



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 guletinin 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)