminin Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi

Müjgan DENİZ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Yard. Doç. Dr, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İngilizce İktisat Bölümü; hacioğlu@istanbul.edu.tr

**Özet:** Kruvaziyer turizm dünya genelinde turizm ve seyahat endüstrisi içerisinde en hızlı büyüyen segment olmuştur. Turizm sektöründe Dünya’da değişen talepler ve farklı destinasyon arayışları ile beraber Türkiye’nin de önüne kruvaziyer turizmi ile ilgili yeni fırsat kapıları aralanmaktadır. Türk Turizm sektöründe son yıllarda yaşanan daralma ve kötü gidişattan çıkış yolları arasında “kruvaziyer turizm” ve deniz yolculuğu ile limanlarımıza gelecek yeni turist kabileleri bir alternatif oluşturmaktadır. Kapasitenin yönlendirdiği piyasaya yapısı ile 'arzun yönlendirdiği' bir pazar türü olmasından dolayı kruvaziyer gemi işletmeleri gelirlerini arttırabilmek için yeni pazarlar, yeni güzergahlar ve yeni destinasyonlar arayışındadırlar. Yeterli imkânlar, hizmetler ve altyapı sağlanırsa, Türkiye’deki sahil şehirleri ve potansiyel limanlar daha fazla kruvaziyer gemi turları çekebilecek ve gözde seyahat rotaları arasına akdeniz ve karadeniz kıyılarında Türkiye’ye ait olan destinasyonlar da girebilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm endüstrisi, kruvaziyer turizmi, destinasyon yönetimi, turizm geliri

**JEL Sınıflaması:** Z30, Z31, Z38

### Analysing Cruise Industry in Terms of Turkish Tourism Sector

**Abstract:** The cruise ship industry has been the fastest growing segment in tourism and travel industry around the world. Along with the quest for different destinations in the tourism sector and the changes in the world, new opportunities for cruise tourism are being shed in front of Turkey. "Cruise tourism" and "sea journey" among the ways of getting out of the crisis facing by Turkish Tourism Sector in recent years and new trends in cruising industry are creating an alternative for the new tourist groups coming to Turkish ports. In order to develop Turkish Cruise industry, considering negative and positive sides of Turkish cruising sector, what needs to be done has been analysed. It is a 'supply driven' market with capacity driving the market, because cruise liners are ever in search of new markets, new itineraries and new destinations. If adequate facilities, services and infrastructure are provided, that will in turn attract more and more cruise operators to Turkish shores and among the favourite destinations across the Mediterranean and Black Sea, Turkish ports would be some of them.

**Key Words:** Tourism sector, cruising tourism, destination management, tourism revenue

**JEL Codes:** Z30, Z31, Z38

#### 1. Genel Hatlarıyla Kruvaziyer Turizmi

Öncelikle kruvaziyer turizmin ne ifade ettiğine ve hangi aktiviteleri kapsayıp, kapsamadığına kısaca bakmakta fayda var. Kruvaziyer turizmi, deniz temelli turizm kategorisi içinde yer alan, liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteleri kapsayan bir turizm çeşididir. Uluslararası literatürde “Cruise” olarak adlandırılan kruvaziyer turizm kavramı: “Esas amacı gemiye binen yolcuların bir yere ulaşımının sağlanması yerine, konaklamasına dayanan ve belirlenmiş bir rota üzerinde gidip gelmek yerine destinasyonların zaman geçirmek amacıyla ziyaret edilmesine yönelik deniz yolculuğu için bilet satın alınması” olarak tanımlanmaktadır. (Wild & Dearing, 2000: 319)

Kruvaziyer turizmi, sunulan hizmetin yeri ve şekli bakımından gemi seyahatini kapsayan bir turizm çeşididir; dolayısıyla kısa zamanda pek çok farklı

ülkeyi ve şehri görebilme imkanı sunması nedeniyle son yıllarda dünyada en rağbet gören seyahat seçeneği haline geldi. Bugün, kruvaziyer turizm sektörü 1990’dan beri ortalama % 7.4’lük yıllık yolcu büyüme oranı ile eğlenme-dinlenme (leisure) sektöründe dünya genelinde en hızlı büyüyen kesim olmuştur. (CLIA, 2009)

Bugün dünya turizminde kruvaziyer turizmin payı sadece % 3’tür. Bu durum sektörün büyüme potansiyelini gözler önüne sermektedir. Bu hızlı büyüme ve yaygınlaşma trendinden dolayı, kruvaziyer turizm üzerine son on yıllarda kayda değer bir inceleme yapılmaya başlanmış ve bu sektöre dair bir yazın oluşmaya başlamıştır. Özellikle, Amerika Birleşik Devletleri ve Kuzey Amerika’da bir kruvaziyer gemi yolculuğu satın almak ve farklı destinasyonları deniz yolculuğu ile görmek oldukça yaygınlaşmış hatta popüler hale gelmiştir. Öyleki, Amerikalı turistler dünyadaki tüm kruvaziyer yolcuların % 76’lık kısmını

oluşturmaktadır. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (Cruise Lines International Association - CLIA) raporuna göre, sadece Amerika Birleşik Devletleri (USA) pazarında yolcu sayısında % 16.8'lik eşi görülmemiş bir artış beklenmektedir.<sup>1</sup>

Sunulan hizmet açısından kruvaziyer turizmi misafirlerine iki yönlü bir hizmet sunmaktadır çünkü, temelinde deniz ve gemi seyahati yer almaktadır. Bunlardan birinci grupta, modern ve donanımlı yolcu gemileri ile dünyanın dört bir köşesine yapılan seyahatler yer alırken; ikinci gruba ise beş yıldızlı bir otel işletmesinden bile daha fazla lükse ve geniş hizmet olanaklarına sahip konaklama, yeme-içme, eğlence, dinlenme, spor, alış-veriş, sanat etkinlikleri sunan gemi içindeki yolcu hizmetleri yer almaktadır. Seyahate katılan misafirler, hem kaliteli bir otel işletmesinden bekledikleri sunum ve hizmetleri almakta hem de her gün dünyanın farklı ve değişik limanları ile şehirlerinde çeşitli gezi ve etkinliklerine katılabilmektedirler. Kruvaziyer seyahatini içeren turizm segmentinde daha çok liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler öne çıkmaktadır. Dolayısıyla, kruvaziyer hatlarının uğrak yeri olarak belirlediği limanlar ve bu limanlarda kruvaziyer turistlere sunulan turistik hizmetler, ev sahibi ülkelerin ağırlıklı yatırım yaptıkları alanları oluşturmaktadır. Bütün dünyada ve özellikle Karayipler Bölgesinde, yerel yönetimlerin devasa büyüklükteki yolcu gemilerinin yanabileceği yüksek kaliteli limanlar inşa etmek için son yıllarda önemli miktarda para yatırdıkları görülmektedir.

Gemilerin uğradıkları liman ve şehirlerde, önceden hazırlanan çeşitli gezi, eğlence, müze ve ören yerleri ziyaretleri, festival ve kültür-sanat etkinliklerini içeren aktiviteler yolculara bir paket program halinde sunulur. (Görgün, 2011: 48-49) Kruvaziyer yolcu gemilerindeki turistler, seyahatleri sırasında hem geminin tüm olanaklarından faydalanabilir hem de görmek istedikleri destinasyonları aynı paket tur içerisinde görme imkanına sahip olmaktadır. Gemide sunulan her türlü hizmet ve liman ziyaretlerinden oluşan bir turistik ürün olarak kruvaziyer turizmi, ayrıca diğer ulaştırma ve konaklama hizmetlerinden de yararlanmaktadır.

Öte yandan, dünya limanları bu turizm segmentinde % 5'lik büyüme hedefleri ile yola

devam ederken dünya ortalaması üzerinde büyüme potansiyeli vaat eden Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda beklenen büyüme yakalanamamıştır. Bu gelişmede güvenlik ve ülke imajındaki olumsuz algının yanısıra; Yunanistan'daki ekonomik kriz ve krize bağlı grevler nedeniyle Pire limanı çıkışı turların iptal edilmesi ve Venedik limanındaki yoğunluk dolayısıyla kruvaziyer turların Batı Akdeniz'e kaydırılmasının da etkisi olmuştur.

### 1.1. Dünya'da Kruvaziyer Turizminin Doğuşu

İlk kez 1831 yılında İtalya'dan yola çıkıp İzmir'i de kapsayan bir Akdeniz turu ile başlayan kruvaziyer turizmi Akdeniz Kruvaziyer Limanlar Birliği (Medcruise) verilerine göre 2014 yılı sonunda 25.8 milyon yolcu ve 13.716 gemi seferi hacmine ulaşan ve her geçen gün hızla büyüyen bir turizm çeşidi olmuştur.<sup>2</sup> Yine 2013 yılı sonunda dünya genelinde 20.9 milyon yolcu bu turizm çeşidini tercih etmiş ve bu turistlerin 2.2 milyonu Türkiye limanlarını ziyaret etmiştir. Bir başka deyişle 2013 yılı verilerine göre toplam kruvaziyer turistin yaklaşık %11'inin yolu Türkiye'den geçmiştir.

Kruvaziyer turizm pazarında esas büyük gelişme 1930 yılından itibaren kruvaziyer gemi seferlerine devlet desteği sağlayan Almanya sayesinde olmuştur. Kruvaziyer seferlere yoğun katılım sağlayabilmek için Alman devlet adamları "Eğlen, güç kazan" (Kraft durch Freude- Strenght) sloganını kullanarak bu turizm segmentine destek olmuşlardır. Bu sayede kruvaziyer turizm çok büyük bir gelişme göstermiştir. Daha sonra II. Dünya Savaşı'nın hemen ertesinde, Yunanlı armatörler, Yunanistan'ın Adalar Denizi'nde kruvaziyer seferleri başlattılar. Kruvaziyer gemi işletmeciliğinde stratejilerine Amerika Birleşik Devletleri'nin vatandaşlarında gelişen gezme-görme-dinlenme isteğini kruvaziyer turizm doğrultusunda yönlendirmede çok başarılı olmuşlardır. Özellikle *Semiramis* adlı gemi ile gerçekleştirilen bu seferler büyük ilgi görmüştür (Kadioğlu & Güler, 1998: 44 ).

Kruvaziyer turizm bir kitle turizmi sayılmasa da, 1950'li yıllardan itibaren, genel olarak turizm hareketlerine katılımın yoğunlaşması, modern kruvaziyer turizmin de başlangıcı sayılabilir. 1900'lü yılların başından itibaren İngiliz, Alman, Amerikan

1 www.cruising.org

2 www.med-cruise-guide.com

ve Fransız şirketleri Avrupa ile Amerika kıtası arasında lüks yolcu gemileriyle en hızlı ulaşımı sağlama yarışına girişmişlerdir. Hızın kesilmesi II. Dünya Savaşı'nın patlak vermesi ile meydana gelmiştir. Ancak II. Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında yolcu gemileri yeniden eski popüleritesini yakalamıştır. Bu dönemde ABD'nin United States transatlantiği 1952 yılında hizmete girmiştir ve İngiltere'nin ünlü Queen Elizabeth II transatlantiği de en ünlü transatlantikler arasında yerini almıştır.

Diğer taraftan, 1950li yıllarda kıtalar arası hava taşımacılığının ön plana çıkmasıyla Atlantik'te yolcu taşımacılığına yönelik düzenlenmiş gemiler iş yapamaz hale gelmişlerdir. Havayolu taşımacılığındaki gelişmeler 1960'lı yıllardan itibaren deniz yolculuğunu yolcu ulaşımından çok bir dinlenme/eğlenme ve turizmin kelime anlamının "başladığı yere dönmek" olmasından hareketle gerçek bir "turizm faaliyeti" haline getirmiştir. (KUTO, 2016: 7) "Kruvaziyer Turizmi" diyebileceğimiz etkinlik de aslında dünyada 1960'lı yıllardan itibaren başlamış ve asıl popüleritesini bu dönemden itibaren yakalamıştır. Kruvaziyer gemilerde görülen patlama; 1990'lı yıllarda da devam etmiştir. Bu yıllarda kruvaziyer gemiler artık yüzen dev eğlence merkezleri haline gelmiştir. Bu durum karşısında gemi şirketleri yeni bir pazar oluşturmak zorunda kalmış ve gemilerin, gezi, tatil amaçlı kullanılması fikrinin gelişmesiyle kruvaziyer turları doğmuştur. (KUTO, 2016: 6)

## 1.2. Son Yıllarda Küresel Çapta Kruvaziyer Turizm Sektöründeki Gelişmeler

Kruvaziyer turizmi geleneksel turizm türlerinin aksine hızlı büyüme evresinde olan bir alandır. CLIA'nın açıkladığı "the State of the Cruise Industry Outlook 2017" a göre küresel çapta kruvaziyer seyahat ve turizmi mevcut hızında istikrarlı bir şekilde büyümeye devam etmektedir. Dünya denizlerinde halen 380'e yakın gemi

dolaşüyor. Önümüzdeki beş yıl için de 83 yeni gemi siparişi verilmiş durumda. Yaşlı ve emekli turizmi olarak başlayan kruvaziyer turizmi artık çok çeşitlendi ve ailelerin yanı sıra yalnız seyahat eden önemli bir kitle de bu turizm çeşidini tercih etmeye başladı. İstatistiki verilere göre %13'ü Akdeniz sularında hizmet veren küresel kruvaziyer gemiler Akdeniz kıyılarını en cazibeli 10 kruvaziyer destinasyonu arasına sokmaktadır. (Florida Caribbean Cruise Association, 2009) Aynı zamanda, son dönemde Karayipler pazarının doygunluğa ulaşmış olması kruz turlarının rotalarını değiştirerek bazı gemilerini yeni rotalara yönlendirmesiyle, Avrupa ve Akdeniz Çanağındaki liman kentlerinin daha hızlı büyüyen bir segment oluşturmaya katkı yapmıştır. (Veronneau & Roy, 2009)

Bu bağlamda, Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA) tarafından hazırlanan 2017 raporunda yer alan küresel çapta kruvaziyer gemilerinde seyahat eden yolcu sayısı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Kruvaziyer gemi seyahati satın alan turistlerin en çok tercih ettiği rota olan Karayipler ve Bahama Adaları'nı Türkiye'nin de içinde bulunduğu Akdenize kıyısı olan ülkeler takip etmektedir. Akdeniz ülkeleri arasında İspanya, İtalya ve Yunanistan'ın ardından Türkiye 4'üncü sırada yer almaktadır. 2013 yılında dünyada kruvaziyer turisti sayısı 21.3 milyon kişiye ulaşırken Türkiye için bu sayı % 11'lik payla 2.2 milyon kişiye ulaşmıştır. (TÜRSAB Kruvaziyer Turizmi Raporu)

Firmaların verdiği yeni gemi siparişleri ile yeni pazar ve rotasyon arayışları, rekabeti üst düzeye çıkardı ve kruvaziyer turizmini diğer turizm türleri arasından sıyrılarak hızla ilerlemesini sağladı. Kuzey Amerika – Karayipler/Bahamalar, Akdeniz ve Kuzey ülkeleri rotasyonları dışında Güney Amerika, Kızıl Deniz ve son olarak Uzakdoğu pazarında da artışlar gözleniyor. Yine de son dönemde kruvaziyer turizminde en büyük payı Karayipler (Caribbean Islands, Bahamas) ve Bahamalar aldı.

Tablo 1. CLIA Küresel Kruvaziyer Yolcu Sayısı (Milyon Adet)

Yıl	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017p
Yolcu Sayısı	17.8	19.1	20.5	20.9	21.3	22.34	23.19	24.7	25.8

Kaynak: Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA), 2016 Yılı Raporu. p: Projected (tahmini) rakam

Tablo 2. Dünya Kruvaziyer Turizm Yolcu Talebinin Yoğunlaştığı Bölgeler

BÖLGE	PAY (%)
Karayipler/Bahamalar	%33.7
Akdeniz	%18.7
Avrupa (Akdeniz hariç)	%11.7
Asya	%9.2
Avustralya/Yeni Zelanda/G. Pasifik	%6.1
Alaska	%4.1
Güney Amerika	%2.7
Diğer	%13.8

Kaynak: IMEAK DTO, Kruvaziyer Turizmi Raporu, 2015, s.6.

Kruvaziyer turizminin sektörde hızlı gelişim göstermesinin nedenlerine bakmak gelecekte bu sektöre yönelik strateji geliştirmede ve öngörülerde bulunabilmek adına faydalı olacaktır. 2017 yılında 25.8 Milyon Beklenen Kruvaziyer Yolcu Sayısı önemli bir rakamdır ve bu sayı gelecekte daha da artacaktır. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA) tarafından 2004 yılında yaptırılan bir araştırmada kruvaziyer turizminin bu kadar cazip olmasının nedenleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

“Bir kruvaziyer gemisi, insanların bir tatilde isteyebileceği hemen hemen her şeyi sunuyor: heyecan, dinlenme, macera, kaçış, keşfetme, uygun fiyat ve daha fazlası. Bütün bunlara, istenildiği ölçüde zahmetsizce ulaşılabilir.”

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

- Kruvaziyer turizmi fiyat/satın alınan değer oranı açısından diğer tatil türlerine oranla daha uygun durumdadır. Denizde yapılan tatilde barınma, lezzetli yemekler, eğlence, birinci sınıf hizmet ve diğer lüks seçeneklerin de fiyata dahil olması bu tatil türünün cazibesini arttırmaktadır.

- Heryıl kruvaziyer gemilerle yolculuğa çıkanların yaklaşık %40-45 ini ilk kez katılanlar oluşturmaktadır. ABD’deki kruvaziyer turizm

yolcuları genelde evli, yıllık geliri 99.000 dolar civarında, kolej ve üniversite mezunu, ve bir işte çalışan kişilerden oluşmaktadır. Genelde partnerleriyle birlikte ortalama 6,2 gün gemide kalmaktadırlar ve bu süre içerisinde kişi başı ortalama 1,650 ABD Doları harcama yapmaktadırlar. Bu fiyata hava transferleri dahil değildir.

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

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

- Kruvaziyer seyahati yolculara güvenli ve konforlu bir şekilde dünyanın en uzak ve bazen de vahşi bölgelerine, tarihi değerdeki şehirlere; güneşle yıkanan adalara ulaşmaları olanağını vermektedir. Kruvaziyer endüstrisi eğitime ve seyahat acentelerine desteğe yaptığı yatırım sonucunda; tüketicilere kendi kişisel yaşam tarzlarına, zevklerine ve bütçelerine uygun seçimi yapmalarını sağlayacak profesyonel destek sunmaktadır.”<sup>3</sup>

Sektörün en büyük 3 şirketi Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises ve Norwegian Cruise yolcuların % 79.4’üne, gelirin % 71.8’ine sahiptir.

3 www.cruising.org

Yolcuların ve tayfaların 2015 yılında limanlarda yapacağı doğrudan harcamanın 19.2 milyar dolar olarak gerçekleşmesi bekleniyor. Kruvaziyer turizminin % 84 gibi önemli bir kısmı ABD'li turistlerden oluşuyor. Kruvaziyer turistinin gemide yaptığı harcama 7 günlük bir ortalama seyahat için 1.719 USD. (Deniz Ticareti, Temmuz 2015: 4) Bu miktarın % 75'i bilet parasına gidiyor. Gemide yapılan diğer harcama kalemleri ise casino, bar, iniş giderleri ve spa olarak öne çıkıyor. Buna ek olarak, kruvaziyer turisti ve gemi tayfalarının indiği limanlarda yaptığı harcamanın bu yıl, 19.2 milyar dolar olarak gerçekleşmesi bekleniyor. (IMEAK, 2015: 6)

### 1.3. Kruvaziyer Turizmin Ülke Ekonomisine Katkısı

Kapasitenin yönlendirdiği piyasaya yapısı ile 'arzın yönlendirdiği' bir pazar türü olmasından dolayı kruvaziyer gemi işletmeleri gelirlerini arttırabilmek için yeni pazarlar, yeni güzergahlar ve yeni destinasyonlar arayışındadırlar. Yeterli imkânlar, hizmetler ve altyapı sağlanırsa, Türkiye'deki sahil şehirleri ve potansiyel limanlar daha fazla kruvaziyer gemi turları çekebilecek ve gözde seyahat rotaları arasına akdeniz ve karadeniz kıyılarında Türkiye'ye ait olan destinasyonlar da girebilecektir. Uluslararası havacılıktaki gelişmeler sağladığı hava geçit yolları ile zaman ve erişilebilirlik üzerinde pozitif etki ederek ve bölgesel turizm destinasyonlarına kolay bağlantı olanağı ve çeşitlilik imkanı sunması ile kruvaziyer turizmin gelişimini olumlu yönde etkilemiştir.

Kruvaziyer turizm pazarındaki turizm gelirleri, seyahat gemileri ile gelen yolcuların yapmış olduğu tüm harcamaları ifade etmektedir. Kruvaziyer sektörünün ekonomik etkileri incelendiğinde yedi ana başlık ortaya çıkmaktadır. Bunlar; turizm gelirleri, liman gelirleri, gemi inşa sanayi, gemi ikmal, gemi acenteleri, tur acenteleri ve kamu gelirleridir (vergi, rüsum ve harçlar).

#### Turizm Gelirleri

Kruvaziyer turizmde limana gelen her gemi ülke ekonomisine döviz girdisi sağlamaktadır. Kruvaziyer endüstrisi Avrupa genelinde tüm ülke ve endüstrilere ekonomik fayda sağlayacak dinamik bir ekonomik aktivite kaynağı haline gelmiştir. Beş yıllık bir dönem üzerinde, kruvaziyer işletmelerin mal ve hizmetler için yaptıkları harcamalar ile gemide çalışan tayfaya yapılan harcamalardaki

artış yıl başına ortalama %5.2 olmuştur. Kruvaziyer endüstrisindeki direkt toplam harcamalar geçen son beş yıl içerisinde düzenli bir şekilde artarken, harcamadaki büyüme de kategorik olarak çeşitlilik göstermiştir. 2015 yılında, kruvaziyer sektörü kendi içerisinde direkt olarak 16.89 milyar €'luk doğrudan harcama üretti. Bu harcamalar aşağıdaki gibidir: (CLIA Europe Members Lines, 2015)

**Liman gelirleri:** Kruvaziyer gemi operatörleri limana giriş ve çıkışlarda limana ödedikleri pilotaj, römorkaj, palamar, barınma ve ayakbasta ücretleri liman gelirleri olarak adlandırılabilir.

**Gemi inşa ve bakım onarım gelirleri:** Kruvaziyer gemilerin bakım- onarım masraflarının yük taşıyan gemilere oranla çok daha büyük miktarlarda olduğu fakat ülkemiz tersanelerinin bu pazardan pay alamadığı bilinmektedir.

**Gemi ikmal gelirleri:** Kruvaziyer gemileri, mürettebat ile beraber 5 bin kişiye varan nüfusları ile çok büyük bir kumanya tüketicisi olmanın yanı sıra gemilerin en büyük giderlerinden biri olan yağ ve yakıt için de çok büyük bir pazar teşkil etmektedir.

**Gemi acenteleri gelirleri:** Ülkemize gelen kruvaziyer gemilerin kullanmaktan tasarruf edemeyeceği hizmetlerden biri olan gemi acenteliği, kruvaziyer sektörünün ülkemize doğrudan gelir sağlayan alt sektörlerinden biridir.

**Tur acenteleri gelirleri:** Limanlara gelen gemilere gerek yurtiçinden gerekse yurtdışından yolculara kruvaziyer tur satan tur acenteleri kruvaziyer sektörünün doğrudan etki ettiği alt sektörlerden biridir.

**Kamu gelirleri, Vergi, Rüsum, Harçlar:** Kamu kuruluşları tarafından alınan fener, sağlık sıhhiye gibi harç ve rüsumlar da kruvaziyer sektörünün ülkeye gelir getirdiği bir diğer kalemdir.

**Harçlar** Her ne kadar bu ücretlerin kamu maliyesi açısından gelirleri söz konusu olsa da yapılacak indirimler marifetiyle daha fazla geminin gelebileceği ve dolayısıyla toplam gelirleri daha fazla artırabileceği konusu ele alınarak liman ücretleri içerisinde kamu payı değerlendirilmelidir.

Kruvaziyer turizminin ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlayabilmesi için belirlenen yedi alt sektöre yönelik stratejiler geliştirilmelidir.

## 2. Türk Turizm Sektörü Açısından Kruvaziyer Turizmi ve Mevcut Durum

İlk olarak, Türkiye’de turizm sektörü ve bunun içerisindeki kruvaziyer turizmin durumunu tespit etmek gerekiyor. Dünyada gelişim içerisinde olan bu sektör, ülkemizin tüm tabii özelliklerine ve güzelliklerine rağmen maalesef diğer rakip ülkelerdeki gelişmeyi yakalayabilmiş değildir. Turizm endüstrisi hızla gelişen, çeşitlenen hizmet sektörünün de ivme kazandırmasıyla etki alanını geliştiren dinamik bir sektördür. Ancak, 1980’lerden itibaren Türkiye’de de etkili olan **3S** (Sea, Sand and Sun Tourism) turizmi artık önemini yitirmeye başlamış ve yeni arayışlar içerisindeki orta ve üst gelir grubundaki turistlere farklı seçenekler sunan turizm kanalları gelişme göstermiştir. Bilindiği gibi, 3S Turizmi deniz, güneş ve sahil şeridi ile ilgili bütün aktiviteleri içeren geleneksel bir turizm türüdür. (Stupart & Shipley, 2012)

Türkiye halen 1980’li yıllarda ülkenin kalkınması ve uluslararası turizm piyasasından pay alabilmesi için desteklenen 3S Turizmden bir sonraki aşamaya geçmeyi başaramadı. Kruvaziyer turizmi diğer turizm faaliyetlerine göre daha uzun bir sezon aralığına sahip; bunun nedeni ise gezi amacının sadece güneş ve deniz ihtiyacı gerektirmemesi. Yunanistan’ın yaptığı gibi 1970’li yıllarda kalkınmak için başladığı kum, güneş, deniz turizminden 1990’lı yıllara gelindiğinde artık daha sofistike ve üst gelir düzeyi segmentindeki turistlere hitap eden bir turizm anlayışına geçebilmeliydi. Türkiye’de

kruvaziyer turizminin tarihsel sürecinin ilk kez 1831 yılında İtalya’dan yola çıkıp İzmir’i de kapsayan bir Akdeniz turu ile başladığı söylenebilir.

Kuzey Amerika’dan sonra talep yoğunluğu açısından ikinci sırada Avrupa gelmektedir. Panama Kanalı geçiş bölgesi olarak talep görmektedir. Avrupa Bölgesi içerisinde yer alan Türkiye, Doğu Avrupa Bölümü Kruvaziyer Turizm Pazarında önemli ülkelerden biri konumundadır. (Görgün, 2011: 78) Kruvaziyer turizmi, 2013 yılı sonunda dünya genelinde 20.9 milyon yolcuya ulaştı. 2013 yılında, söz konusu 20.9 milyon kişinin 2.2 milyonu Türkiye limanlarını ziyaret etti. Bir başka deyişle toplam kruvaziyer turistin yaklaşık yüzde 11’inin yolu Türkiye’den geçti. Ancak sektörde yakalanan bu ivme son yıllarda sürdürülemedi. (İMEAK, 2015) Öyle ki, 2002 yılında Türkiye limanlarına 336 kruvaziyer gemisi giriş yapmış ve bu gemilerle beraber 115.000 civarında yolcu gelmiştir. 2007 yılında, sefer sayısı 1267’ye yolcu adedi de 1.225.275’e çıkmıştır. 2008 yılında sefer sayısı 1612’ye, yolcu sayısı ise 1.605.302 kişiye çıkmıştır. 2002 yılındaki rakamlar ile 2008 rakamları arasında Türkiye Kruvaziyer turizmi açısından gerek geçen yıllar gerekse de gelecek açısından kayda değer ve umut veren bir artış gözlemlenmekteyken, son yıllarda turizm sektöründe yaşanan olumsuz gelişmelerle beraber bu artışın devam etmediği görülmektedir.

Tablo.3. Türkiye’ye Gelen Yabancı Turistlerin Taşıt Araçlarına Göre Dağılımı

Taşıt Araçları	2015	2016	2017	Değişim Oranı
Havayolu	1.441.533	1.490.624	1.332.309	-10,62
Karayolu	709.758	547.438	627.355	14,60
Demiryolu	1.417	395	398	0,76
Denizyolu	47.638	40.475	35.980	-11,11

Kaynak: www.yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/50424,2017ocakbultenxls.x, 28 şubat 2017

2013 yılı sonrasında ve 2014’ten itibaren Kruvaziyer turizm sektöründe Türkiye’nin büyümesi olumsuz etkilenmiştir. Kruvaziyer şirketleri 2014 yılı itibarıyla, İzmir’e ve İstanbul’a yaptıkları seferleri azaltmaya başladılar. Bu yönelimde Doğu Akdeniz’de yaşanan savaşların yanı sıra firmaların Uzakdoğu ve Latin Amerika pazarlarına yönelmeleri de rol oynadı. Ayrıca İzmir’in liman ve turizmdeki altyapı sorunları da, kruvaziyer turizmde hedeflenen sıçramayı engelledi. (İMEAK DTO, 2015) Bundaki en önemli sebep Türkiye’ye gelen kruvaziyer gemilerinin %40’a yakınının negatif gelişmeler ve grevler yaşayan Yunanistan’daki Pire Limanı’ndan hareket etmesidir.

Pire Limanı’nda yaşanan olumsuzluklar nedeniyle rezervasyonlarını Batı Akdeniz’e kaydırma eğilimi gösteren dev kruvaziyer şirketlerin bu stratejisi Türkiye’nin bu alanda büyüme oranını da yarıya düşürmüştür. Yunanistan faktörüne rağmen kruvaziyer yolcuların Türk turizmde önemi giderek artmaktadır. Öyle ki, 2003 yılında sadece 581.000 kruvaziyer yolcuyu ağırlayan sektör, 11 yılda % 285 gibi büyük bir artışla 2013’te 2.2 milyon 2014 yılında yaşanan düşüşe rağmen 1.8 milyon yolcuya ulaşmıştır. Oysa aynı dönemde dünya genelinde kruvaziyer turizm sektöründe turist sayısındaki artış % 150’lerde kaldı. Yani

Türkiye bu sektörde dünya genelinde yaşanan artış oranının 2 katına yakın bir büyümeye ulaşmıştır.<sup>4</sup>

Ülkede 2014 yılı itibarıyla de 174 adet liman ve buna bağlı iskele bulunmaktadır. Kuşadası, İstanbul, ve İzmir Limanları ise en çok talep gören kruvaziyer limanlarıdır. Kültür ve Turizm

Bakanlığı'nın 'Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefinde İstanbul için de yeni limanlar yer almaktadır. Bu kapsamda, Galata Kruvaziyer Limanı, Ataköy Kruvaziyer Limanı ve Zeytinburnu Kruvaziyer Limanı da İstanbul için plana alınmış durumdadır.<sup>5</sup>

Tablo 4. Türk Limanlarına Gelen Kruvaziyer Gemi ve Yolcu Sayılarının Yıllara Göre Dağılımı

### Tüm limanlara gelen gemi ve yolcu sayılarının yıllara göre dağılımı

Yıl	Gemi	Yolcu (Bin)
2003	887	582
2004	927	645
2005	1048	758
2006	317	1.016
2007	1421	1.368
2008	1612	1.605
2009	1328	1.484
2010	1368	1.719
2011	1623	2.191
2012	1587	2.096
2013	1572	2.241
2014	1385	1.790
2015	1456	1.889
2016	590	628

Kaynak: Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (UDHB)

#### 2.1. Türkiye'de Kruvaziyer Turizm Potansiyeli

Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olması ve Akdeniz Çanağında yer alması kruvaziyer turizmi açısından ülke için önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Ayrıca, 8 bin 333 kilometre kıyı şeridi uzunluğu ile Avrupa'nın en uzun kıyı şeridine sahip ülkelerden biridir. (Büyükipekçi & Gök, 2015: 28) Daha da önemlisi, bu bölge dünyada gemi ile kısa bir program çerçevesinde ve aynı zamanda Avrupa, Afrika, Asya kıtalarının gezilip görülebileceği bir konumdadır. Bu durumda, Türkiye sahip olduğu kıyı şeridi ve konumu itibarıyla kruvaziyer turizmi açısından oldukça büyük bir potansiyel oluşturmaktadır.

Turizm sektöründe dünyada değişen talepler ve farklı destinasyon arayışları beraberinde Türkiye gibi hem Ege, Akdeniz kıyıları hem de Karadeniz havzasına hakim yapısı ve Karadenize komşu ülkelerin farklı liman şehirlerine olan yakınlığı olan ülkeler önem kazanmaya başlamıştır. Kruvaziyer turizmi açısından potansiyeli son yıllarda keşfedilmiş olan İstanbul merkezli Karadeniz'e kıyısı bulunan ülkeleri kapsayan Karadeniz rotasının dünya pazarına sunulması ve farklı bir alternatif olarak ülke turizmine kazandırılması bir gereklilik olarak görülüyor. Özellikle Karadeniz Bölgesi için kruvaziyer turizmi keşfedilmeyi bekleyen yeni rotalarla birlikte yeni fırsatlar sunmaktadır.

4 www.milliyet.com.tr

5 www.tsv2023.org

Kruvaziyer turisti, sağladığı gelir açısından da iştah kabartıcıdır. Kruvaziyer turistinin 7 günlük bir seyahatte gemide harcadığı tutar ortalama 1.719 USD'dir. Yani kruvaziyer turizminin sadece gemiler açısından büyüklüğü 36 milyar dolara ulaşmış durumda. Bu rakama, kruvaziyer turistinin gemi dışında yaptığı harcamalar dahil değil. Limana inen her yolcu, ister bir kara turu satın almış olsun, ister şehri kendisi dolaşmayı tercih etmiş olsun, birçok sektörün hizmetinden yararlanmak ve bu sektörlerle gelir sağlamak zorunda. Bu harcama listesinde: " kara turu düzenleyen acenteleri, tur otobüsü, mini, midi veya özel araç, taksi veya toplu taşımacılığı kapsayan ulaşım sektörünü, müze ve ören yeri giriş biletleri ve rehberlik hizmetlerini, alışveriş, yiyecek içecek, hediyelik eşya ya da kişisel ihtiyaçları, restoran, kafe ve benzeri yerleri sıralayabiliriz." (İMEAK, 2015: 24)

Kruvaziyer turisti normal bir turistin ortalama 3 katı kadar harcama yapıyor. Örneğin Türkiye'de normal bir turistin günlük ortalama harcaması 50-55 dolar seviyesindeyken, transit bir limanda kruvaziyer turisti için bu rakam 120 doları, ana limanlarda ise 150 doları geçiyor. Kruvaziyer tayfası da limanlarda günlük ortalama 70 dolar harcama yapıyor. Bu rakamlar baz alınarak yapılan hesaba göre, kruvaziyer turisti ve tayfasından Türkiye'de esnafa yaklaşık 400 milyon dolar para bırakıyor. (TÜRSAB, 2014) Gelir düzeyi yüksek bir turizm kitlesi demek olan kruvaziyer turizm, Türkiye için de büyük önem taşıyor. Bunun için kuşkusuz ilk etapta gerekli olan şey ise liman sayısını artırmak olmalıdır. Türkiye'nin halen 174 adet liman ve iskelesi bulunmakta olup, en çok talep gören limanları Kuşadası, İstanbul ve İzmir Limanları'dır. (UDHB, 2015)<sup>6</sup>

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 'Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Hedefinde'de de yeni limanlar yer alıyor. Buna göre;

- "Samandağı Kruvaziyer Limanı,
- Antalya Kruvaziyer Limanı,
- Kuşadası Kruvaziyer Limanı,
- Çeşme Kruvaziyer Limanı,
- Çanakkale Kruvaziyer Limanı,
- İstanbul Galata Kruvaziyer Limanı,
- İstanbul Ataköy Kruvaziyer Limanı,
- İstanbul Zeytinburnu Kruvaziyer Limanı,

- Samsun Kruvaziyer Limanı,
  - Trabzon Kruvaziyer Limanı,
- programa alınmış durumda."

İstanbul en önde gelen kruvaziyer limanımız olarak, 2013 yılında 689.417 kruvaziyer turistini ağırlamıştır. 2013 yılı sonunda İstanbul Limanı'nı 77 farklı kruvaziyer gemisi tercih ederken toplamda 381 sefer gerçekleştirmiştir. (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014). Bu sayı, Türkiye'ye gelen toplam kruvaziyer turisti sayısının yaklaşık 1/3'üne tekabül etmektedir. İstanbul Limanına gelen gemi ve yolcu sayılarının yıllara göre dağılımı aşağıdaki gibidir: 2013 yılındaki gemi sayısı 381 iken yolcu sayısı 689 bin 417 olmuştur; 2014'te 317 gemi limana 518 bin 935 yolcu getirmiştir; 2015 yılında 345 gemi 595 bin 880 yolcu İstanbul Limanına getirirken; 2016 yılında ise sadece 56 adet kruvaziyer gemi 43 bin 543 yolcu İstanbul Limanına getirmiştir.<sup>7</sup>

## 2.2. Türk Limanlarında Kruvaziyer Turizminin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenler

Türk turizminin kendi sınırlarını aşarak potansiyelini kullanabilmesi ve kruvaziyer turizmin geliştirilmesi adına 2012 yılında İzmir Ticaret Odası'nın öncülüğünde kurulan *Türkiye Kruvaziyer Platformu*, yaptığı toplantı ve düzenlediği sempozyumlarla sektöre yön vermeye çalışmaktadır. Nitekim, Kruvaziyer sektörünün kamu ve özel sektördeki tüm aktörlerini bir araya getirmek amacıyla, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Maliye Bakanlığı'nın yetkilileri, kruvaziyer turizm ile ilgili birimlerinin yönetici ve yetkilileri, 16 farklı liman ile kentin temsilcileri ve kruvaziyer turizm acenteleri ortak stratejiler geliştirmek için teşvik edilmiştir. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın koordine ettiği "Deniz Turizmi Çalıştayı", İMEAK Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi ev sahipliğinde İzmir'de yapıldı. Bu hususta Türk limanlarına daha fazla yolcu gemisi çekebilmek için yapılması gerekenleri tartışmak üzere sektördeki tüm taraflar bir araya gelerek raporlar hazırlamıştır.

Türkiye Kruvaziyer Platformu Yönetim Kurulu Başkanı ve İTO Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Demirtaş: "Sektörün mali büyüklüğünün 117 milyar dolara ulaştığını Avrupa'daki pazarın

<sup>6</sup> www.ubak.gov.tr

<sup>7</sup> www.dünya.com/ekonomi



*büyükülüğünün ise 35 milyar dolar olduğunu söyledi.” Akdeniz Çanağı’ndaki kruvaziyer turizm ağının genişlemesinden ve yolcu sayılarının artmasından Türkiye de az da olsa payına düşeni almıştır. Lakin son bir kaç yıldır hem dünya ekonomisi ve hem de Türkiye’nin içinde bulunduğu bölgede yaşanan olumsuzluklar nedeniyle sektörden alınan pay azalmış ve mevcut potansiyelin altında kalmıştır.<sup>8</sup> (İTO, 2016)*

Her geçen yıl daha da büyüyen kruvaziyer turizm sektöründe turistlerin de devamlı olarak yeni gidecekleri limanlar ve kentler aradıklarını belirtmek gerekir. Bu durumda, ülkemiz kruvaziyer yolcu gemilerinin önde gelen uğrak yerlerinden biri olabilir ve turizm pastasından çok daha büyük pay alabilecek atılımlar gerçekleştirebilir. Sahip olduğu tarihi ve kültürel miras ve doğal güzellikleri ile bu potansiyele sahiptir. Hopa’dan İskenderun’a kadar her limanımız turistlere eşsiz ve keşfedilmemiş güzellikler sunuyor. Avrupa’da göreceği yer kalmayan kruvaziyer yolcusu için Türkiye limanlarının herbiri keşfedilmeyi bekleyen birer hazine niteliğindedir. Buna paralel olarak da Türkiye’deki pek çok limanın Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı’nın desteği ile ciddi çalışmalar yapılmaktadır; bunun sonucunda son yıllarda ülkemizin de içinde bulunduğu Akdeniz bölgesinde doluluk oranı yüzde 160 artarken Türk turizmi de bundan payını aldı. 2004 yılında Türkiye genelinde sadece 927 gemi seferi ile 818.000 yolcu Türk limanlarına varırken, 2013 yılında 1542 gemi seferi 2.241 yolcu kruvaziyer gemileriyle ülkeye giriş yapmıştır.

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan “2013 Kruvaziyer Sektör Raporu”nda Türkiye’nin 24 limanı için 24 ayrı iş planı çıkarıldı, genel strateji belirlendi. Hedef olarak önemli kruvaziyer limanlarda, Akdeniz limanları ortalaması olan 900.000 yolcu yakalamak olarak tespit edilirken, bu hedefi yakalamak için en önemli kozun ise Türkiye’nin sahip olduğu tarihi ve kültürel miras ile doğal güzellikleri olduğunun altı çizildi. Ayrıca, sektörün hedefi önemli bölgelerde liman başına Akdeniz ortalamasını yakalamak kadar bu limanlarda turist başına daha çok döviz girdisi sağlamak olması gerektiği belirtildi.<sup>9</sup>

Kruvaziyer turizmindeki hızlı büyümeden Türkiye’nin pay alamadığı, aksine gerileme yaşandığı belirtilmiştir. Son dönemde bozulan

negatif ülke algısının biran önce tersine çevrilmesi ve İstanbul’un kısa sürede bir *ana kruvaziyer limanına* kavuşturulması gerektiği sektör yöneticileri tarafından sıkça ifade edilmektedir. Sektörün önde gelenlerinin de belirttiği gibi, kruvaziyer sektörde gelişmek ve katma değeri yüksek bir turizm pazarına hizmet etmek için Türkiye’deki limanların öncelikle *homeport* olması gerekmektedir. Dolayısıyla, artık daha fazla aktarma limanı-transit liman olma halinin ötesine geçilmelidir. Bunun gerçekleşmesi için atılması gereken adımlardan biri de havayolu şirketlerinin İzmir’den veya Antalya vb. liman şehirlerinden yurtdışındaki önemli merkezlere direk sefer düzenlemesinden geçmektedir. Yine devletin de kruvaziyer turizmde uygulanan tarifeleri gözden geçirmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Mevcut şartları itibarıyla özellikle İstanbul, Antalya, Alanya, İzmir ve Kuşadası yörelerinde kruvaziyer turizmi açısından büyük bir potansiyel mevcuttur. (TÜRSAB, 2014) Daha önce belirtilen yedi gelir kalemine ilişkin yapılması gerekenler de incelenerek ortaya daha detaylı stratejiler koyulmalı ve bu hususta gelir artırıcı politikalar izlenmelidir.

Turizm sektöründe Dünya’da değişen talepler ve farklı destinasyon arayışları ile beraber Türkiye’nin önüne kruvaziyer turizmi ile ilgili yeni fırsat kapıları aralanmaktadır. Örneğin, kruvaziyer turizmi açısından henüz keşfedilmemiş olan İstanbul merkezli Karadeniz’e kıyısı bulunan ülkeleri kapsayan ‘*Karadeniz Rotasının*’ dünya pazarına sunulması ve farklı bir alternatif olarak ülke turizmine kazandırılması planlanmaktadır. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) genel Sekreteri Çetin Oktay Kaldırım, bölgenin büyük yolcu gemilerinin uğrak yeri olması halinde “liman ziyaretleri, limana yakın yerlerde ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteleri kapsayan bir turizm çeşidi olarak bölgenin kalkınmasına olumlu katkı yapacağını belirtmiştir. Denilebilir ki, Türk turizm sektörü yeni limanlar ve destinasyonlar ile büyümeye açık niş bir pazardır.<sup>10</sup>

### 2.3. Türkiye'nin Kruvaziyer Turizmindeki Zorlukları

Son yılların gözdesi olan kruvaziyer turizm pazarında sadece yabancı değil yerli turistlere de

8 www.izto.org.tr

9 Dünya Gazetesi, 6 Temmuz 2014

10 www.haberler.com

alternatif ve farklı bir tatil deneyimi yaşama şansı sunulmaktadır. Bu bağlamda ülkemiz kruvaziyer turizmde gelişmeye ve büyümeye çok açık bir durumdadır. Turizm sektörünün de kruvaziyer gemilerinden azami şekilde faydalanması ve gemi yolcularına yeni liman ve gezi olanaklarının sunulması ile beraber ülkemiz zaman içerisinde dünyada kruvaziyer turizmne yönelik çok cazip bir merkez haline gelebilecektir. Bu çalışmada Türkiye'nin kruvaziyer turizmde harekete geçmesinin gerekliliği ve maliyetlerin iyileştirilmesi zorunluluğu üzerinde durulmuş ve ileri aşamada yapılacak çalışmalara başlangıç oluşturmak amaçlanmıştır.

Daha önce de belirtildiği üzere, son yıllarda İstanbul, İzmir ve Kuşadası limanlarını da içine alan Türk kruvaziyer pazarında daralma sürüyor; yolcu trafiği 7 ayda % 55,5 daraldı. Şöyle ki, 2017 yılının 7 aylık döneminde Türkiye'de kruvaziyer yolcu trafiği, % 55,5 daralarak 362 binden 161 bine geriledi ve ziyaretçi kaybı da 201.000'e ulaştı. 2017 yılında kruvaziyer yolcu trafiği bir ara canlanma işaretleri gösterse de haziran ve temmuzdaki düşüş eğilimi sürmektedir. (Turizm Data Bank)<sup>11</sup>

Kruvaziyer turizmi, konukların temel amacı yolcu taşımacılığı olan bir gemiye para ödemek suretiyle bindikleri, denize dayalı bir seyahat olmakla birlikte

tek bir şehir veya destinasyona bağlı kalmak durumunda değildir. Özellikle kruvaziyer gemiler, gerek sürekli sabit yatırımları ve gerekse de sermaye ve teknoloji yatırımları açısından kapsamlı yatırım konumundadırlar. Piyasadan talebin iyi olduğu konjonktürde sorun olmayacak bu durum, geri dönüşümün sıkıntıya girdiği zamanlarda ise turizm gibi kırılğan bir sektörde oldukça riskli olabilmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti sahil şeridi ve kıyıları, özette doğal yapısı kruvaziyer turizmi için oldukça yeterli ve elverişlidir. Destinasyon geliştirmek için oldukça avantajlı ve stratejik bir noktada yer almaktadır. Ancak, hem liman masrafları ve devlet giderlerinin düşürülmesi, hem de liman kalitesinin iyileştirilmesi şarttır. Öncelikle, büyük kruvaziyer gemilerinin yanaşabileceği büyüklükte ve kapasitede limanların inşa edilmesi ve burada verilecek hizmetlerin yüksek kalitede olması gerekirken yanı sıra; "liman vergileri" de rekabet koşulları ve çevre ülkelerdeki vergi oranları göz önüne alınarak yeniden düzenlenmelidir. Akdeniz Çanağı'ndaki rakibimiz Yunanistan Kruvaziyer gemiler için farklı bir vergilendirme uygulayarak liman vergilerini yolcu başına bilete yansıyan ücreti minimumda tutmatya çalışmaktadır.

Tablo 5. Turizm Sektöründe Benzer Destinasyon Alanı İçerisinde Yeralan İki Rakip Ülke "Türkiye ve Yunanistan"ın 2013 Yılı Ortalama Liman Vergilendirmelerinin Karşılaştırılması

Gider Kalemleri	Vergi Oranları (Gross Başına)	Hesaplama
Tonaj Başına Vergi	0,45 USD	0,45 x 0,382 = 0,1719
Gemi Yaşına Göre Vergi	0,382 USD (0-4 yaş arası)	40.000 ton x 0,1719 = 6.876 USD

Türkiye ve Yunanistan'ın 2013 Yılı Ortalama Liman Vergilendirmelerinin Karşılaştırılması

TÜRKİYE	YUNANİSTAN
40.000 gross büyüklük ve 1.200 yolcu kapasiteli gemi için; <b>20.087 USD</b>	40.000-80.000 gross büyüklük ve 0 - 4 yaş aralığında bir gemi için; <b>6.876 USD</b>

Kaynak: Büyükipekçi, S & Gök, B., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Yıl: 2015, Cilt: 18, Sayı: 2, s.36.

11 www.turizmdatabank.com

Her iki ülke açısından yapılan hesaplamalar sonucunda ortalama maliyetlerin Türkiye için 20.087 USD ve Yunanistan için de 6.876 USD olduğu görülmektedir. Rakamlar Yunanistan'ın Türkiye'ye kıyasla 3 kattan daha fazla oranda çok daha uygun vergilendirme tahsil ettiğini söylemek mümkündür.

Gemilerin destinasyon seçimlerinde liman maliyetinin de market talepleri kadar etkili olduğu gerçeğinin üzerine rekabet şartlarının da eklendiği düşünülürse, yapılmış olan hesaplamalar sonucunda Yunanistan'ın Türkiye'ye oranla liman vergilendirmesi konusunda daha ılımlı bir vergilendirme yasası uygulama yoluna gittiği gözlemlenmektedir.

Ayrıca, sadece liman vergilendirmesine dayanmasa da, rakip ülkedeki liman vergilendirme maliyetlerinin uygun olması beraberinde gelen kruvaziyer yolcu ve gemi sayısının da Türkiye'den neredeyse 4 kat daha fazla olması sonucunu beraberinde getirmiştir. (Büyükepeççi & Gök, 2015: 36)

Kruvaziyer işletmelerinin Türk limanlarına ilgisini artırmak ve Türk limanlarının cazibe merkezi haline gelebilmesi için yukarıda bahsedilen yatırımların yapılması gerekmektedir. Akdeniz Kruvaziyer turizm pazarında sıkı bir rekabet yaşanmaktadır. Dolayısıyla ilk olarak bölge iyi analiz edilmeli ve rekabet içerisinde bulunan diğer ülke ve limanların avantaj ve dezavantajları tespit edilerek rekabetçi politikalar oluşturulmalıdır.

Son yıllarda özellikle İstanbul, Kuşadası ve İzmir limanlarının özelleştirilmesi ile beraber artan yatırım ve hizmet kalitesi, dünya çapında faaliyet gösteren kruvaziyer turizm şirketleri ve seyahat acenteleriyle yapılan anlaşmalar neticesinde önemli bir ilerleme sağlanabilmektedir. Bunun devamlılığını ve gelişimini sağlayabilmek için de yapılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir; yeni limanlar yapılmalı, özellikle Karadeniz limanları değerlendirilmeli, hizmet kalitesi rekabet edilebilir bir seviyeye yükseltilmeli, mesleki eğitimlerle beraber kalifiye personel sayısı çoğaltılmalı, uluslararası boyutta tanıtım ve reklam faaliyetleri artırılmalı, dünya üzerindeki büyük gemi işletmeleri ve tur şirketleri ile işbirliği geliştirilmeli, insanların çeşitli kampanya ve organizasyonlarla kruvaziyer turizmüne katılımı artırılmalıdır. Türkiye'nin kruvaziyer turizmde kararlı bir politika izlemesi gerekiyor. Liman altyapısından şehirlerin gemi yolcularına sunacağı hizmetlere, liman maliyetlerine kadar bir dizi tedbir alınması

şarttır. Öyle ki, kruvaziyer turizmüne ülke tanıtımı açısından bakmak gerekirken, kruvaziyer turizmi aynı zamanda şehir esnafı için de büyük gelir kaynağıdır. (İMEAK, 2015)

Nitekim, üç tarafı denizlerle çevrili olması, medeniyetlerin geçiş noktasında yer alması, antik şehirler ve doğal güzellikler gibi fazlasıyla sahip olduğu değerlere gerekli alt yapı yatırımlar yapıldığı ve yasal düzenlemelere gidildiği takdirde, Türk turizmi kruvaziyer turizm segmentinde yerini sağlamlaştıracak ve bu alanda önemli destinasyonlar geliştirebilecektir. Yine yakın gelecekte kruvaziyer turizmi, hem yolcu sayısı hem de yükselen hizmet kalitesi ve turistik ürün çeşitliliğiyle modern turizm anlayışının en önemli unsurlarından birisi olacaktır.

### 3. Sonuç

Türkiye açısından kruvaziyer turizm potansiyeli incelenecek olursa, coğrafi açıdan şanslı bir konumda olduğu ortaya çıkmaktadır. Belirtildiği üzere, Türkiye üç tarafı da denizlerle çevrili ve toplam 8333 km kıyı uzunluğu ile kruvaziyer turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu avantaja bir de uğranılan yerlerde var olan doğal ve kültürel zenginliklerde eklenirse, değerlendirilebilecek büyük bir kaynağa sahip olduğu açıkça görülebilmektedir. Fakat yine de kruvaziyer gemilerin isteklerini karşılayabilecek yeterli sayıda ve donanımda limanların bulunmaması, gerekli hizmet kalitesi ile altyapının istenilen seviyeye ulaşamaması, kalifiye personel sayısının azlığı ve yatırımların tam olarak uygulamaya geçirilemeyişi uluslararası rekabet açısından geride kalınmasına yol açmıştır.

Belirli sayıda limanlar arasında ve belirli süre içerisinde devam edecek olan kruvaziyer gemi seyahati öncesinde ve sonrasında turistlerin ulaşımı ve konaklaması, turistik ürünün diğer bileşenleridir. Türkiye'de kruvaziyer turizmi bağlamında dünya turizm endüstrisinde kendisine yer bulabilmek ve küresel turizm pazarının ürettiği gelir pastasından daha büyük pay alabilmek adına, limanlarına daha fazla seyahat (cruise) gemisi çekmek ve şehirlerini ziyaret eden turist sayısını arttırmak zorundadır

Türkiye'de turizm endüstrisinde günümüz itibarıyla, gerek alt ve üst yapı arzı ve kalitesinde, gerekse turist gelişleri ve elde edilen gelir açısından, gözle görülür bir performans elde

edilememiştir. Türkiye olarak altyapıda ciddi sıkıntılar halen devam etmektedir. Maalesef Dünyanın turizm açısından sayılı kentlerinden İstanbul'un hali hazırda bir ana kruvaziyer limanı yoktur. Ancak, yeni inşa edilen 'port projeleri' içerisinde "homeport" olması istenen ve bu konuda çalışmalar yapılan liman projeleri mevcuttur. Böyle bir limanın olması ve etkin işler hale getirilmesi Türk Turizm sektörü açısından çok yönlü ve çok boyutlu katkıları olacaktır. Bir yandan İstanbul'a daha fazla sayıda ve daha üst gelir grubuna dahil turist çekebilecek; öte yandan Türkiye'nin diğer limanları da uğrak noktaları olacak ve Türkiye'de nispeten daha az tanınmış başka liman şehirleri de bu sayede dünya turizm pazarına açılma fırsatı bulabilecektir. Aynı zamanda, havayolu taşımacılığımıza da fayda sağlayacak, bireysel olarak liman şehirlerinin tanıtımı hız kazanacak, bölgesel ve yerel turizm gelişme imkanı bulabilecektir.

Sayı hızla artan kruvaziyer gemiler ve bunun üzerinden rota belirleyip paket tur satan turizm şirketleri talepleri karşılayabilmek adına yeni destinasyonlara açılmak ve farklı bölgeler için kruvaziyer tur düzenlemek istemektedirler. Destinasyon ve rota çeşitlendirmesi yapmak isteyen operatörler ve yeni arayış içerisindeki üst düzey sofistike turist kabileleri için Türkiye limanları ve doğal güzelliklere sahip üç farklı kıyı şeridi ile cazibesi artan bir 'Destinasyon' merkezi olabilir. Gelecek vadeden yeni destinasyonlar geliştirmek önemli bir stratejidir. Bunun için de hedeflerden biri son yıllarda yıldızı parlayan kruvaziyer tur şirketlerinin rotasına girmeyi başarmak olmalıdır.

Liman Vergileri de rekabet koşulları ve çevre ülkelerdeki vergi oranları göz önüne alınarak yeniden düzenlenmelidir. Akdeniz Çanağı'ndaki rakip ülke Yunanistan Kruvaziyer gemiler için farklı bir vergilendirme uygulayarak liman vergilerini yolcu başına bilete yansıyan ücreti minimumda tutmaya çalışmaktadır.

Yunanistan'ın bu kadar indirim ve maliyet a zaltıcı vergi oranlarıyla rekabet edebilmesinin bir başka yolu da öne çıkan 'destinasyonlar' örneğin Santorini, Mikonos vb. yerler için tanıtım ve imaj çalışmalarında yatmaktadır. Kruvaziyer turizmde yolculara yeni bir destinasyon konumlandırması yapması gereken Türkiye, bu konuda Yunanistan'ın izlemiş olduğu düşük vergilendirme politikası ve yerel turizm bölgeleri için ayrı destinasyon geliştirme stratejisi oluşturmaktadır. Yine de tek başına ülkelerin imajı da turistlerin ve doğal olarak kruvaziyer gemi işleten

firmaların destinasyona olan ilgisini değiştirebilmektedir.

Dolayısıyla, Türkiye turizm pazar konumlandırması için seçeceği stratejilerde kruvaziyer turlar için gerekli alt yapı, hukuki düzenleme ve doğal kaynak olanaklarına sahip olduğunu hissettirmelidir. Devasa büyüklükteki kruvaziyer yolcu gemilerinin yaşayabilmesi için ihtiyaç duyulan ve hizmet kalitesi açısından uluslararası standartları sağlayan limanlar inşa ederek ve uluslararası turizm fuarlarında "yeni destinasyon" arayışı içindeki kruvaziyer tur şirketlerine etkili tanıtım organizasyonları yaparak, Türkiye kruvaziyer turizmde yeniden ivme kazanabilir. Kısaca, dünyada tercih edilen limanlar arasında Türk limanlarının ön sıralarda yer bulabilmesi, Türk turizm sektörünün destinasyon geliştirme ve tanıtım faaliyetlerinin yanısıra devlet altyapı ve hukuki düzenlemelerine de bağlıdır.

#### Kaynakça

- Andriotis, K. & Agiomirgianakis, G. (2010). Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call. *International Journal of Tourism Research*, 12(4): 390-404.
- Büyükepekçi, S. & Gök, B. (2015). "Akdeniz Çanağındaki Kruvaziyer Turizm Rakiplerinden Türkiye ve Yunanistan'ın Liman Vergilendirmelerinin Karşılaştırılması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Yıl: 2015 Cilt:18, Sayı:2, ss.21-40.
- Cartwright, R. & Baird, C. (1999). *The Development and Growth of the Cruise Industry*, Butterworth Heinemann, Oxford, pp: 3-11.
- CLIA, *Economic Contribution of Cruise Tourism to the Destination Economies*, FCCA Report, Business Research & Economic Advisor, 2009, s: 11.
- Cruise Tourism Potential & Strategy Study, Final Report, Ministry Tourism Government of India, 2005, s: 42-43.
- Çağlayan A. (1992). *Yat Turizmi ve Eğitimi*, Turizm Eğitimi, Konferans-Workshop, Aralık 1992, s: 228.
- Gibson P. (2006). *Cruise Operations Management*, Elsevier Science Technology, USA, p: 3.
- CLIA - Cruise Lines International Association, *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015 Edition*, s.3.
- CLIA (2010). *CLIA Cruise Market Overview*.
- Çelikkaya, A. (2012). "Türkiye'de Deniz Taşımacılığı'na Sağlanan Vergi Teşvikleri Üzerine Bir İnceleme", *Maliye Dergisi*, 162, s. 83.
- Dowling K. R. (2006). *Cruise Ship Tourism*, CABI International, Oxfordshire, United Kingdom, pp: 3-7-46.
- Dünya Gazetesi, 6 Temmuz 2014.
- Ergin, A. & Eker, İ. (2014). *Türkiye ve Doğu Akdeniz Kruvaziyer Limanlarının Karşılaştırılması*, 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir.

- Görgün, E. (2011). Geleceğin Turizm Anlayışında Kruvaziyer Turizm Uygulamaları, Yüksek Lisans Projesi, SBE Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Güler, N. & Kadioğlu, M. (1998). "Türkiye'nin Uluslararası Denizyolu Taşımacılığına Genel Bir Bakış", Dokuz Eylül Üniversitesi, National Marine Tourism Symposium, 15 Mayıs 1998, İzmir.
- Güneş K. M. (2007). Açık Deniz Sezonu, İzmir Bölgesi Kruvaziyer Turizmi Değerlendirmesi, İzmir, s: 4.
- Güneş, K. M. (2014). Rakamlarla Dünya, Türkiye ve İzmir Kruvaziyer Turizmi, İzmir Ticaret Odası Sektör Raporu.
- IMEAK (2015). DTO Kruvaziyer Turizm Raporu, Temmuz 2015, s. 24.
- Ministry of Tourism, Government of India (2005). Cruise Tourism Potential & Strategy Study, Final Report.
- KUTO - Kuşadası Ticaret Odası (2016), Dünyada ve Türkiye'de Kruvaziyer Turizmi ve Kuşadası Limanı.
- MTO. (2012) Mersin Deniz Ticareti Dergisi; mdto.org.tr/deniz-ticareti-dergisi/
- Sezer, İ. (2014). Kruvaziyer Turizmde Dikkat Çeken Bir Nokta: Kuşadası Limanı, Doğu Coğrafya Dergisi, 32, ss. 49-78.
- TÜRSAB (2014). Türkiye Kruvaziyer Turizmi Raporu.
- Üçışık, S. & Kadioğlu, M. (2001). "Türkiye'de Kruvaziyer Turizmi Geliştirme Şartları", Marmara Coğrafya Dergisi, Sayı 3, Cilt 1, ss. 83-92.
- Veronneau, S., & Roy, J. (2009). "Global Service Supply Chains: An Empirical Study of Current Practices and Challenges of a Cruise Line Corporation." Tourism Management, 30(1): 128-139.
- Wild, P. & Dearing, J. (2000). Development of and Prospects for Cruising in Europe. Maritime Policy and Management, 27 (4), s. 315-333.

## İnternet Kaynakları

- Cruise Lines International Association (2017). State of the Cruise Industry Report, 2014.[URL:http://www.fcca.com/downloads/2014-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf] (Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2017)
- www.cruising.org (Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2017)
- CLIA Europe Members Lines, Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015 Edition, s. 3; www.cruiseturkiye.org (Erişim Tarihi: 23 Ağustos 2017)
- www.cliaeurope.eu
- Florida- Caribbean Cruise Association (2010) Cruise-Industry-Overview-and-Statistics Overview-book; http://www.fcca.com
- http://www.fcca.com, Cruise Industry Onboard Employment Overview,
- www.ncl.com/nclweb/cruiser (Erişim Tarihi: 5 Eylül 2017)
- www.med-cruise-guide.com (Erişim Tarihi: 5 Eylül 2017)
- www.tursab.org.tr, Turizm Verileri: İstatistikler (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2017)
- www.tursab.org.tr, Incoming Turizmde Ağustos Ayı Sonuçları 2017 Verileri. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2017)
- T.C Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. Kruvaziyer Sektör Raporu 2013; [URL:http://www.kugm.gov.tr/BLSM\_WIYS/DTGM/tr/Kitaplar/ (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2017)
- www.unwto.org (Erişim Tarihi: 5 Eylül 2017)