



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Mavi Yolculuğun ve Geleneksel Ahşap Yatların Deniz Turizmi Arz Verisi Olarak Önemi: Bodrum Bölgesine Yönelik Nitel Bir Araştırma (The Importance of Blue Cruise and Traditional Wooden Yachts as a Supply Value of Marine Tourism: A Qualitative Research in Bodrum Destination)

*Aziz MUSLU^a 

^a Ordu University, Fatsa Faculty of Marine Sciences, Department of Maritime Business Administration, Ordu/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:04.05.2018

Kabul Tarihi:15.06.2018

Anahtar Kelimeler

Deniz turizmi

Mavi yolculuk

Rekrasyonel turizm

Turizm ve kalkınma

Öz

Bu çalışma kapsamında, Bodrum bölgesindeki deniz turizmi profesyonelleri, işletme yöneticileri ve sivil toplum kuruluşları ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden oluşan nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Mavi yolculuk olgusu ve gelişimi açıklanmıştır. Deniz turizmi arz verisi olarak Mavi yolculuğun ve Bodrum gületinin önemi kültürel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla ortaya konulmuştur. Mavi yolculuğun sürdürülmesinde yapılması gerekenler tespit edilmiştir. Katılımcıların analiz edilen görüşleri doğrultusunda, Mavi yolculuğun talep yaratan turistik arz verisi olarak değerlendirilmesinin önündeki problemler tespit edilmiştir. Pazarlama, sürdürülebilirlik, arz-talep ve kalite boyutlarında yaşanan sorunlar ortaya konularak çözüm önerileri değerlendirilmiştir.

Keywords

Marine tourism

Blue cruise

Recreational tourism

Tourism and development

Abstract

In this study, a qualitative research consisting of semi-structured interviews with marine tourism professionals, business managers and non-governmental organizations in Bodrum destination was conducted. The definition and development of the blue cruise was explained. The importance of the blue cruise and Bodrum gulet as a supply value of marine tourism was presented with its cultural, social and economic dimensions. The requirements needed to sustain the blue cruise were determined. According to analysed interviewee's opinions, the blue cruise embraced as touristic supply value which generates demand, was evaluated to determine problems confronted. The problems in the aspects of marketing, sustainability, supply-demand and quality were presented and the solutions were suggested regarding these problems.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: azizmuslu@gmail.com (A. Muslu)

GİRİŞ

Dünya üzerinde başlangıcı 1900'li yılların başına kadar uzanan yatçılık faaliyetleri, önceleri azınlık ve seçkin sınıfa ait bir rekreasyonel faaliyet iken 1950'li yıllarda Keynesyen politikalarla yaşanan ekonomik genişleme sonucu orta sınıf da yat sahibi olmaya veya yat kiralamaya başlamıştır. Akdeniz çanağında Güney Fransa, Amerika kıtasında Karayipler yatçılık aktivitelerinin yapıldığı önemli destinasyonlar haline gelmiştir. “1946'da naylon ilk defa yelken bezi olarak kullanılmıştır. 1950'li yıllarda ilk polyester ve fiber tekneler inşa edilmiştir” (Özer,1993). Sanayileşmenin doğal bir sonucu olarak gelişen kompozit maddelerden üretilen seri üretim tekneler gelişmiş ülkelerde yaygın olarak kullanılmaktadır. II. Dünya Savaşı sonrasında yapılan ciddi yatırımlar neticesinde *Akdeniz Bölgesi ve Karayip Adaları dünya yat turizminin önemli merkezlerinden biri haline gelmiştir. Yat turizminin iki önemli merkezi Akdeniz ve Karayib Adalarıdır. İklimin de yardımı ile bu iki cennet yaz ve kış dönemlerinde birbirlerini tamamlamaktadır* (Bezirgan, 2009). Bu gelişmelerin Türkiye özeline yat imalat konusunda yansımaları olmuştur. Keşif ruhu olan batılı gezginler Türkiye kıyılarını keşfedip rehber kitaplar hazırlamışlardır. Türkiye'nin batı kıyılarının coğrafi yapısı, çok sayıda irili ufaklı koy ve konaklamaya uygun, korunaklı yapılar, uzun yaz tatili sezonu gulet tipi tekneleri ve bu tür tatil seçeneklerini cazip hale getirmektedir (Paker ve Özgezmez, 2013:102). Yatçılık sektöründe özellikle Akdeniz çanağına karşı iştah artmış olup Akdeniz çanağı yatçılık ve yat turizmi açılarından dünyanın en önemli bölgesi haline gelmiştir (TTYD, 2010). Yatçılıkla ilgili önemli rehber kitaplar günümüzde de hala yabancı yazarlar tarafından ele alınmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda Türkiye kıyılarında Azra Erhat ve arkadaşları ile ortaya çıkan mavi yolculuk, eğitimli orta sınıf Avrupalı turistlerin Türkiye'ye gelmelerinde önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur. Özellikle İngilizlerin deniz yaşamına alışkın olması mavi yolculuğu talep etmelerini tetiklemiştir. İzleyen yıllarda Alman ve Fransız turist sayıları da hızla artmıştır. Mavi Yolculuk butik olarak gerçekleştirilen Ege ve Akdeniz kıyılarına özgü geleneksel ahşap teknelerle gerçekleştirilen konaklamalı deniz seyahatleridir. Türkiye'de Bodrum'da Halikarnas balıkçısının öncülüğünde Azra Erhat ve arkadaşlarıyla başlayan mavi yolculuk turları günümüzde bir endüstri halini almış ve geleneksel ahşap tekemiz olan gulet dünya geneline ihraç edilmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelerde ahşap tekne imalatı yapan ustaların olmaması ve maliyetlerinin yüksek olması gibi nedenlerle ülkemizde özellikle Güney Ege bölgemizde oluşan ahşap tekne imalatı yurt dışı talepleri sonucu gelişmiştir. Otantik bir deniz yolculuğu yaşamak isteyen Avrupalı turist, geleneksel yöntemlerle yapılmış teknelerimizden ve yeşille iç içe geçmiş dantel gibi kıyılarımızdan etkilenmiştir. Deniz turizminde inisiyatif alınmalıdır. *Türkiye yatçılık alanında, dünyanın bilinen en elverişli kıyılarına sahiptir. Özellikle Güney Ege'deki kıyıların, tarihsel ve doğal sit karakterli varlıklarla dolu olusu yatçılık konusunda Türkiye'yi rakipsiz kılmaktadır* (TAD, 2009). Bu durum ülkemize özgü mavi yolculuk ismi verilen bir turizm hizmetinin ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlamıştır. Bu gelişme ahşap yat imalatı ve ihracatının önemli bir nedeni olmuştur.

Kültür bakanlığı mavi yolculuğu değerlendirme ve tanımlamasında ; “Deniz Turizminde 70'li yıllardan günümüze kadar gelişen gulet filosu kendine özgü yapısıyla ülkemizin tanıtımına katkı sağlamıştır. Bodrum'dan güneydoğuya doğru uzanan Gökova Körfezi, Halikarnas Balıkçısı ve Azra Erhat'ın keşfettiği bir deniz yolculuğu olarak, onların bu adı vermelerinden beri 'Mavi Yolculuk' diye anılmaktadır” (Kültür Bakanlığı, 2012).

Ülkemizde geleneksel ahşap tekne tipi olarak mavi yolculukta kullanılan ahşap yat modelleri gulet, tirhandil ve ayna kış isimlendirilir . Geleneksel Mavi yolculuk bu üç ahşap yat tipiyle yapılmaktadır. Bu üç tekne modeline ayırım yapılmadan genelde gulet olarak isim verildiği görülmektedir

Gulet: “Mavi Yolculuk” için en popüler geleneksel ahşap yat gulettir. Rahat yemek yemeniz ve uzanmanız için en uygun biçimde tasarlanmış geniş, yuvarlak kış bölümüyle bir gezi yatıdır. Guletler genelde ketch (marconi) veya iki direkli donanıma sahiptir; 1, 2 veya 3 trinketa yelkeni vardır. Uzunlukları 15-33 m arasında değişir ve 6-16 kişi alabilirler, özel duş ve WC' li, çift kişilik 3-8 yataklı kabinleri vardır (Yılmaz, 2012)

Ayna Kış: Yükseltip kareleştirilmiş bir kışa sahiptir ve böylece Guletle mukayese edildiği takdirde ek kabinler için müsait yer anlamına gelir. Kışta bir ana kabin bulunabilir. 8-24 kişi alabilir, özel duş ve WC'li ve 4-12 adet çift kişilik yatak konabilen kabinleri vardır. Genelde ketch (marconi) donanıma sahip olup ve 18-33 m civarındadırlar (Yılmaz, 2012)

Tirhandil: Yelkenli desteği de bulunan, mavi yolculuklarda da kullanılan tekne tipi. Kayık yapısı gulete hiç benzemeyen geleneksel ölçüleri 11 ile 15 metre arasında, özellikle Bodrum'la özdeşleşmiş yelkenli. Kabin sayısı az olan, Ege Denizi'ne özgü geleneksel Türk Guleti. Yelken performansı oldukça iyi "denizci" bir tekne tipidir. Gulet ve ayna kışların yuvarlak veya köşeli kışlarının aksine kış bölümü sivri gelir (Yılmaz, 2012).

Tur operatörleri kitlesel turizm faaliyetleri ile (charter) ucuz kiralık uçuşlar etkisiyle paket tur fiyatları ekonomik bir seviyeye gelmiştir, ülkemize düzenledikleri paket tur programlarına mavi yolculuk turlarını da eklemiştirler. Mavi yolculuk önemli bir turizm hizmeti olarak ortaya çıkmış, bu hizmetin verildiği mavi yolculuk deniz turizmi araçlarından gulet teknelerinin ihraç edilmesine doğrudan etki etmiştir. Bu duruma karşın niş market olarak Akdeniz çanağında Coted'azur ve Karayip bölgesinde yoğunlaşmakta olan yat kiralama piyasası ekonomik krizlere karşın sürdürülebilmektedir. “Yat kiralama, spesifik işletmeler olarak kabul edilsede yönetim açısından karmaşık işler yapmaktadırlar” (Lukoviç, 2012:407) Kitlesel turizmin içinde gelişmesine karşın yat kiralama yüksek katma değerli bir hizmet olarak sunulduğunda talep görmektedir.

Mavi yolculuk, 50 yıllık süre içerisinde gelişerek 1990'lı yıllarda kabin kiralama yöntemiyle kitlesel turistik bir ürün olarak yoğun şekilde pazarlanmıştır. Ege Yat bu ürünü ilk pazarlayan yatçılık firmalarından biri olmasına karşın kalite düşmesi nedeniyle sürdürülebilir bulamayarak bu işi ilk bırakan işletmelerden biri olmuştur. Doğu blokun dağılması ile Hırvatistan'ın sahip olduğu kıyılarla Türkiye'den aldığı mavi yolculuk tekneleri ile bu işi yapmaya başlaması, Uzakdoğu destinasyonlarının popüleritesinin artması, kiralık (charter) uçuşlar ile tur maliyetlerinin düşmesi, Uzakdoğu'da benzer deniz turizmi hizmetlerinin veriliyor olması gibi nedenlerle artan rekabet sonucu Türkiye'de Mavi yolculuğa olan talep hızlıca düşmüştür.

Bölgede yaşanan siyasi krizler ve belirsizlikler mavi yolculuk hizmeti veren işletmeleri ekonomik kriz dönemlerinden daha zor bir sürecin içine sokmuştur. Bu sebeple işletmeler alternatif bir çözüm olarak Yunan Adaları için tur programları yapmaya başlamışlardır. Fakat son dönemde Yunan otoritelerinin liman devleti olarak yatlarımıza birtakım cezai müeyyideler uyguladığı görülmektedir.



Şekil 1. Deniz Turizmi ve Yatçılık Sektörünün Ortak Unsurları

Turistik arz verisi olarak mavi yolculuk önemli bir turizm çeşididir. Türkiye Ege ve Akdeniz’de bulunan kıyı şeridiyle dünyada eşi benzeri bulunmayan bir avantaja sahiptir. Bu avantaj iklimi, rüzgarı, coğrafi konumu ve yatçılığa uygun 234 koy ve bu koyların barındıracağı ortalama 4002 yat kapasitesinden oluşmaktadır (MEB, 2008). Türkiye alacağı önlemlerle Avrupa pazarı için bir numaralı yatçılık bölgesi haline gelebilme ve 10 milyar dolar döviz girdisi yaratma şansına sahiptir (Dağcı, 2008). Yüksek katma değerli turizm hizmet çeşididir. Mavi yolculuk yüksek katma değerli talep oluşturabilecek önemli nadir bir turistik arz verisidir. *Ülkemize yat kiralamaya gelen bir yatçının, ülkemizde ortalama kalış süresi, 11 gün olup, günlük ortalama harcaması 51 \$’dır* (Bezirgan, 2009). Doğru değerlendirilip rekabet stratejileri belirlenip mavi yolculuğa uygun dünyada benzersiz kıyılarımız sürdürülebilir ve stratejik yönetilerek mavi yolculuk ülke ekonomisi ve istihdamda önemli bir katkı sunacaktır. *Türkiye alacağı önlemlerle Avrupa pazarı için bir numaralı yatçılık bölgesi haline gelebilme ve 10 milyar dolar döviz girdisi yaratma şansına sahiptir* (Dağcı, 2004, Akt.Özkan, 2008:3). Mavi yolculuk yat bakım onarım, yeme içme, günü birlik rekreasyonel aktiviteler, ulaştırma gibi sektörleri destekleyerek ciddi bir ekonomik dışsallık yaratan bir hizmettir. Kültürel bir miras olmasının yanı sıra yat inşa sanayisinin bugüne gelmesinde önemli destekleyici etkisi olmuştur. Çalışmamızda Mavi yolculukla ilişkili literatür çalışması ile 50 yıla yakın bir süredir mavi yolculuk faaliyetlerini sürdüren deniz turizmi profesyonelleri ile yarı yapılandırılmış mülakatlar yapılmıştır. Mavi yolculuk hizmetinin turistik arz verisi olarak önemi mülakat değerlendirmeleri analiz edilerek nitel bir çalışma ile ortaya konulmuştur.

Araştırmanın Yöntem ve Metodolojisi

Türkiye’de yatçılık yapan firmaların %80’lik grubu genelde mavi yolculuk hizmeti sunmaktadırlar. Çalışma’ da öncelikle literatür çalışması ile mavi yolculuk hizmetinin temel dinamikleri ortaya konulmaktadır. Sektör profesyonelleri ile 2016 yılında güney ege bölgesinde deniz turizmi olgusu ile ilgili yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerde, mavi yolculuk ve bu hizmetin sunulduğu geleneksel gulet teknelerimiz hakkında görüş ve önerileri değerlendirilmiştir. Bu görüşmelerde konu hakkında yeterli hem fikir olunan değerlendirmelere ulaşılmıştır. Turistik arz verisi olarak mavi yolculuk ve gulet teknelerimiz değerlendirilmiş ve olgusal olarak ortaya konulmuştur. Mavi yolculuğa ilişkin sorunlar tespit edilmiştir.

Tablo 1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Yapılan Sektör Profesyonelleri

| | Faaliyet Alanı | Katılımcılar |
|--------------|---|--|
| Katılımcı 1 | Su sporları ve deniz taşımacılığı | Bodrum Deniz Ticaret Odası'nın üç dönem Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı yapmıştır. Su Altı ve Su Üstü Sporları Meslek Komitesi Başkanıdır. |
| Katılımcı 2 | Yat işletmeciliği, kuruluş 1985 | Uzakyol Kaptanıdır. Bodrum Deniz Ticaret Odası Meclis Başkan Yardımcılığı yapmıştır. Deniz Ticaret Odası Yat İşletmeciliği Meslek Komitesi Başkanıdır. |
| Katılımcı 3 | Uzakyol kaptanı ve Turizmci | Bodrum Denizciler Derneği Başkanıdır. Bu dernek, Deniz turizmi alanında kurulmuş ilk sivil toplum örgütüdür. |
| Katılımcı 4 | Marinacılık ve yat imalat bakım onarım, sigortacılık, kuruluş 1961 | ABD'de uçak ve gemi inşa mühendisliği, İngiltere'de yat tasarımı eğitimi almıştır. Bodrum Deniz Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi yapmıştır. Ağaneler Şirketler Grubunun Genel Müdürüdür. |
| Katılımcı 5 | Yatçılık ve yat bakım onarım | Bodrum Deniz Ticaret Odası Şube Başkanıdır. Gündüz Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.nin kurucusudur. 40 yıldan fazla bir süredir yat, yatçılık ve denizcilik sektöründe deneyimli bir iş adamıdır. |
| Katılımcı 6 | Yat işletmeciliği, Yat işletmesi kurucu ortak, kuruluş 1985 | İTÜ Endüstri Mühendisliği mezunudur. İTÜ İşletme Mühendisliği Yüksek Lisansı yapmıştır. Tez çalışması, deniz turizminde yatlara teşvik üzerinedir. Bodrum Deniz Ticaret Odası'nın iki dönemdir Meclis Başkan Yardımcısıdır. |
| Katılımcı 7 | Dalış turizmi işletmecisi | Deniz Ticaret Odası Merkez Meclis üyesidir. |
| Katılımcı 8 | Yat bakım onarım teknik servis, yat acenteliği ve kiralama, yat satış, tüm Türkiye. | Yatçılık ve bakım onarım işletmesi kurucu ve ortak üyesidir. |
| Katılımcı 9 | Yat işletmecisi, yat bakım onarım imalat ve turizmci. | Bodrum Deniz Ticaret Odası şubesinde Yönetim Kurulu başkan yardımcılığı yapmıştır. |
| Katılımcı 10 | Yat imalatı, bakım onarım, tersane işletmeciliği, alım satım, kiralama, yat işletme, kuruluş 1976 | Boğaziçi Üniversitesi İşletme mezunudur. 1976 yılında kurulan firması yatçılık faaliyetlerine devam etmektedir. Yatçılıkta kabin kiralama hizmetini başlatan ilk firmadır. Diğer faaliyet alanları Turizm otelcilik ve İnşaat sektörüdür. |
| Katılımcı 11 | Yat işletmeciliği ve deniz yolcu taşımacılığı, kuruluş 1974 | İstanbul Üniversitesi İşletme bölümü mezunudur. 1974 yılından beri Mavi yolculuk hizmeti sunmaktadır. Yunan adalarına feribot işletmeciliği yapmaktadır. Kurumsal davet, etkinlik ve toplantı organizasyonlarına hizmet veren ve bu amaçla donatılmış 350 kişilik gezinti teknesi bulunmaktadır. |

Mavi Yolculuk

Küçük teknelerle günübirlik geziler veya kısa yatılı geziler şeklinde başlayan **yatçılık**, Türkiye'de diğer turizm çeşitlerine oranla uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen son on yılda kitle turizminin bir parçası olarak binlerce yatlık filo halinde hızlı bir gelişme göstermiştir. Özellikle geleneksel Akdeniz tekne yapım yöntemleriyle inşa edilen ahşap yatlarımızın (guletlerimiz) oluşturduğu Mavi Tur filomuz dünyada ilk ve tek olup, Mavi Yolculuk ülkemizin dünya turizmine hediye ettiği özgün bir turizm dalı olmuştur (DTO, 2008).

İlk mavi yolculuğun 1945 yılında yapıldığı Yazar Şair Prof. Dr. Cevat ÇAPAN tarafından 25 Mayıs 2012 tarihinde "Mavi Yolculuk- Dün, Bugün, Yarın" konulu panelde ifade edilmiştir. 1945 yılında tohumları atılan ve 60'larda filizlenmeye başlayan çok farklı bir yolculuk şekli ortaya çıkmaya başlamıştır. 1945'de 9 kişi İzmir'den başlayıp Bodrum'a ve Gökova'ya kadar uzanan, yapıldığı deniz araçları, gidilen yerler, yapılış şekli, amacı ve

felsefesi ile çok yeni bir seyahat şekli olarak belirlemiştir. Yeni beliren yolculuk şekli daha sonra 1957 de beş kişi ile tekrarlanmıştır. Bu tarihten itibaren de yirmişer otuzar kişilik gruplarla, birer ikişer tekne ile her yıl yapılarak gelenekselleşmeye başlamıştır (Kuleli v.d, 2018). O yıllarda yat statüsünde deniz aracı bulmanın güç olduğu, diğer teknelerin yolcu taşımalarına ilişkin yasal alt yapıları olmadığı için bu turları yapmaktan kaçındıkları, bu turları organize etmede her yıl bir dizi bürokratik engel ile karşılaştığı, Azra Erhat'ın "Mavi Yolculuk" adlı kitabında ifade edilmektedir. Buna karşın gelişen mavi yolculuk turları ve yaşanan serbestleşme yatçılığa ilişkin bir düzenleme ihtiyacını doğurmuştur. 4/8/1983 tarihinde 18125 sayılı resmi gazetede yayınlanarak Yat turizmi yönetmeliği yürürlüğe girmiştir. Sektör temsilcilerinin öncülüğünde Turizm Bakanlığı ile istişare edilerek çıkarılan yat turizmi yönetmeliği sektöre bir ivme ve çalışma rahatlığı kazandırmıştır. Halikarnas balıkçısı ve arkadaşlarının Bodrumda 70'li yıllarda tekne bulmakta zorlanarak süngerci ve balıkçı tekneleri ile başlattıkları Mavi yolculuk bu gün 2146 adet Türk bayraklı ticari gulet filosu ile önemli bir turistik arz verisi halini almıştır. Bu rakamlarda yabancı bayraklı tekneler, çıplak kiralama (*Bareboat*), günlük gezinti tekneleri ve Restoran tekneleri dahil değildir.

Türkiye'deki yat turizmi Fransa ve Yunanistan'daki charter gemileriyle başlamıştır. Aynı zamanda bizim entelektüellerimiz yöresel tekneler ile yolculuklar yapmışlar bu yolculukları "Mavi Yolculuk" olarak isimlendirmişlerdir. Bu kavram 1980'lerde tekrardan başlayıp 1983 sonrası yeni yasanın kabul edilmesi ile düzenlemenin özel amaçları ve yat turizmini desteklenmesi yeni marinaların inşa edilmesi, eskilerinin tamir edilmesi ve geliştirilmesi ve Türkiye'de Charter seferlerinin desteklendirilmesidir (Kalemdaroğlu, 2013). "*Akdeniz dünyanın en verimli ve en ilginç yat kiralama bölgesidir*" (Katılımcı 10, 2016). Yat kiralama mürettebatlı ve mürettebatsız yat kiralama olarak ikiye ayrılmaktadır. Mavi yolculuk mürettebatlı bir yat kiralama şeklidir. Daha fazla lüks ve konfor isteyen ve gerekli yatçılık tecrübesi çok sınırlı veya hiç olmayan turistler tam mürettebatlı kiralamayı tercih etmektedirler. Türk yat işletmecilerinin yaklaşık %80'i bu tür kiralamayı uygulamaktadır. Ülkemizde uygulanan mürettebatlı yatçılık türleri olarak filotilla (grup) ve crewed (mürettebatlı) charter işletmecilikleri bu gruba girmektedir (Türker, 1996). Anadolu'nun önemli kültürel değerleriyle yoğrularak ortaya çıkmış bir turistik ürün olan mavi yolculuk özgün değerler taşımaktadır.

"Mavi yolculuk ülkemize özel görünmekte ve Yunanistan ve Hırvatistan'daki tek tük birkaç örnek haricinde dünyanın hiçbir yatçılık pazarında benzer bir ürüne rastlanmamaktadır. Genelde tur operatörlerinin çok ilginç bulunduğu bu ürün otel resort kulüp tatillerinden çok daha fazla ilgi çekmektedir" (Katılımcı 10, 2016).

"Mavi yolculuk yaşamadan herhalde anlatılamaz. Mavi yolculuk yapmayan kişiye birisi bunu anlatamazdı. Yat yaşamını, buradaki koyları ve özelliklerini, mavi yolculuk anlatılmaz, yaşandığında anlaşılır" (Katılımcı 6, 2016).

"Bundan 30-35 sene önce 40 sene önce başlayan günü birlik gezi turları zamanla konfora dayalı lüks bir hizmet üretme sürecine girdikten sonra değişime uğramıştır ve günümüzdeki mavi yolculuk ortaya çıkmıştır" (Katılımcı 9, 2016).

Mavi yolculuk ahşap teknelerimizle yapılan turlar için kullanılır. Bu tanımlama motor yatlarla veya kompozit marka yelkenlilerle yapılan turlar için isimlendirilmemektedir. Mavi yolculuk geleneksel guletlerimizle yapılan Güney Ege ve Batı Akdeniz'e özgü genellikle bir hafta süreli deniz yolculuklarıdır. Belirli yerleşim merkezleri

mavi yolculuk için zaman içinde turistik bir marka halini almışlardır. Mavi yolculuk genelde bu merkezlerden gerçekleşmektedir. Bunlar Bodrum, Marmaris, Göcek, Fethiye ve Antalya olarak yer almaktadır. Tur operatörlerinin ve yat işletmecilerinin tur programları bu merkezlerden çıkışlı olarak gerçekleşmektedir

“Türkiye’de mavi yolculuk olarak isimlendirdiğimiz yat turları Mürettebatlı yat kiralama için bir örnektir. Dünyanın başka yerlerine gittiğinizde yatla dolaştım dersiniz nerde dolaştın diye sorarlar Karayiplerde miydin?Maldivlerde miydin ? ama mavi yolculuk yaptım dersiniz, nerde olduğunuzu sormazlar çünkü Türkiye’de olduğunuzu bilirler. Mavi yolculuk Türkiye’nin bir markasıdır” (Katılımcı 2, 2016).

“Mavi yolculuk bize balıkçının bir mirasıdır, biz mavi yolculuğu Halikarnas balıkçısından devraldık ve geliştirdik. Eskiden teknelerin standardı düşüktü. Ama bugün her teknenin her kabinenin kliması var, sıcak suyu var hatta jakuzisi olan bile var” (Katılımcı 5, 2016).

“Dünya yat kiralama pazarı 2010 yılında % 24 büyümüş. 30 ile 50 m arası teknelerin pazarı % 28 büyümüş 24-30 metre arası ve 50 metre üzeri teknelerin pazarı ise % 16 büyümüş. Bu detayları veriş sebebim sektörün yönüne ışık tutması içindir. Mesela son on yılda Bodrum, Marmaris ve Fethiye’de yapılan tekneler bu eğilimin farkına varmış görünüyor. Zira imal edilen ve mavi yolculuk kullanımına sunulan tekneler hep bu boylarda” (Katılımcı 10, 2016).

“Mavi yolculuk bir markadır. Türkiye kıyılarından girdiğinden itibaren yurtdışından gelen bir tekne de artık mavi yolculuk yapıyordur. Mavi yolculuk artık bir rotadır, rotalar zinciridir. Biz bunun adını Mavi yolculuk olarak verdik, Karayiplerin Maldivlerin böyle bir yatçılık aktivitesi yoktur. Ama Türkiye’nin böyle bir değeri var, bunun kıymetini biliyor muyuz ? tartışılır. Türkiye sularına girdiği andan itibaren bir tekne mavi yolculuk rotasına girmiştir. Bunu çok iyi değerlendirmemiz lazım. Bunun tanıtımını sunumunu çok iyi yapmamız lazım. Daha çok eksiklerimiz var özetle” (Katılımcı 2, 2016).

Tablo 2. Mavi Yolculuk Rotaları

| ÇIKIŞ | POPÜLER KOYLAR / LİMANLAR |
|----------|--|
| Bodrum | Gökova Körfezi, Karacasöğüt, Sedir Adası |
| Bodrum | Hisarönü Körfezi, Aktur Koyu, Datça |
| Bodrum | Yunan Adaları (Güney Oniki Adalar) |
| Bodrum | Yunan Adaları (Kuzey Oniki Adalar) |
| Bodrum | Yunan Adaları (Kos, Simi), Datça |
| Bodrum | Gökova Körfezi, Datça, Marmaris |
| Marmaris | Ekincik Körfezi, Dalyan, Fethiye, Göcek |
| Marmaris | Bozukale (Loryma), Datça, Selimiye Koyu |
| Marmaris | Yunan Adaları (Simi, Rhodos), Datça |
| Marmaris | Yunan Adaları (Rhodos, Simi), Knidos |
| Göcek | Fethiye, Kalkan, Kekova, Olympos, Kaş |
| Göcek | Gemiler Adası, Kastellorizon, Kalkan, Patara |
| Göcek | Kleopatra Plajı, Fethiye, Ölüdeniz, Yassıca Adalar |
| Göcek | Dalyan, Datça, Ölüdeniz, Simi |
| Fethiye | Ölüdeniz, Kaş, Kekova, Kalkan |
| Antalya | Olympos, Simena, Kekova, Kemer |

Mavi Yolculukta kalite ve sertifikasyon sorunu

“Yatçılıkta ve mavi yolculukta sertifikasyon ve kalifikasyon eksikliği vardır” (Katılımcı 6, 2015). Kalite ve sertifikasyon eksikliği noktasında tüm katılımcılar ortak görüş birliğine gitmişler. Bodrum deniz ticaret odası olarak otellerin sınıflandırılmasında uygulanan yıldızlama benzeri bir sınıflandırmayı guletler için yunuslama modeli olarak geliştirip önermişlerdir. Bu model Turizm bakanlığı ile yapılan görüşmeler sonucunda neticelendirilememiştir.

“Model sadece turizm amacıyla Mavi Yolculukta kullanılan ticari tekneler için hazırlanmıştır. Mürettebatlı kiralanan M / S (motor sailer) tekneleri kapsamaktadır. Motor yatlar ve Bareboatlar (mürettebatsız tekneler) kapsam dışıdır. Bu iki kategori için sektörün uzmanları tarafından yine ayrı modeller oluşturulmalı ve bu modellerin birbirleri ile dengeleri ayrıca gözden geçirilmelidir. Günlük tur tekneleri de kategori dışıdır” (Katılımcı 6, 2016).

“Gerek personel sayısı, gerek personel nitelikleri turizm hizmeti vermekte yetersiz kalmaktadır. Gemi adamı cüzdanı alan birçok kişinin turizm hizmeti ve deniz bilgisi son derece kısıtlıdır. Çok ciddi bir sorun gemi adamlarının hemen hemen hiçbirinin hiçbir lisansı konuşamamasıdır” (Katılımcı 10, 2016).

“Teknelerin kalitesinin çok daha iyi olmasına rağmen fiyat konusunda Avrupa ile rekabet edemiyoruz, bunda personelin de rolü var, dil bilen personellerimiz var, standartlarımız yüksek. Bunlar tabi bir dereceye kadar yeterli, eğitim eksikimiz var, gerek turizm konusunda gerek denizcilik konusunda” (Katılımcı 5, 2016). Dünyanın birçok yerinde günlük kira fiyatı 50-60 bin Dolar olan tekneler bulunmakta olup bunlar yaklaşık olarak yılda 30 hafta civarında kiralanabilmektedir (Katılımcı 10, 2016).

Mavi Yolculukta ahşap teknelerle mürettebatlı olarak kiralama yapılır. Teknelerde kabin kiralama veya özel olarak tüm tekneyi kiralama şeklinde hizmet sunulur. Ahşap tekneler için niteliklerinden kaynaklı olarak standart, lüks, delüks gibi bir sınıflamalar yapıldığı görülmektedir.

“Tekne kiralarken 3 parametre var. Birincisi teknenin kendisi; güzelliği bakımı vs. İkincisi teknenin mutfağı: iyi servis yapılması ciddi bir etken. Üçüncüsü de personel: misafire davranışı çok önemli. Teknenin personeli iyi değilse bir kere iş yapar daha da yapmaz. Tekne kiralamada mühim olan gelen yolcunun bir kez daha gelmesi, Buda müşterinin memnuniyetini gösterir” (Katılımcı 5, 2016).

2.2. Mavi Yolculuğun Sürdürülebilirliği

Personelli yat kiralama Türkiye’de geleneksel gulet ahşap yatlarımızla yapılmaktadır. Guletlerimiz mavi yolculuk kavramı ile özleşmiş ve ayrılmaz parçası olmuştur. Kitlesel turizm hareketlerine servis vermek üzere “Kamu yararı” kapsamında yapımına izin verilen havaalanı, karayolu, yat limanı, arıtma tesisi gibi pek çok altyapı ve ulaşım projeleri kıyıların doğal ve arkeolojik özelliklerine zarar vermiştir (Naycı, 2009).

Mavi yolculuğun günümüze kadar sürdürülebilmesinin en önemli nedeni Fethiye, Köyceğiz ve Gökova bölgesindeki koyların özel çevre koruma bölgesi içinde yer almasıdır. Bu koylar mavi yolculuğa en uygun koylardır.

“İlk yıllarda altyapı sorunu vardı, teknelere suyu traktörle taşıyorduk. Limanlarda verilen hizmetler çok zayıf ve yetersizdi, kumanya kalitesi düşüktü. Şimdi artık bu tür hizmetler kolaylaştı ve rahatladık. Fakat şimdi en önemli sorun çevresel deformasyon özellikle deniz suyu kirliliği ve kıyılarda ki yapılaşmadır” (Katılımcı 6, 2016). Bunlar mavi yolculuğun sürdürülmesini engelleyen en önemli sorunlardır.

“Denizlerimizi kirlilemediğimiz sürece, koylarımızı koruduğumuz sürece, koylarımızda yapılaşmaya izin vermediğimiz sürece mavi yolculuk sürdürülebilir turizm örneği olarak duruyor. En sürdürülebilir turizm aslında. Gidiyorsunuz, yapıyorsunuz ve geliyorsunuz. Mesele sizin rotanızda bulunan koyların gittiğiniz gibi bırakılması” (Katılımcı 2, 2016).

Yat turizmi rotasında bulunan kıyı bandında, çevre etkileri göz önüne alınarak düzenlenecek yat yanaşma ve bağlama yerleri ile marinaların, bölgesel kıyı yönetimleri altında düzenlenmeleri, demir atılacak bölgelerin belirlenerek denetlenmesi ve hangi nedenle olursa olsun yapılaşmanın engellenmesi şarttır (Turizm Sektörü Araştırması, 2009).

“Mavi yolculuk Türkiye’ye özgü bir şey, burada doğmuş, büyümüş gelişmiş bir şey. Bunu sağlayan ne bizim ege sahillerindeki korunaklı doğal ve tarihi koylarımız. Dolayısıyla bizim özgünlüğümüzü ve uluslararası rekabeti sağlayan bize bu koyların bakir ve doğal olması, denizin Akdeniz’in en temiz denizi olması. Bu rekabeti biz koylardaki yapılaşma ve denizi kirleterek kaybediyoruz” (Katılımcı 6, 2016).

Tahsisler yoluyla yapılaşmayı teşvik eden politikaların terk edilerek, çevreye zararı diğerlerine nazaran en az düzeyde ve yüksek turizm girdileri sağlayan mavi yolculuğun korunması için denizimizin temiz kalması, kıyılarımızın ve koylarımızın yapılaşmaması için planlamalarla önlemler alınarak doğal dokunun korunması gerekmektedir (Bosiad, 2008).

“Müşteri profili de değişti. Bana göre bizim sahillerimizde yapılacak olan mavi yolculuk teknelerinin boyu 25 metreyi draftı da 2 metreyi geçmemesi lazım. Çünkü o zaman bizim küçük sahillerimize ve koylarımıza girebilme imkânı var. 25mlik bir teknenin girdiği koya 40 metrelik tekne giremez. Ama 40 metrelik teknede sunabileceğiniz bir konforu 25 metrelik bir teknede sunabilmeniz de mümkün değildir” (Katılımcı 5, 2016).

“Türkiye’de doğmuş büyümüş gelişmiş, bizim ahşap yatlarımıza paralel büyümüş bir sektör. Biz koylarımızı azaltarak ve denizi kirleterek böyle bir değeri yavaş yavaş yok ediyoruz” (Katılımcı 6, 2016).

“Deniz Ticaret Odası Bodrum şubesi olarak yaptığımız bir çalışma var. Mavi yolculukta kullanılacak koyların envanterini çıkardık. Envanter içinde elimizden kaymış gitmiş olan koylar da var. İşte bir dereceye kadar koruma altında olan koylar var bir de risk altında olan koylar var. Şimdi mavi yolculukta en büyük etken bu koyların yapılaşmaya açılmamasıdır. Yani bugün yapılaşmaya açılmış bir yerin önüne gidip de mavi yolculuk teknesi ile demir atıp denize girilmesi veya geceleme yapmanız mümkün değil” (Katılımcı 5, 2016).

“Mavi yolculuğun sürdürülebilmesi için bütünlüklü bir planlama gerekiyor. Özellikle Kıyı yapıları ve marina yeri seçimi uzmanlarla birlikte yerel halkın ve sivil toplum kuruluşlarının görüşleri alınarak oluşturulmalıdır” (Katılımcı 1, 2016).

Gökova Körfezi

Güllük körfezinde artan balık çiftlikleri ve ikinci konutlar nedeniyle mavi yolculuk güzergâhı olma niteliğini kaybetmesi ve Göcek 12 adalar bölgesinde oluşan yoğun tekne trafiği Gökova körfezini mavi yolculuk için ülkemizde alternatif yegâne güzergâh haline getirmiştir. Gökova körfezi ege denizinin en önemli yatçılık güzergâhı olsa da ege denizi bütünüyle yatçılık ve deniz turizmi için ideal bir konuma sahiptir.

“Mavi yolculuğun sürdürülebilirliğini düşünmek lazım kıyılarda yapılaşmaya giderken. Bu şekilde bir yapılaşma devam ederse, Gökova’ya da kaybedersek ciddi bir darbe olur” (Katılımcı 5, 2015).

“Kullandığımız değerlerin korunması gereklidir. Gökova mavi yolculuğun kalesi deniz turizminin olmazsa olmazıdır evet peki biz Gökova körfezini değerini bilerek ne kadar onu koruyabilmişiz?” (Katılımcı 3, 2015).

Katılımcı 5 Gökova körfezini tehdit edecek önemli bir projeden söz ediyor. *“Bir tehlike daha belirdi şimdi Gökova körfezine Ticari gemilerin girmesi. Termik santralinin liman sahasını özelleştirme idaresi ihaleye çıkarmak istiyor, ihaleye çıktığı zaman oraya bir gemi limanı yapılacak gemi limanı yapılması demek Gökova körfezine yük gemilerinin girmesi demek bu da mavi yolculuk açısından Gökova’nın bitirilmesi demek. Çünkü oraya gelecek olan gemiler bekleme durumunda olduğu zaman, oranın yapısı hava şartları dolayısıyla, karşıda gidip bizim yatların demirlediği yerlerde barınmak durumunda kalacaklar. Ayrıca bugün bilinen en büyük gemi kaynaklı sorunlardan bir tanesi balast sularıdır. Gemilerin taşıyacağı balast suları Gökova’nın bilinen endemik yapıyı ve faunayı bozacaktır”* (Katılımcı 5, 2015).

“Bugün Gökova gibi bir değeri bir doğal mirası bu devlet ve bu millet öyle korumalı ki, Kara adadan Mersinciğe çekilecek bir hattın içerisinde her tekne izinle girebilmelidir. Gökova’nın bütünlüklü kıyı kontrolünün sağlanması lazımdır. İngiliz limanının kapasitesi bellidir yani kaç tekne aynı anda orada barınabilir kaç tekne atıklarıyla şusuyla busuyla makinesiyle güürültüsüyle kaç tekne barınabilir bunların tespitleri yapılacak her koy için envanteri çıkarılacak. Gökova körfezine izin ile girilmelidir. Yani rezervasyonla girilecek limana her gemi geldim ben deyip girememelidir” (Katılımcı 3, 2015).

“Mandalya Körfezi yapılaşmaya açılan ayrıca balık çiftlikleri tarafından kapatılan koylar ile yatçı için cazibesini yitirdi. Yıllar önce Gökova’dan sonra en iyi gezi bölgesi olan bu körfezi bütün yatçılar programlarından çıkarttılar. Gökova, önce Ören Kömür santrali ile ilk darbesini yedi. Bugün de Kisebükü ve Mazı bölgeleri de de ciddi bir imar açılma baskısı altında. Hisarönü, Marmaris ve Fethiye de aynı durumlar söz konusudur” (Katılımcı 10, 2015).

Mavi Yolculukta Arz –Talep dengesizliği ve pazarlamaya ilişkin Sorunlar

“Yat kiralamak bütün dünyada son derece prestijli ve genelde çok mutlu bir azınlığın tatil biçimi. Dünyanın birçok yerinde günlük kira fiyatları 50- 60.000 Dolar olan tekneler var ve bunlar yılda 30 hafta civarında kiralanabiliyor” (Katılımcı 10, 2016). Türkiye için bu turizm türünün kazandırdığı dövizle ilgili elde net rakamlar olmasa da 4 aylık sezon içinde yüzde 70 civarında dolulukla çalıştıkları varsayılarak sadece kiralama gelirlerinin 150 milyon dolar olduğu ve bu turlar için Türkiye’ye gelen yabancıların diğer harcamalarıyla birlikte ülkeye

toplam 300 milyon dolar civarında bir gelir bıraktığı söylenebilir (TURSAB, 2007). Tahmin edilen bu gelirin büyük bir kısmı ahşap guletlerimizin kazandırdığı gelir olarak değerlendirilip hesaplanmaktadır. Hem turizmden hem deniz turizminden elde edilen diğer gelirlere dolaylı etkisi vardır. Mavi yolculuğun asli unsuru olan Ahşap gulet teknelerimizin dünya yat pazarında satılması bir diğer önemli ekonomik çıktı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gün Türkiye'nin elindeki 30 bin kiralanabilir yat yatağının önemli bir bölümü mavi yolculuk turları gerçekleştiriyor (TURSAB, 2007). Mavi yolculukta kabin satışı turlar ile kitle turizmi halini alsa da mavi yolculuk hala butik, yüksek katma değerli bir hizmet olarak pazarlanma potansiyelini barındırmaktadır.

“Yaklaşık olarak, direkt olarak 15-16 tane endirekt olarak da 70'e yakın iş koluyla bağlantı halinde yatçılık bugün. Yani oradan ekmek yiyor insanlar” (Katılımcı 2, 2016).

“Arz talep dengesi bozulduğu için fiyatlar düşüyor, fiyatlar düşünce de kalite düşüyor. Yani bu işi yapmaya çalışan yapıyorum diyen çok fazla firma ve tekne var. Müşteri bulabilmek için fiyat kırıyorlar ama bu bizim yatçılık işinde, mavi yolculuk işinde kışlık bakımlar ve kaliteli personel çok önemlidir. Bu sefer o gelirlerle değişken maliyetleri karşılayamadıkları için müşteri memnuniyetini sağlayamıyorlar” (Katılımcı 6, 2016).

“Ülkemize gelen turistin profiline uygun olarak hizmet verebilecek ciddi bir yat yatağı potansiyeli mevcuttur. Fiyatlar her ne kadar yat arzının aleyhine görünmekte ise de rekabet açısından çok rasyonel ve cazip düzeydedir. Yüzde doksanı yerli malzeme ve tamamen Türk işçisinin emeği ile imal edilen ve her birinde 3-6 Türk gemicisi istihdam eden ülkemize özgü bu klasik teknelerin genellikle potansiyellerinin anlaşılmadığını gözlemlemekteyim” (Katılımcı 10, 2016).

“Dünyanın her yerinde yat turizmi pahalı bir turizm çeşididir. Maalesef biz bunu da ucuzlatmayı becerdik, maalesef diyorum çünkü yat turizmini ucuzlattığınız zaman kaliteden ödün vermek zorundasınız. Personelden ödün veriyorsunuz, yemeğin kalitesinden ödün veriyorsunuz. Özellikle Mavi Yolculukta beklenen bir çıkış yakalanamadı. Ama eskisine nazaran çok daha lüks teknelerimiz var. Bu tekneleri biz Avrupalılar gibi pazarlayamıyoruz çünkü sırtımızda öteki kambur var. Yani ucuzlatılmış mavi yolculuk diğer taraf için eksi puan yazıyor” (Katılımcı 5, 2016). Bu konuda; gerek turistlerin can ve mal güvenliği, gerek deniz kirliliği, gerekse haksız rekabetin önlenmesi ve mavi yolculuğun geleceğinin güvence altına alınması için ciddi bir kontrol sistemine ve yeni uygulanabilir kurallara ihtiyaç vardır (DTO, 2016).

“Yani kaliteyi belirleyen birincisi iç faktörler, hizmet ve teknelerin kalitesi. İkincisi ise deniz turizmi açısından dış faktör, ülkenin turizm stratejik planlaması açısından iç faktörler ve bize hakikaten müthiş bir rekabet imkânı sağlıyor” (Katılımcı 6, 2016).

“Şimdiki müşteride tekneleri yüzen otel gibi görme eğilimi var. Eski müşteri daha çok doğayla içi çe yaşamak isteyen müşteriydi. O müşteri yok mu hala var fakat esas büyük para ödeme imkanı olan insanlar içinde deniz kültürü olan insan sayısı maalesef fazla değil” (Katılımcı 5, 2016).

“Biz kendi işletmemizde farklılaştırmayı yapmaya çalışıyoruz. Tarihi turlar düzenliyoruz, bisikletli turlar, yürüyüşlü turlar düzenliyoruz. Klasik mavi yolculukta yan gelip yatmanın yanı sıra farklı şeyler katmaya çalışıyoruz” (Katılımcı 6, 2016).

“Müşteri de çok çeşitlendi, ben mavi yolculuk müşterisinin ne istediğini ve de ne istemesi gerektiğini 20-30 sayfa yazarım. Çok farklı beklentiler oluşuyor, ikincisi araya çok kademe giriyor. Yurt dışındaki tur operatörü senin ürününü kendi müşterisine satıyor, direk senden almıyor arada Türkiye’de bir tane temsilcisi var ikinci kademe o. Üçüncü kademe bizi buluyor, dördüncü kademe de tekne. Bu zincirlemenin hepsinin dürüst ve bilinçli olması lazım ki sonuçta müşteri memnuniyeti sağlansın. İtalyan bir acente sık sık başımıza geliyor. Senden haftalık 5 bin Euro’ya aldığı bir şeyi 40 bin Euro’ya satabiliyor. Yani tekne ismini karıştırarak, farklı resimler göstererek. Adam geliyor buraya bindiği tekneyle yanındaki tekneyi karşılaştırıyor, fiyatını da soruyor ve kazıklandığını anlıyor. Hadi başlıyorsun o adama kendi suçunun olmadığını ikna etmeye. Doğru yapıyorsan işini ikna ediyorsun ama o müşteriyi kaybediyorsun. Bunlar pek çok yerde de oluyordur ama bizim işte ürünün maliyeti ve fiyatları belirsiz oldukça bunlara daha açık hale geliyorsun” (Katılımcı 6, 2016).

“Mavi yolculukta çok fazla sayıda aracı acentenin olması nedeniyle müşterinin ödediği ile tekne işletmecisinin eline geçen rakamın arasında ki makasın fazla olması sunulan hizmetin müşterinin beklentisini karşılamamasına neden oluyor” (Katılımcı 1, 2016)

“Tekne sahipleri pazarlama bilmiyor, reklam tanıtım bilmiyor kalite yönetimi bilmiyor. Tekne sahibi aynı anda muhasebeci, kaptan, pazarlama, satın alma, finans her şey bir noktadan sonra zarar etmeye başlıyor. Bu koşullar altında zarar etmesi normaldir” (Katılımcı 4, 2016).

“Mavi yolculuk kısıtlı bir zaman dilimi içerisinde gerçekleştirilebiliyor takribi Haziran 15 okulların kapanması ile Eylül 15 okulların açılması arasında bu zaman dilimi dışında yolcu bulmak güç fakat iklim olarak kasım ortasına kadar mavi yolculuk yapabilirsiniz. Bodrumun sarı yazı diye isimlendirilen özel bir sonbahar mevsimi vardır. Mavi yolculuk sezonun uzatılması gerekiyor işletmelerin ayakta kalabilmesi için” (Katılımcı 9, 2016).

“Bağlı bulunduğumuz limanda sadece Bodrum çanağında dalış yapabilir. Hani biz teknemizi alıp yanımıza da bir yelkenli gulet alıp Gökova’ya gidemeyiz Bizim teknelerimizi yolcu motoru kapasiteleri 12den fazla olduğu için görev alacağı bölgeler sadece bodrumda belli başlı bölgelerdir. O çanak içinde turlarımızı gerçekleştirebiliriz. Daha önce bunu ben ve arkadaşlarım çok yaptık hala da yapan arkadaşlarımız oluyor fakat bürokratik engelleri çok fazla olduğundan böyle bir bu turistik ürününün satışını yapamıyoruz” (Katılımcı 7, 2016).

“Pazar çok çeşitli öylesine de talep var, 10 kabin tekne yok mesela iki tane falan var. Hâlbuki 20 30 kişilik gruplar da mavi yolculuk yapabilir. Böyle tekne lazım, 8 kabinli teknenin müşterisi ayrıdır. 2 3 kabinli teknenin müşterisi ayrıdır. Gençleri bu işe çekmek istiyorsak, mesela ben ilk mezun olduktan sonraki maaşımdan arttırarak ben mavi yolculuk yaptım. O zamanlar yaptırıyorduk, artık şimdi bu mümkün değil. Kliması olmasın, kabin sayısı çok olsun, lüks olmasın ama gençler de gelsinler mavi yolculuklarını yapsınlar. Çünkü gençler yarının müşterisi. Hizmet sunulurken her segmentte çeşitlilikleri korumamız lazım” (Katılımcı 6, 2016).

“Türkiye’de yat turizminin uluslararası turizm ve tur operasyonu sistemine entegre olabilmış tek şekli guletlerde uyguladığımız ve garantili depar kabin satışı olarak adlandırdığımız üründür” (Katılımcı 10, 2016). “Mavi yolculuk hizmeti için bir takım özel organizasyonlar oluşturulmalıdır, incentive turizm dediğimiz asıl turizmin pastasının büyük dilimini alan kollarin, turizm faaliyetlerinin bir parçası haline getirebilmek lazım. Su altını, dalışı derken dalışı mavi yolculukla entegre eden özel organizasyonlar yapıp bir takım firmaların bayi toplantılarını da yapabilecek çalışmaların içine girmek lazım” (Katılımcı 2, 2016).

“Şimdi mavi yolculuk yapılan yere su sporcusunu çağırıyoruz, geliyor bizim müşterimize su sporu yaptırıyor. Konaklamalı mavi yolculuk isteyen, Konaklamalı mavi yolculukla birlikte dalış turu isteyen adama ve dalışı birlikte yapacak şekilde pazarlamaya çalışıyoruz. Bunlar müşteri taleplerine göre geliştirilmesi gereken hususlar” (Katılımcı 6, 2016).

“Mavi yolculuk Türkiye’nin markası o anlamda biz bu markanın tanıtım ve pazarlamasını doğru yaptığımızı düşünmüyorum bu konuda bir proje üzerinde çalışıyoruz şu anda, özellikle deniz turizmi tanıtım grubu adı altında bir grup oluşturup. Bir pazarlama çalışması yapıp bunun bütün uluslararası denizcilikle ilgili kanallarda fuarlarda çok ciddi tanıtımına yönelik iyi bir kadroyla çalışmalar yapılması ihtiyacını görüyoruz” (Katılımcı 2, 2016).

“Mavi yolculuk hizmetini yurt dışı pazarlara pazarlamaya başladığımız yıllarda talep daha yüksekti. Girişimciler bu konuda iş birliği içinde olarak Turizm bakanlığının desteğiyle fuarlara katılım gösteriyorlardı. Amatör bir ruhla profesyonel işler yapılıyordu Mavi yolculuk böyle bir enerji ile gelişme olanağı bulmuştur. Günümüzde bu konuda eksikler mevcuttur” (Katılımcı 11, 2016)

“Son yıllarda TUI, THOMSON gibi birçok tur operatörü mavi yolculuk satmaktan vazgeçmiştir. Nedenlerini kendimizde aramamız gerekir düşüncesindeyim” (Katılımcı 10, 2016).

Mavi yolculuk Tarih Kültür ve Arkeoloji İlişkisi

“Deniz turizmi tamamen Türkiye’de mavi yolculukla başlamıştır. Yani kitaplara geçmesi, roman olması dünyanın başka yerinde tekne üzerinde geçen hikâyeler vardır ama mavi yolculuğun kendi başlı başına bir roman konusudur, tarih konusudur” (Katılımcı 2, 2016).

Mavi yolculuğun ilk yıllarında amaçlarından birisi karadan ulaşımın güç olduğu sit alanları tarihi ve arkeolojik bölgelere mavi yolculuk ile ulaşarak kültürel aktivite ile birlikte seyahat etmektir. Likya ve Karia bölgesi mavi yolculuğun yapıldığı güzide bölgelerdir. Mavi yolculuğun başlangıcında en önemli etkenlerden biri arkeolojik varlıklarımızdır. Bu nedenle ülkemizde ki deniz turizminin gelişimi arkeolojik değerlerimiz ile sıkı bir ilişki halindedir.

Bugün Bodrum’da tekne sahiplerinin kullandıkları yatlar dünyadaki benzerlerinden oldukça farklı yapıdadır. Turizmin şekillenmesinde pek çok tarihi ve kültürel öge vardır. Bodrum Guletleri ise deniz, tarih, kültür konaklama ve hareketin tamamını içinde barındıran eşsiz bir değer sayılır Bodrum tersanelerinde üretilen yurt içi ve yurtdışında bir marka haline gelmiş olan “Bodrum tipi Ahşap Guletler” dünyanın birçok ülkesinde seyir almaktadırlar. “Hand

Made” (el işçiliği), özelliği taşıyan bu yatları yaptırmak için birçok ülkeden firma ve kişiler sıraya girmektedir (Kükner ve diğ., 2009).

Ülkemizde Mavi yolculuk rotası Karia ve Likya uygarlıklarına ev sahipliği yaptığı için Bodrum Antalya arası arkeolojiye tarihe ilgisi olan yolcular için özel yerler olmaktadır. Karia ve Likya bölgesinde yapılan mavi yolculuklar bölgenin tarihi dokusundan ötürü sosyo-kültürel düzeyi yüksek yolcular için farklılaşmış bir ürün olarak karşımıza çıkmakta. Dünya üzerinde kültür turları ile birlikte sunulan yat turlarının geliştiği bir başka ülke görülmemektedir.

Mavi yolculukta izlenen yol üstünde arkeolojiye açılmamış birçok antik kentlere rastlıyorduk gezilerimizde. Öyle ki, adları haritalara geçememiş, varlığına kılavuz kitapların değinmedikleri, ilginç anıtlarından söz etmedikleri birkaç yerleşmeyi biz çıkarıyorduk (Erhat, 2005).

Geleneksel Ahşap tekneler ve Gulet Yatlar

Bodrum’un ilk sahiplerinden Kayralıların tirhandil teknelerinden değişime uğratılarak bugüne gelen guletler tersaneler gibi dönemin tekneleri de bazı değişikliklerle günümüze kadar gelmiştir. Guletler de bir zamanlar Ege denizindeki adalar arasında şarap ve yük taşımak amacıyla kullanılmıştır. Tarih boyunca bu tip tekneler değişik amaçlara hizmet etmiştir. İlk olarak yük taşımak amacıyla kullanılan bu tekneler daha sonraları balık ve sünger avcılıklarında kullanılmıştır (Kükner v.d,2009).

Mürettebatlı teknelerin büyük bir kısmı olan “gulet”ler ise ülkemize özgü bir seyahat ve tatil türü olan “Mavi Yolculuk” turizmini yaratmıştır (DTO, 2016). “Türk Deniz Turizminin bayrağını guletler taşımaktadır. Gerek istihdam, gerek yarattıkları katma değer açısından guletlerin sorunlarına duyarsız kalmamalıyız” (Katılımcı 10, 2016).

Bodrum dünyanın başka bir yerinde yapılmayan mavi yolculuk sayesinde haklı bir üne kavuşmuştur. Mavi yolculuk sayesinde yaşamını sürdüren ahşap yat yapım ve onarım tersanelerinin yan sanayisi ile birlikte yerel ve ulusal ekonomiye katkısı tartışılmaz. Bu sektörün diğer bir özelliği de istihdam edilenlerin diğer sektörlere nazaran çok daha fazla yerelde yaşayanlardan oluşmasıdır. (Bosiad, 2008). “Deniz Turizmi için önemli olan gulet mavi yolculuk yapılan geleneksel ahşap teknelerimizi ifade eden bir tabirdir. Mürettebatlı Yat işletmeciliği 1983’den itibaren çok hızlı gelişti. Bu gelişmeye ayak uydurmak için geleneksel ahşap tekne imalatçıları da kendilerini yenilemek zorunda kaldılar 1980’lerde dededen kalma usullerle imal edilen 16-18 metre boylarındaki tekneler son 5-6 yılda yerlerini 40-50 metre teknelere bıraktı. Teknoloji tamamen değişti, yenilendi” (Katılımcı 10, 2016).

1960’lı yılların sonlarında turizmin Türkiye’de gelişim sürecine girmesi özellikle de Bodrum, Marmaris civarlarına gelen turistlerin sayılarını arttırdı. Çevredeki koyların güzellikleri ve bakir oluşları turistlerin hayli ilgisini çekti. Ancak bu koyları gezdirecek gezi teknelerinin çok kısıtlı olması artan talebi karşılamak için yeni gezi teknelerine ihtiyaç yarattı. İşte bu ihtiyacı karşılamak için bazı balıkçı guletlerinde tadilat yapılmaya başlandı ve bu

guletlerin üzerine kamara ve arka güverteye de oturma yapılmaya başlandı ve bu guletlerin üzerine kamara ve arka güverteye de oturma yerleri yapılmak suretiyle bugünkü bodrum guletinin formu ortaya çıktı (Kükner v.d,2009).

“Başladığımız dönemde o dönemin koşulları içinde tekneler zor koşullarda yapılıyorlardı küçüktüler ama kendine özgü gerçek anlamda mavi yolculuk tekneleri onlardı aslında. Son yıllarda tekne sayısı ve teknelerin boyutları çok büyüdü bunun dezavantajları olmakla beraber tekne imalatına ve yatçılığa, gulet işletmeciliğine bir kalite geldi. Kalitede öyle bir hale geldi ki artık motor yatlarda görülen diğer lüks teknelerde görülen kalitede tekneler yapılıyor. Fakat bu durum biraz mavi yolculuğun ruhunu zedeledi artan tekne boylarıyla birlikte. Teknelerin büyümesi koylar açısından iyi değil diye düşünüyorum özellikle 24 metrelerin üzerine çıkıldığı zaman o boyut tekneler koylarda fazla yer tutuyor ve manevra olanakları kısıtlıdır” (Katılımcı 2, 2016).

Guletler standart, lüks ve de-lüks kategorisinde sınıflandırılmaktadır. Standart guletlerin belirgin özelliği klimasız olmasıdır wc, duş ve tam donanımlı mutfak mevcuttur. Mavi yolculuk için ihtiyaç olan bütün niteliklere sahiptir. Lüks guletlerin standart guletlerden en belirgin ilave özelliği klima ve banyolarda duşa kabin olmasıdır. Genelde bu teknelerin salonlarında tv, dvd, oynatıcı ses sistemi mevcuttur, De lüks guletlerde ise bütün bu özelliklere ilave olarak sağlık havuzu , odalarda televizyon, dvd oynatıcı, ses sistemi, Hidro masaj duş gibi ekstraların yanında , yemek tercihinine göre özel kalifiye aşçı ve 24 saat hizmet veren servis personeli bulunur. Butik nitelikte ve kişiye özel şekilde oluşturulmuş kaliteli bir hizmet sunan ahşap yatlar olarak ifade edebiliriz.

“2000'lere kadar ahşap yat imalatının kendi dinamikleriyle ilerleyip geliştiğini düşünüyorum yani dünyanın çoğu ahşap yat imalatını bıraktı. Başka alaşımlar kullanarak sac ve kompozit tekneler yapılıyor. Daha kolay daha dayanıklı ve daha ucuz. Ahşap yatı tüketimi olmayan pazarı olmayan bir sektörün var olması mümkün değil. Mavi yolculuk ve dolmuş ahşap yatlara bir Pazar sağlıyor. Bu sefer de uluslararası ekonomik kriz olduğu için karlar azaldı” (Katılımcı 6, 2016).

“Mavi yolculuk daha iyi teknelerin yapılması ahşap el işçiliğini geliştiriyor, bunun sürdürülebilirliğini sağlıyor, okullar açılıyor bilimsel hale geliyor. Yolculara da iyi hizmet verilmesi, bunlar birbirini körükleyen şeyler olarak. Hem tekne imalatı gelişiyor, tekne imalatını geliştiren neden ortada mavi yolculuk hizmetidir. Gulet bir marka, mavi yolculuk bir marka, bu markalarla yat imalatçılığı, ahşap ustalığı sürdürülebilir” (Katılımcı 2, 2016).

“Deniz üzerinde bakım onarım tüm deniz araçları için bir zorunluluktur. Mavi yolculuk guletlerin gelişimine katkı sunmasının yanında bakım onarım ve teknik servis hizmetlerinin de gelişimine etki etmiştir” (Katılımcı 8, 2016).

“2011 yılında Dünya Süper yat endeksine Bodrum'da imal edilmiş iki tekne girdi.Bunlar da 19 uncu 57 metre boyundaki Montigne, diğeri de 28 inci olan 50 metre boyundaki Galileo. Sadece bu iki tekne dahi Türkiye'nin ve özellikle Bodrum'un bu konudaki iddiasını belgelemektedir” (Katılımcı 10, 2016).

SONUÇ

Deniz turizmi kaynakları açısından Türkiye şahsına münhasır arz verilerine sahiptir. Mavi yolculuk, bodrum guletinin bir marka olarak yerelden küresel yat piyasalarına girmesinin en önemli nedeni olmuştur. Mavi yolculuk

geleneksel ahşap teknelerimizle özdeşleşmiş yegane yüksek katma değerli yat turizmi aktivitesidir. Mavi yolculuk hizmeti özgün bir deniz turizmi hizmetidir. Mavi yolculuğun sürdürülmesi kültürel bir miras olmasının yanı sıra diğer turizm faaliyetlerini destekler anahtar bir niteliktedir. Türkiye’de yat imalat ve bakım onarım sektörünün sürdürülmesinde en önemli katalizör Mavi yolculuktur. Bu sayede geleneksel ahşap yatlarımız Türkiye’yi gururla temsil edecek şekilde Akdeniz çanağında birçok ülkeye ihraç edilmektedir. Birçok önemli ve popüler marinalarda, Türk guleti olarak ilk bakışta özgünlüğü ile dikkat çekmektedir. Mavi yolculuğun sürdürülmesi bölge ekonomileri için vazgeçilmez olduğu gibi tüm Türkiye ekonomisi için de önemlidir. Mavi yolculuğun sürdürülmesi ahşap yat ihracatını pozitif yönde etkilemiştir. Turizm gelirlerinin içinde yaklaşık ¼ lük bir kısmının deniz turizmi gelirlerinden meydana geldiği ifade edilmektedir. Bu oranın önemli bir kısmı yat kiralama aktivitesi olarak mavi yolculuktur. Mavi yolculuk geçmişten günümüze önemli bir değişim geçirmiştir. Bu olumlu değişime rağmen katılımcıların ifade ettikleri gibi bütün olumlu gelişmelere karşın mavi yolculuğun sürdürülmesinin önünde birtakım sıkıntılar mevcuttur. Bu sorunları iç kaynaklı sorunlar ve dış kaynaklı sorunlar olarak ifade edebiliriz. Kendi gelişiminden kaynaklanan sorunlar arz- talep dengesizliği, pazarlama eksiklikleri, bağlama yeri, kalite, sertifikasyon ve eğitim sorunlarından oluşmaktadır. Dış kaynaklı sorunlar olarak çevre, yapılaşma, deniz suyu kirliliği, kıyı planlaması, bölgede oluşan siyasi belirsizlikler (Terör eylemleri, Suriye iç savaşı, darbe kalkışmaları, Yunanistan ile olan anlaşmazlıklar), küresel ekonomik gelişmeler olarak ifade edilmektedir. Sonuç olarak tüm katılımcıların ifade ettikleri gibi mavi yolculuğun sorunlarının çözülmesi, deniz suyu kirliliğinin engellenmesi, yapılaşma gibi tehditlerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Pazarlama konusunda bütünlüklü bir çalışma ile eksikler giderilerek mavi yolculuğun talep yaratan bir arz verisi olarak geliştirilmesinin ülke ekonomisine önemli çıktıları olacaktır. Bodrum guletine artan ilgi yat imalat ve bakım onarım sektörünü de tetikleyecektir. Bölgede yarattığı ekonomik dışsallıklar ile birçok sektörün sürdürülmesini ve gelişmesini sağlayacaktır. Bu nedenle mavi yolculuğun ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekir. Sahip olunan bu önemli turistik arz verisinin korunup geliştirilerek gelecek nesillere önemli bir miras olarak bırakılması oldukça önemlidir.

Ekonomik ve sosyal değerlere sahip şahsına münhasır bir hizmet alanı olarak mavi yolculukta müşteri memnuniyetinin arttırılmasına yönelik araştırma çalışmalarına sektörün ihtiyacı vardır. Ahşap tekne imalatında kalite standartlarının geleneksel tekne formları korunarak artırılması gerekmektedir. Mavi yolculuk Türkiye’nin dünya yat pazarında geleneksel ahşap teknelerin marka değeri oluşturmaya etki edecek nitelikli zenginliğe sahiptir. Küresel deniz turizmi pazarında doğru yönetilip pazarlanarak, yeni ülke pazarlarına hizmet sunulacak, sürdürülebilir deniz turizmi yönetimiyle rekabet üstü konuma gelebilecek kaynaklara sahiptir. Mavi yolculuk talep yaratan bir arz kaynağıdır. Bu kaynağın bileşenlerinin hizmet kalitesi, yeme-içme, gastronomi, teknik yetkinlikler, bağlama yerleri, sürdürülebilirlik, kıyı planlaması, insan kaynağı, ürün pazarlaması konuları dikkate alınarak mavi yolculuğun iyi yönetilmesi hususu titizlikle araştırılmalıdır. Mevcut mavi yolculuk misafirlerinin memnuniyetlerinin arttırılması ve misafir adaylarına ulaşma kanallarının doğru organizasyonu konusunda akademik çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Sonuç olarak çalışmamız deniz turizmi sektörü için önemli ve kilit role sahip mavi yolculuk hizmetini arz kaynağı olarak önemini bulgularıyla ortaya koymaktadır. Bu nedenle mavi yolculuk bütünlüklü, doğru şekilde yönetilip, planlanıp ve kamu otoriteleri tarafından desteklenmelidir. Mavi

yolculuk Türkiye için önemli bir turistik arz kaynağıdır ve doğru şekilde yönetildiğinde önemli bir ekonomik gelir yaratacaktır.

KAYNAKÇA

- Bezircan, A. E. (2009) “ Marina Yatırımlarına Sektörel Yaklaşım Ege’de ve Ülkemizdeki Son Durum” Uluslararası İzmir Ulaşım Sempozyumu, Bildiriler, İzmir, http://ius.imoizmir.org.tr/ius_bildiriler/36_k84_ius_d_marine_iusr1.pdf, (12 Mart 2013)
- Bodrumlu Gönüllüler Derneği’nin Görüşleri (2008), “Vizyon 2023 -Bodrum’da Yeniden Yapılanma ve Yeni Açılımlar Bodrum Sanayici ve İşadamları Derneği Sempozyumu”, Yayını, Yayın No: 1, Bodrum.
- Erhat, A. (2005), Mavi Yolculuk, Can Yayınları, 3.Basım, İstanbul.
- Kalemdaroğlu, Ahmet Evrim ve Diğerleri, “Gis Based Inventory Of Marinas On The Coastal Region of Turkey” <http://www.isprs.org/proceedings/xxxv/congress/comm7/papers/62.pdf> (10 Kasım 2013)
- Koy ve Marinalar (2008), T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, Denizcilik Ankara.
- Kuleli, T. v.d. (2018), Endemik Bir Turizm Türü Olarak Mavi Yolculuk 4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu , İzmir.
- Kükner, Apdi ve diğerleri, (2009): “Türk Tipi Guletlerin İncelenmesi ve Form Optimizasyonu” Tübitak Araştırma Projesi, Tübitak, Ocak 2009.
- Lukovic, T (2012), Nautical Tourism and Its is Function Economic Development of Europe, in L Economic Development of Europe, in M.Kasımoğlu (ed.) Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies, pp. 399-431.InTech
- Marina ve Yatçılık Raporu 2010,Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, <http://www.ttyd.org.tr/sektorel-tyd-raporlari.html> (12 Kasım 2012).
- Naycı, N. (2009): “Kıyı Alanlarında Kitle Turizmi: Türkiye’de Kalkınma Planları Bağlamında Kıyıların Dönüşümü ve Tarihi-Doğal Çevreler”, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE) Bahar, Sayı 22.
- Özer, M.(1993) ,Türkiye’de Yat Turizmi, Türkiye Kalkınma Bankası Proje Değerlendirme Müdürlüğü, Ankara.
- Ö. Özgür, (2008), Türkiye’de Marinaların Kamusal Kullanıma Etkileri ve Öneriler, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Paker, S. ve Özgeçmez, Ö. (2014), Gulet Tatili ve Kadınların Gulet Tatili Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Araştırma Denizcilik Fakültesi Dergisi Cilt: 6 Sayı: 2 Yıl: 2014 Sayfa:101-113
- Turizm Araştırmaları Derneği (2009), 2008-2009 Turizm Sektörü Araştırması, Nisan 2009 .

Türker, Engin, Mürettebatsız Yat İşletmeciliğinin 13. Yılında Gelişim Doğrultuları. 1. Bilkent Turizm Forumu, Ankara, 1996.

Yat Turizmi, Kültür Bakanlığı, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11525/yat-turizmi.html> (16 Kasım 2012)

The Importance of Blue Cruise and Traditional Wooden Yachts as a Supply Value of Marine Tourism: A Qualitative Research in Bodrum Destination

Aziz MUSLU

Ordu University, Fatsa Faculty of Marine Sciences, Department of Maritime Business Administration

Extensive Summary

Blue voyage is an important tourism type as tourist supply data. Turkey has an unique advantage with the coastline of Aegean and Mediterranean province. High value-added tourist service is the type of service. Blue voyage is an important tourist information source that can create high value-added demand. Properly assessed and competitive strategies will be determined and our unique coastal strip will be protected in the world in accordance with the blue voyage, which will make an important contribution to our country's economy and employment. There is a serious economic externality that the blue passenger has created. It is a cultural heritage as well as an important supporting factor for the yacht building industry to come to today. 80% of the yachting companies in Turkey generally offer blue cruise service. On the Blue Voyage, renting is made with wooden boat and crew. Two option boat cabin chartering or private boat chartering is available. It is seen that classifications such as standard, luxury, and super luxury have been made for wooden boats regarding their qualities. In our Turkey, common models of traditional wooden boat type are gulet, tirhandil and straight bow models. The traditional Blue voyage is made with these three wooden yacht types. It is seen that these three boats are usually called gulet before they are distinguished.

In our research, semi-structured interviews were conducted with marine tourism professionals who continue their blue cruise activities with nearly 50 years of literature study related to Blue Voyage. 80% of the yachting companies in our country generally offer blue cruise services. In our study, primarily the literature dynamics and the basic dynamics of the blue voyage service are presented. In semi-structured negotiations with industry professionals, our views and recommendations on the blue voyage and the traditional gulet crafts offered by this service have been evaluated. The blue voyage and gulet boats were evaluated and factually presented as tourist supply data. Problems with the blue voyage have been identified. By analyzing these evaluations, a qualitative study was presented by highlighting the blue tourism service as a tourist supply data.

The first blue voyage was written in the panel titled "Blue Voyage- Yesterday, Today, Tomorrow" on May 25, 2012 by the author poet Prof Dr Cevat ÇAPAN, who was wrote in 1945. It is expressed in Azra Erhat's book "Blue Voyage" that it is difficult to find a marine vessel on the yacht status in those years, the fact that other vessels do not have legal subdivisions related to passenger transports, and that they are avoiding these tours and encountering a series of bureaucratic obstacles every year when organizing these tours. Despite this, the need for an arrangement with respect to developing blue voyage tours and living liberation yachting has arisen. On 4/8/1983, the Formal Newspaper of The Republic of Turkey No. 18125 was published and the Yacht Tourism Regulation entered into force. Yacht tourism regulation, which was initiated by consulting with the Ministry of Tourism on the initiative of sector representatives, gave the sector an acceleration and working comfort. Halikarnas fishermen and their friends have been forced to find boats in Bodrum in 70 years and they started with sponge and fishing boats. Firstly, they developed low-standard gullet from Turkey and improved their yacht operation by providing higher equipped boats over the course of the blue voyages they started over time. Blue voyage has become an important tourism supply with 2146 Turkish flagged commercial gulet fleet. These figures do not include boats with foreign flags, bareboat, daily navigation boats and restaurant boats. Nowadays, various blue voyage programs cannot be done due to loss of suitable qualities for blue. It is necessary to forbidden construction and road the natural area located on the blue cruise routes. If seasonal winds and geographical locations are taken consider, we get the following result: There are 234 security suitable bay for yachting. The average yacht capacity of these bays will be 4002.

Turkey has unique characteristic in terms of marine tourism supply. The blue voyage was the most important reason for the basement gulet to enter the global yacht markets as a brand. Blue voyage service is a unique sea tourism service. The sustainability of the blue voyage is a cultural heritage, as well as supporting other tourism activities. The most important catalyst in maintaining the yacht building and maintenance sector in Turkey is the Blue voyage. Sustaining the Blue Cruise is indispensable to the economy of the region and all parts of Turkey's economy. It is stated that approximately one-quarter of tourism revenues come from marine tourism income. Blue cruise is a unique touristic service product. Exclude economic value make itself externality for other sector and companies. It creates important external economies. It supports food and beverages, restaurants, consumables, consumables and marine supplies. Southwest coast of Turkey blue voyage products can be marketed as a high value-added products. With the blue voyage, the number of boats and gullet has begun to increase. The blue voyage has undergone a significant change from past to present. Despite this positive change, there are a number of obstacles to maintaining the blue voyage despite all the positive developments as the participants have expressed. We can express these problems as internal problems and external problems. The problems that arise from self-development consist of supply-demand imbalance, marketing deficiencies, linkage, quality, certification and training problems. Outsourcing problems are expressed as environment, reclamation, sea water pollution, coastal planning, political uncertainties in the region, global economic developments. As a result, the threats such as solving blue travel problems, preventing seawater pollution, and building up need to be abolished as all participants have expressed. The development of the blue voyage as a supply of supply that creates demand by eliminating the deficiencies with an integrated study on marketing will be important to the economy of the country. Certain

settlements have become a tourist brand over time for the blue voyage. The blue voyage usually takes place from these centers. These are Bodrum, Marmaris, Göcek, Fethiye and Antalya. Tour programs of tour operators and yacht operators are well know these centers. Increasing interest in Bodrum gulet will trigger yacht manufacturing and maintenance and repair industry. With the economic externalities created in the region, many sectors will be maintained and developed. It is very important to preserve and protect this important tourist supply data as an important inheritance for future generations.