

## MARİNALARDA SUNULAN HİZMETLERİN HİZMET KALİTESİ DEĞİŞKENLERİNİN BELİRLENMESİ

Görkem DİKEÇ<sup>1</sup> ve Ali Cemal TÖZ<sup>2</sup>

### ÖZET

*Marina işletmeleri, deniz turizmi açısından önemli role sahip hizmet sağlayıcı aktörler arasındadır. Dünyada ve Türkiye’de son yıllarda marinacılık sektöründe yaşanan gelişmeler, marina sayılarının ve bağlama kapasitelerinin artmasına sebep olmuş ve uluslararası düzeyde rekabetin ön plana çıkmasına olanak sağlamıştır. Rekabet ortamında yaşanan değişimler, marina işletmelerinin müşterilerini memnun etmek amacıyla sağladıkları hizmetlerin kalite düzeylerinde iyileştirme yapma ihtiyacını doğurmuştur. Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de yer alan marina işletmelerinde sunulan hizmet kalitesi değişkenlerinin ortaya konulmasıdır.*

*Araştırmanın amaçları doğrultusunda, nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Nitel araştırma yöntemi ışığında literatür taraması yapılmış ve sonucunda marina yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisi tespit edilmiştir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile yapılmış olup İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren toplam 7 marinanın 8 üst düzey yetkilisi ile kurum bünyesinde yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilere bağlı olarak marina işletmelerinde sunulan hizmet kalitesi değişkenlerinin müşteri memnuniyetine etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.*

**Anahtar Sözcükler:** Deniz Turizmi, Hizmet Kalitesi, Marina, Müşteri Memnuniyeti

---

<sup>1</sup> Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz Turizmi Yüksek Lisans Programı, İzmir; gorkem\_dikec@hotmail.com;

<sup>2</sup> Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir; ali.toz@deu.deu.tr

## 1. GİRİŞ

Deniz turizmi pazarı son yıllarda dünyada ve ülkemizde sürekli gelişme gösteren ve turizme sağladığı katkılar gün geçtikçe artan bir hizmet sektörüdür. Deniz turizmi, insanların çeşitli aktiviteleri gerçekleştirmek amacıyla, yaşadıkları bölgelerden kıyasal bir bölgeye seyahatleri ve bu bölgede konaklaması sırasında gerçekleştirdiği faaliyetleri kapsamaktadır (Orams, 1999: 9).

Deniz turizmi bileşenlerinin gelişimi insanların yüzyıllar boyunca deniz merkezli faaliyetler üzerinden yaşamlarını devam ettirmeye çalışmaları ve bu nedenle ilk yerleşim yerleri olarak kıyasal alanları tercih etmeleri sonucunda başlamıştır. Deniz çevresinin birçok aktiviteyi gerçekleştirebilmek amacıyla sunduğu eşsiz doğal kaynakların yıllar içerisinde keşfedilmesi ile deniz turizmine olan ilgi artmıştır. Deniz turizmi sektörü çeşitli işletme formlarından oluşmaktadır. Deniz turizmi bileşenleri kruvaziyer turizmi, su sporları ve yat turizmi olarak üç ana başlık altında incelenmiştir (Işık, 2010:1).

20. yüzyılın başından itibaren Akdeniz'in uygun coğrafi konumu, iklimi, doğal koyları, farklı tarih ve kültürler ile iç içe olması yat turizminin gelişmesine katkı sağlamıştır (Kalemdaroğlu, 2007: 31; Erkan, 2003). Yat turizminin önemli bir bileşeni olan marinacılık kavramı dünyada 1920'li yılların sonlarına doğru ABD'de Ulusal Tekne ve Makine Üreticileri Derneği (National Association of Boat and Engine Manufactureres) tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ulusal Tekne ve Makine Üreticileri Derneği marinacılık kavramının tanımlamasını; eğlence ve gezi amaçlı yatlar için yapılmış, yatçı ve yatların tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği modern su kenarı tesisleri olarak yapmıştır.

Türkiye'de yat limanları ile ilgili tarihsel sürece bakıldığında ilk olarak 1967 yılında "Bakanlıklar Arası Yat Limanlarını Planlama Tetkik Komisyonu" kurularak yat limanlarının inşası konusunda çalışmalar yapılmıştır. Bunun devamında 1970'li yılların sonunda Turizm Bakanlığı bünyesinde Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından yat limanları konusunda planlar hazırlanmıştır. 1976 yılında Bodrum'da ilk yat limanı hizmete açılmıştır. Günümüzde Türkiye kıyılarında Turizm Bakanlığı belgeli sadece 46 marina bulunmaktadır. 2005 yılı sonundaki verileri göre Türkiye kıyılarında 25 adet marina varken, 2011 yılsonu itibariyle 6'sı belediyelere ait belgesiz yat limanı olmak üzere altı yıl içerisinde toplam kapasite 46'ya yükselmiştir ve %94'lük bir artış söz konusu olmuştur (DTO, 2013: 200).

Yat turizmi, birçok doğal ve beşeri etkenin bir araya gelmesiyle meydana gelen bir turizm faaliyetidir. Özellikle kıyıların aktif olarak kullanıldığı bu faaliyet, deniz turizminin destekleyici alt dallarından biridir (Sezer, 2012: 105). Son yıllarda deniz turizmi alanında yapılan çalışmalar, yat limanı sayılarındaki ve yat bağlama kapasitelerindeki

artışlar, rekabetin ortaya çıkmasına neden olmakta, bu durum da marina işletmelerini daha kaliteli hizmetler sunmaya itmektir.

Modern bir marinada başta sağlanması gereken hizmet güvenli yat bağlama ve palamar hizmetidir. Marinalarda bulunması gereken diğer hizmetler ise akaryakıt ikmal, elektrik ve su bağlantısı, duş-tuvalet, çamaşırhane, sağlık hizmetleri, bakım onarım hizmetleri, atık alım tesisi, yat marketi, alış veriş alanları, yangın tesisatı ve sosyal faaliyet hizmetleridir (Işık, 2010: 5).

Hizmet kalitesi; müşteriye yönelik hizmet stratejilerini geliştirmeye, müşteri memnuniyeti yaratmaya, her türlü olasılığa duyarlı bir süreç geliştirmeye, doğru hizmeti ilk seferinde sunmaya, etkin hizmet telafisi stratejileri geliştirmeye ve müşterilerin istek, ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda sürekli ilerlemeye odaklı bir sistemdir (Peters, 1999). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini sağlaması işletmelerin pazarlama ve sürdürülebilir faaliyetlerinde oldukça önemli yer tutmaktadır. Müşteriler satın aldıkları hizmetleri, hizmet sunumu sırasında elde ettikleri memnuniyet ile algılamaktadır (Zeithaml ve Bitner, 1996: 123; Koçbek, 2005: 77).

Hizmetlerin kalitesini ölçen, o hizmetleri satın alıp istek ve ihtiyaçlarını gideren müşterilerdir. Müşteriler ihtiyaçları ve gereksinim duydukları hizmetleri satın alırken mükemmeliyetçi bir yaklaşım ile en iyisini satın almak isterler. Bu bağlamda hizmetlerin kalitesi ön plana çıkmaktadır (Karahana, 2000: 13; Yıldız, 2009: 11; Devedbakan, Aksaraylı, 2003: 40, Çiftçi, 2006: 14). İşletmeler hizmetleri üretirken mutlaka kaliteyi göz önünde bulundurmalı ve bunlar dâhilinde personel seçimi ve eğitim ile hizmet kalitesi bir ölçüde standartlaştırılabilir (Karahana, 2000: 13; Devedbakan ve Aksaraylı, 2003: 40).

Hizmetin eş zamanda üretilip tüketilmesi, soyut olması ve ölçülebilirliğinin zor olması gibi özelliklerinden kaynaklı hizmet kalitesinin boyutları kavramı ortaya çıkmıştır. Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından belirlenen ve literatürde yaygın olarak kullanılan on adet hizmet kalitesi boyutu; ulaşılabilirlik, fiziksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, karşılık verebilmek, güvenlik ve müşteriye anlamaktır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 48). Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin 1988 yılında farklı hizmet işletmeleri ile yaptıkları çalışmalarında daha önceden belirledikleri hizmet kalitesinin 10 boyutunu 5 boyuta indirmişlerdir. 5 boyuta indirilen hizmet kalitesi boyutları; fiziksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empatiden oluşmaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988: 12-37).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında nitel ve nicel araştırmalar sonucunda hizmet kalitesi kavramına daha geniş bir bakış açısı getiren ve hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin neler

olduğunun tespit edilmesini sağlayan SERVQUAL ölçeği geliştirilmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988: 12). SERVQUAL ölçeği hem müşteriler açısından hem de hizmet işletmeleri açısından kalitenin rahatça ifade edilebilirliğini sağlamaktadır. Bu nedenle hizmet kalitesinin beş boyutu altında toplanan SERVQUAL anket ifadeleri bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

## 2. MARİNA İŞLETMECİLİĞİ ve HİZMET KALİTESİ

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2014 yılı verilerine göre hizmet ticareti kapsamında turizm sektörü dünya ticaretinin %6'lık payına karşılık 1,4 trilyon dolarlık hacme ulaşmıştır.1950 yılında 25 milyon olan turist sayısı, 2013 itibariyle 1,1 milyara ulaşmış olup 2030 yılında da 1,8 milyar seviyesine ulaşması beklenmektedir(www.unwto.org). Hizmet sektörü; ulaştırma, turizm, iletişim hizmetleri ve finansal hizmetleri kapsamakta olup, turizm faaliyetleri bu alanda önemli ölçüde katma değere sahiptir.

Hizmet ticareti altında kabul edilen turizm sektörü Türkiye için çok önemli bir rol oynamaktadır. TÜİK (2014)'in 2013 yılsonu raporlarına göre Türkiye'de turizm sektörü bir önceki yıla oranla %11'lik artışla 32,3 milyar \$'lık bir gelir elde edilmiştir. Ziyaretçi sayısı açısından bakıldığında yine aynı dönem içinde yaklaşık 40 milyon yerli ve yabancı turist ağırlanmış olup kişi başı ortalama harcama 824\$ olarak hesaplanmıştır (TÜİK, 2014). Ayrıca UNWTO (2014)'ün yayınladığı verilere göre, Türkiye 2013 yıl sonu itibariyle 37.8 milyon ziyaretçi ile bir önceki yıla göre %5.9'luk bir artış göstererek dünyada en çok turist ziyaret ettiği 6.ülke konumunda yer almaktadır.

Deniz turizmi bileşenlerinden olan kruvaziyer turizm ve yat turizminin önemli merkez noktaları da Akdeniz ve Karayipler olarak kabul edilmektedir (Diakomihalis, 2007: 426; Caribbean Tourism Organisation-CTO, 2008; Işık, 2010: 22; Dowling, 2006: 11; UNWTO, 2010: 33, CLIA, 2014).

Deniz turizminin önemli bileşenlerinden olan yat turizmi zaman içerisinde büyük gelişme göstererek turizm faaliyetleri arasında önemli rol oynamaya başlamıştır (Sarışık ve diğerleri, 2011: 1014-1025). Bu gelişmeler dâhilinde yat turizmi, denizcilik ve turizm sektörlerinin kombine edildiği bir çalışma alanı olarak görülmektedir (Işık ve Cerit; 2007: 86). Yat turizmi; yatçıların kendilerine ait ya da kiraladıkları yatlar ile keyifli vakit geçirdikleri seyir sırasında ilişkide buldukları tüm işletmeleri kapsayan deniz turizminin önemli bileşenlerinden biridir (Diakomihalis; 2007: 437). Dünya yat turizminin yoğun olarak tercih edildiği bölgeler Şekil 1'de gösterilmiştir.



**Şekil 1: Dünyada Yat Turizmi Bölgeleri**  
Kaynak: Işık, 2010: 23.

Yat turizmi içerisinde önemli bir yere sahip olan marınacılık faaliyetleri Türkiye'nin turizm faaliyetleri arasında önemli bir role sahiptir. Marınacılık alanında meydana gelen gelişmeler; marina sayılarının ve tekne bağlama kapasitelerinin artırılması marınaların sosyal ve ekonomik açıdan bölgesel ve ulusal olarak kalkınmasında önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki coğrafi konumu ve iklimi marınacılık sektöründe rekabetçi bir konuma ulaşmasını sağlamıştır.

Uluslararası bir kuruluş olan Uluslararası Deniz Endüstrisi Birlikleri Konseyi (International Council of Marine Industry Association, ICOMIA) marınaları; kamu kuruluşları veya özel işletmelerce ticari amaçlarla işletilen, rekreasyonel yatlarla öncelikle denizde (palamar, demirleme vb.) ve karada (çekek yeri vb.) muhafaza hizmetlerini belirli bir bedel karşılığında veren ve genellikle yakıt, tuvalet- duş, bakım ve onarım, atık su alımı, yat marketleri gibi yatlarla ilişkili hizmet veya ürünlerden bir veya daha fazlasını sunan deniz kenarında konumlanmış tesisler olarak tanımlamıştır (Işık ve Cerit, 2008: 587; Işık, 2010: 11). Diğer bir tanımlamaya göre marınalar, yatların yaşama yapabileceği iyi derecede palamar hizmeti sunan, ayrıca hem yatçının hem de yatlarının güvenliğinin sağlandığı, yatların karaya güvenle çıkabileceği çekek sahasını ve ekipmanlarını içinde barındıran çeşitli sosyal aktivitelerin yer aldığı alt yapılardır (Diakomihalis, 2007: 444). Bundan dolayıdır ki marınalarda sağlanan hizmetler çeşitlilik göstermekte, ancak hedefte her zaman müşteri memnuniyetinin sağlanması gerekmektedir. Her ne kadar

müşteri memnuniyetinin pek çok bileşeni bulunsa da hizmet kalitesi bu bileşenler içerisinde önem derecesi yüksek bir unsurdur.

Balcı (2011: 48) marinalarda yat ve yatçılara yönelik olarak sunulan hizmetleri dört ana başlık altında toplamıştır. Bunlar marina ofis hizmetleri, liman hizmetleri, genel hizmetler ve teknik hizmetlerdir. Teos Marina, D-Marin Didim Marina ve Setur Kuşadaşı Marina manuellere (2014) incelenerek bu çalışma kapsamında marinalarda sunulan hizmetler beş ana başlık altında toplanmıştır. Tablo 1’de ayrıntıları ile birlikte marinalarda sunulan hizmetler yer almaktadır.

**Tablo 1:Marinalarda Sunulan Hizmetler**

<b>Marina ofis hizmetleri;</b>	
• Ön büro hizmeti, günlük hava tahmini hizmeti	• Haberleşme hizmeti
• Deniz telsizi haberleşme ve dinleme hizmeti	• Rezervasyon işlemleri
• Posta ve kargo servisi	• E-posta, faks ve telefon
• Havalimanı transfer	• Sigorta hizmetleri
• Araç kiralama hizmeti	• Gümrük işlemleri hizmeti
	• Depo kiralama hizmeti
	• Döviz işlemleri
<b>Marina liman hizmetleri;</b>	
• Dalgıçlık hizmeti	• Atık Alım hizmeti
• Tekne yıkama temizlik hizmetleri	✓ Liman içi su sirkülasyon sistemi
• Dalgıç tüpü dolum	✓ Atık su toplama ve arıtma tesisi
• Yedekleme	✓ Katı atık toplama istasyonları
• Tekne yanaştırma	✓ Atık motor yağları toplama tesisi
• Giriş ve çıkış işlemleri	✓ Biyolojik arıtma tesisi
• Giriş ve çıkışlarda yönlendirme	✓ Atık su sintine boşaltma sistemi
• Giriş ve çıkışlarda kılavuz bot hizmeti	
• Akaryakıt hizmeti	
<b>Marina genel hizmetleri;</b>	
• Kablosuz internet ve TV hizmetleri	• Otopark hizmeti
• Elektrik ve su hizmetleri	• Güvenlik hizmetleri
• Duş- tuvalet ve engelli tuvaleti hizmetleri	✓ Yeterli yükseklikte tel çit
• Sağlık hizmetleri	✓ Aydınlatma
• Yangın ikaz, alarm ve söndürme hizmeti	✓ Alarm ve kapalı devre kamera sistem
• İçme suyu ve LPG tüp hizmetleri	✓ Kapı ve geçişlerin kilitlenmesi
• Çamaşır, bulaşık ve yelken yıkama alanları	✓ Güvenlik elemanları
	✓ Gözetleme kulesi
<b>Marina teknik hizmetleri;</b>	
• Çekme- Atma hizmeti	• Alt yıkama ve temizlik hizmeti
• Şişme bot- can salı tamir ve bakımı	• Motor-makine tamir ve bakımları

• Elektrik-elektronik tamir ve bakımları	• Ahşap-mobilya hizmetleri
• Yelken-branda üretim, tamir ve bakımı	• Arma-donanım hizmetleri
• Havalandırma-soğutma tamir ve bakımı	• Boya-polyester hizmeti
• Kışlık bakım hizmetleri	• Torna-metal hizmetleri
<b>Marina sosyal hizmetleri;</b>	
• Yat ve yelken kulübü	• Süpermarket (yatlara servis)
• Business Lounge	• Yat market
• Deniz malzemeleri satış yerleri	• Restoran, kafe ve barlar
• Mağazalar ve dükkânlar	• Gemici restoranı ve kafeteryası
• Helikopter pisti	• Otel ve konuk evi tesisleri
• Yüzme havuzu	• Fitness
• Sauna, spa, wellness tesisi	• Bilardo salonu
• Tenis kortu	• Plaj
• Voleybol, basketbol ve plaj voleybol	• Festival alanı
• Kuru temizleme	• Çamaşır yıkama
• Kuaför	• Charter ve seyahat acenteleri
• Araç kiralama	• Yat broker ve sigorta hizmetleri
• Banka, ATM, döviz bozma	• Park ve gezi alanlar

Kaynak: Balcı (2011: 48-57);Teos Marina, D-Marin Didim Marina ve Setur Kuşadaşı Marina Manüelleri (2014); marinaların internet siteleri incelenerek yazarlar tarafından derlenmiştir.

Marina işletmeciliği; hizmetlerin pazarlanması aşamasında ve sonrasında müşteri ile yakın ilişki kurmayı gerektiren bir hizmet sektörüdür. Günümüzde müşteriler satın aldıkları mal veya hizmette fiyata yapılan farklılaşmalarla tatmin olmamaktadır. Müşteriler kendini özel ve değerli hissettikleri davranış ve ilişkileri talep etmektedirler. Marinalarda müşterilere yönelik olarak sağlanan hizmetlerin algılanan hizmet kalitesini oluşturması ve memnuniyet sağlama, işletmelerin stratejik, planlı ve doğru hizmet kalitesi boyutlarını belirlemesi ile gerçekleşir.

Deniz turizmi pazarının önemli aktörleri arasında yer alan marina işletmelerinde verilen hizmetin iki boyutu vardır. Bunlardan ilki insan odaklı iken diğeri tekne odaklıdır (Arlı, 2012: 19). İnsan odaklı boyut marina müşterilerini memnun etmeye yönelik hizmetleri kapsarken tekne odaklı boyut ise teknelere yönelik hizmetleri kapsamaktadır.

Marina işletmeciliği kapsamında hizmet kalitesinin ölçümlerinin yapıldığı araştırmalarda genellikle Parasuraman ve arkadaşları (1985) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeğinin kullanıldığı görülmektedir (Sarı 2011: 84; Arlı, 2012: 26). Bu çalışmalarda marina işletmelerinde sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi boyutları belirlenmeye çalışılmıştır. Sarı (2011: 84) tarafından yapılan çalışma da SERVQUAL ölçeğinde yer

alan on adet hizmet kalitesi boyutu “fiziksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, inanılabilirlik, müşteriye anlamak, yeterlilik, nezaket, emniyet, erişilebilirlik, iletişim” ele alınmıştır. Marinalarda sunulan hizmet kalitesine ait diğer bir çalışmada Arlı (2012: 26) kullanılan SERVQUAL ölçeği ile hizmet kalitesi boyutlarını “fiziksel koşullar”, “heveslilik”, “karşılık verebilme”, “güven duyma”, “ulaşılabilirlik”, “teknelere yönelik hizmet”, “güvenlik”, “empati” ve “profesyonellik” olarak belirlenmiştir.

### **3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ**

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de yer alan marina işletmelerinde sunulan hizmetlerin müşteri memnuniyetine etki eden hizmet kalitesi boyutlarının keşifsel bir yöntemle ortaya konulmasıdır. Bu sebeple marinaların sundukları hizmetlerin hizmet kalite boyutlarını ve bu boyutların müşteri memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi uzman görüşlerine başvurarak değerlendirilmesi amaç edinilmiştir. Bu doğrultuda çalışma için hedeflenen sonuçların elde edilebilmesi amacıyla yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniğine başvurulmuştur.

Yüz yüze görüşme yönteminin amacı kişilerin belirli bir konu ile ilgili iç dünyasına girmek ve onun bakış açısını anlamaktır. Yüz yüze görüşme yöntemiyle açığa kavuşturulmak istenen konu hakkında kişilerin deneyimleri, tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılması planlanmakta ve bu doğrultuda araştırmaya yön verilmeye çalışılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 120; Sönmez ve Alacapınar, 2011: 108).

Yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniğinde araştırmacı önceden belirlediği sorulara ek olarak görüşmenin seyri sırasında akışa bağlı kalarak değişik yan ya da alt sorular sorulabilir. Ayrıca görüşme esnasından kişi belirli soruların cevaplarını başka soruların cevaplarında yanıtlamış ise araştırmacı bu soruları sormayabilir. Bu görüşme yöntemi belirli bir standart ve esneklik içerisinde gerçekleştirilebilir (Türnüklü, 2000: 547).

#### **3.1. Veri Toplama Aracı**

Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi seçilmiş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Veri toplama aracının oluşturulmasında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında nitel ve nicel araştırmalar sonucunda geliştirilen SERVQUAL modeli, marinalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi boyutlarının ortaya çıkarılması için uygun bir şekilde düzenlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmede veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme



formu müşteri memnuniyetini ortaya koymaya yönelik olarak 5 bölüm ve 28 adet açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Bu bölümler;

- Birinci Bölüm: Marinada fiziksel varlıklar (11 adet)
- İkinci Bölüm: Marinada güvenilirlik ( 5 adet)
- Üçüncü Bölüm: Marina personelinin hevesliliği (3 adet)
- Dördüncü Bölüm: Marinada güvenlik ( 5 adet)
- Beşinci Bölüm: Marina müşterilerinin beklentileri ( 4 adet) ile ilişkilidir.

### 3.2.Ana Kütle ve Örneklem

Bu araştırmanın ana kütlelerini Türkiye’de faaliyet gösteren marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise İzmir ve Aydın illerinde faaliyet gösteren marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda İzmir ilinde; Dirinler Levent Marina, IC Çeşme Marina, SeturAltinyunus Marina, Port Alaçatı Marina, Teos Marina; Aydın ilinde Setur Kuşadası Marina, D-Marin Didim Marina işletmelerinde üst düzey görev alan marina yetkilileri oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan uzmanların görev aldığı marinaların bir kısmının “Mavi Bayrak” statüsünde, bir kısmının “5 Altın Çıpa” statüsünde (D-Marin: Didim Marina, Teos Marina) ve bir tanesinin de “5 Mavi Yıldız” statüsünde (Teos Marina) hizmet verdiği göze çarpmaktadır. Uzmanlar ile yüz yüze görüşme telefon ile yapılan ön görüşme sonucunda planlanarak gerçekleştirilmiştir. Tablo 2’de yarı yapılandırılmış görüşmeye ait uzman bilgilerine yer verilmektedir.

**Tablo 2:** Yarı Yapılandırılmış Görüşmeye Ait Uzman Bilgileri

Uzman	Kurum	Görev	Görüşme Yeri	Tarih	Saat
Onur KUNDUZ	Port Alaçatı Marina	Marina Müdürü	Marina Ofisi	29.11.14	11.00-12.10
Can AKALTAN	Çeşme Marina	Genel Müdür	Marina Ofisi	01.12.14	13.00-14.00
Hakan TELLİOĞLU	Setur Çeşme Marina	Marina Müdürü	Marina Ofisi	01.12.14	10.00-11.15
Bora ERGEZGİN	Dirinler Levent Marina	Marina Müdürü	Marina Ofisi	02.12.14	15.00-16.00
Yıldız KAHRAMAN	Teos Marina	Genel Müd. Asistanı	Marina Ofisi	13.12.14	11.00-12.00
Zeynep ALTAN	Setur Kuşadası Marina	Ön Büro Şefi	Marina Ofisi	20.12.14	11.00-12.00
Çağlar	Setur	Marina	Marina	20.12.14	13.00-

ALTUNTAŞ	Kuşadası Marina	Müdürü	Ofisi		14.30
Selçuk BALCI	D-Marin Didim Marina	Marina Müdür Yrd.	Marina Ofisi	30.12.14	11.00-12.15

Tablodan da anlaşıldığı üzere araştırma katılan toplam 8 uzman 7 farklı marina da üst düzey görev almaktadır. Görüşmeler 29.11.2014-30.12.2014 tarihleri arasında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama altmış dakika sürmüş olup ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Ayrıca her görüşmenin tarihi, yeri ve saati de not edilmiştir.

### 3.3.Bulgular

Marina yetkilileri ile yapılan görüşme yanıtları, katılımcıların fikirlerinin gizliliği açısından tek tek verilmemekte ve belirtilen görüşlerin hangi katılımcıya ait olduğu belirtilmeden, tüm görüşme bulguları genel bir değerlendirilmeyle ifade edilmektedir. Görüşmelerin sonucunda, veri toplama aracındaki mevcut değişkenlere ek olarak, marina müşterilerinin bir marinadan hizmet kalitesi açısından değerlendirmeye aldığı ek olarak bazı hizmetlerin de olduğu tespit edilmiştir. Aşağıda bu hizmetler özetlenmektedir.

- Marina yetkililerinden alınan cevaplar doğrultusunda marinaların fiziksel varlıkları arasında kabul edilen; alt yapı ve üst yapı elemanlarının modern ve teknolojik olması, ortak kullanım alanlarının yeterli sayıda ve hijyenik olması, internet erişiminin kolay ve hızlı olması, çekme- atma ve tamir bakım hizmetleri, atık alım tesisleri ve yakıt ikmal operasyonlarında sağlanan hizmetlerin kalitesinin müşteri memnuniyeti açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- Marinalarda ortak kullanım alanlarının fiziksel koşullarının durumu ise bir diğer önemli kriter olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle yelkenli tipi teknelerde yaşam alanlarının diğer tekne tiplerine göre daha dar olması marinaadaki ortak kullanım alanlarının önemini göstermektedir. Özellikle teknelerde yer alan duş-tuvalet gibi alanların dar ve küçük olması bu alanlardan faydalanmak isteyen kullanıcılar için çok daha önemlidir. Bu nedenle tüm marina yetkililerinin ortak görüş bildirdiği marinalarda sağlanan hizmet kalitesi unsurları arasında ortak kullanım alanlarının sayıca yeterli olması, temizlik ve hijyen koşullarına dikkat edilmesi müşterilerin memnuniyeti açısından oldukça önemlidir.
- Teknelerin kuzey-güney ya da güney-kuzey seyrinde uğrak yaptıkları stratejik olarak önemli ve aynı zamanda transit özelliği

olan marinalarda sunulan yakıt ikmal hizmetlerinin kalitesi de ayrıca önemlidir. Örneğin yalnız yakıt ikmal amacıyla marinaya uğrak yapan tekne sahipleri için hizmetin zamanında ve kusursuz olarak verilmesi memnuniyet açısından son derece önemlidir. Bu hizmetin uğrak yapacak teknelerin esnekliği açısından 24 saat süre ile verilmesi ve kullanılan yakıtın özellikle motoryat tipi tekneler için performans kriterlerini karşılaması müşteri memnuniyetinde önemli bir rol oynamaktadır.

- Müşteri memnuniyetini etkileyen bir diğer unsur ise marinalarda sunulan iletişim hizmetidir. Günümüzde özellikle pek çok işlem dijital medya üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan marinalarda sunulan internet hizmeti hem kullanıcıların özel işlemleri hemde marinaların sundukları iletişim hizmeti açısından gerek işlemlerin hızı/verimliliği gerekse erişilebilirliği açısından son derece önemlidir. Ancak bazı marinalarda alt yapıdan kaynaklanan problemler, internetin erişilebilirliği açısından problem yaratabilirken bazılarında ise belirlenen ücret politikası müşterilerin memnuniyetini olumsuz yönde etkilemektedir.
- Marinalarda sunulan tamir-bakım hizmetlerine bağlı olarak ihtiyaç duyulan her türlü yedek parça ve diğer malzemelerin marina içerisinde yerleşik olan bir tedarikçi tarafından sağlanması müşterilerin ihtiyacı olan en ufak bir parçanın bile hemen temin edilebilmesi açısından önemlidir. Bu işletmelerin varlığı aynı zamanda zaman kaybını önleyeceği gibi karşılaşılabilecek memnuniyetsizliğin de giderilmesine anlamlı katkı sağlayacaktır.
- Atık alım hizmetleri ise özellikle 2015 yılından itibaren müşteriler açısından daha büyük bir öneme sahip hizmetler arasında yer almaktadır. 2015 yılından itibaren Türkiye'deki marinalar kademeli olarak mavi kart uygulamasına geçmeye başlamıştır. Bu uygulama ile teknelerden atık toplama işlemlerinin kayıtları dijital ortama aktarılacaktır. Bu hizmet ile müşteriler seyir güzergâhında bulunan marinalara atıklarını vererek hem çevre emniyeti açısından hem de üretilen atıkların kayıt altına alınması açısından memnuniyeti arttıracaktır.
- Marina içerisinde engelli yat sahiplerinin/yat kaptanlarının ya da misafirlerinin marina tesislerinden yararlanabilmesine yönelik marinalarda alt yapı ve üst yapıların düzenlenmesi için marinalarda bulundurulacak özel ekipman ve sistemlerin varlığı son zamanlarda müşterilerin özellikle dikkat ettiği konular arasında yer almaktadır. Bu tip çalışmalar hizmet kalitesini arttıracığı gibi marinanın bu konuda farkındalık yaratmasına katkı sağlaması sebebiyle de bir sosyal saygınlık kazandıracaktır.

- Marinalarda memnuniyeti etkileyen bir diğer hizmet değişkeni ise geri bildirim hizmetidir. Bu bağlamda müşterilerinden alınan geribildirimler (şikâyet, görüş ve öneriler) marina işletmeleri tarafından değerlendirilmekte ve gerekli iyileştirmelerin yapılarak müşterilerin memnuniyeti hedeflenmektedir. Bu aşamada uygulanan kalite yönetim sistemlerinin etkin olarak yürütülmesi geri bildirim mekanizmasının etkinliğini de doğrudan etkilemektedir.
- Marinanın uluslararası standartlara uygunluğu özellikle saygınlığı açısından önem arz etmektedir. Bu aşamada marina işletmelerinin statüsü (“5 Altın Çıpa”, “Mavi Bayrak” ödülü ve “5 Mavi Yıldız”) verilen hizmetlerin kalitesi açısından önemlidir. Bu bağlamda müşteri memnuniyeti açısından standartları uygulayabilme becerisi ve düzeyi son derece önemlidir.
- Son yıllarda marincılık sektörü içerisinde yerleşmiş olan “yaşayan marina” kavramı marinaların görsel olarak çekiciliği ile birlikte müşterilere yönelik olarak sunduğu sosyal aktivitelerin de önemini ortaya koymaktadır. Marinaların çevresinde konumlandırılmış olan alışveriş merkezleri, restoranlar, sosyal aktivite alanları, spor alanları marinalardan hizmet alan iç ve dış müşteriler açısından son derece önemli alanlardır. Özellikle şehir merkezinden uzak bir bölgede bulunan marinalarda müşterilerin memnuniyet düzeylerini yükseltebilmek için gerçekleştirilen her türlü sosyal/sportif aktiviteler ve diğer organizasyonlar marinanın çekiciliği açısından önem taşımaktadır.
- Müşteri memnuniyetini etkileyen bir diğer unsur ise marinanın çevresel koşulları olarak görülmektedir. Yapılan görüşmelerden elde edilen en önemli çevresel eleman olarak deniz suyunun temizliği öne çıkmaktadır. Marina içerisinde deniz suyunun temiz olması müşterilerin memnuniyeti açısından son derece önemli olduğu gibi marinanın çevresel koşullar açısından aldığı önlemler itibariyle de memnuniyete etki sağlamaktadır.
- Görüşmelerde elde edilen bir diğer hizmet kalitesi unsuru ise marinanın otopark kapasitesidir. Marinaların otopark kapasitesinin özellikle yüksek sezon koşullarında marina müşterileri açısından kimi zaman sorun oluşturmaktadır. Otopark kapasitesi her ne kadar marinadaki bağlama kapasitesi göz önünde bulundurularak hesaplanırsa da kullanılan alanın kısıtları, coğrafi özellikler ve tekne sahiplerinin misafirleri de söz konusu olunca bazı durumlarda yetersiz kalabilmektedir. Bu açıdan marina içerisinde tekneler için özel olarak tasarlanmış kapalı araç garajları sektörde önemli bir hizmet olarak öne çıkmaktadır. Bu hizmet hem müşterinin teknesine aracıyla ulaşabilmesini

sağlarken kapalı garajda güvenli olarak durması açısından da memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir.

- Marinalarda müşterilere yönelik olarak sunulan güvenlik hizmetlerinde müşteri memnuniyetinin kişilere göre farklılık gösterdiği sonucu marina yetkililerinin verdikleri cevaplar doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Sıkı güvenlik hizmetleri bazı müşterilerin memnuniyetini olumlu yönde etkilerken bazılarının ise özellikle kapalı devre kamera sistemlerinin özel yaşam alanlarını da izliyor olması sebebiyle memnuniyetini olumsuz yönde etkilemektedir.
- Marina yetkililerinin ortak görüş bildirdikleri bir diğer memnuniyet unsuru ise belirlenmiş fiyatlandırma politikasıdır. Bağlama ücretlerinin yüksek olması ve belirli dönemlerde uygulanan fiyatlandırma politikalarında değişiklikler müşterilerin memnuniyetini doğrudan etkilediği vurgulanmıştır.
- Görüşmeler sonucunda marina personelinin bilgi ve beceri düzeyi, güler yüzlü, yardımsever ve kibar olması, iletişim beceri düzeyi, müşterilere karşı olan tutum ve davranışları, beklenen hizmeti tam ve zamanında yerine getirmesi, iyi giyimli, bakımlı ve temiz olması müşteri memnuniyetine doğrudan etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Müşteriler marinaya giriş yaparken ilk olarak palamar ve ön büro elemanı ile karşılaşır. Marina personelinin müşterilere karşı ilk tutum ve davranışı memnuniyetlerini etkilemektedir. Müşteriler ve marina personeli arasında canlı bir bağ olmalıdır. Güler yüz müşteri memnuniyetini etkileyen en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Marina personeli ve yabancı müşteriler arasında yabancı dil, arada kurulacak iletişimin en önemli anahtarıdır. Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlayabilmek memnuniyetlerini etkiler.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren marina işletmelerine yönelik bir araştırma uygulanmıştır. Bu araştırma ışığında uzman görüşlerinde alınan geri bildirimler sonucunda literatür de belirtilen marinalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenlerine belli başlı değişkenlerin de eklendiği görülmektedir. Bu değişkenlerin özellikle değişen günün koşullarına ayak uydurmak için yeni hizmetlerin verilmesi ve verilen hizmetlerin daha kaliteli düzeyde verilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Çünkü müşterilerin algısı pek çok değişken altında şekillenmekte ve hizmet sağlayıcıların da aynı hızla reaksiyon vermesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Özellikle günümüz koşullarında salt çekirdek hizmet sağlayan marinaların pazarda ayakta kalabilmesi son

derece zor iken uluslararası standartların varlığı, çevre ve kalite yönetim sistemleri, yönetsel akreditasyon ve kurum kültürü müşteriler için önem kazanmıştır. Özellikle marinaların çevre yönetimi açısından iyileştirilmeleri gerekliliği, emniyet ve güvenlik hususlarını daha fazla önemsemeleri, insan kaynakları prosedürlerinin iyileştirilmesi gerekliliği ortaya çıkan önemli sonuçlardandır.

Araştırmanın ana kütesini oluşturan Türkiye’de faaliyet gösteren tüm marina işletmelerine ulaşmak için bir takım çalışmalar yürütölmüş olsa da çalışma belirli marinalar ile kısıtlı kalmıştır.

Daha sonraki çalışmalarda Türkiye’de faaliyet gösteren tüm marina işletmelerin de üst düzey görev alan marina yetkilileri ile çalışma yürütölebilir. Böylece örneklem grubu genişletilebilir. Ayrıca marina işletmelerinin buldukları bölgeler göz önünde bulundurularak sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi boyutları ve müşteri memnuniyetine etkisi karşılaştırmalı olarak analiz edilebilir. Gelecek çalışmalarda Akdeniz çanağındaki diğer ölkelerdeki marina yetkilileri ile uygulama yapılabilir ve uluslararası karşılaştırmalara yer verilebilir.

## **KAYNAKÇA**

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktarođlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. İstanbul: Sakarya Yayınları (7. Baskı).
- Arlı, E. (2012). Marina İşletmeciliğinde Tutundurma Bileşenlerinden Etkilenme Düzeyinin Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi. Ticaret ve Turizm Eğitim Faköltesi Dergisi, 1, 25-52.
- Balcı, S. (2011). Marinalarda Teknik ve Operasyonel Yönetim: Bilişim Sistemlerinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Caribbean Tourism Organisation- CTO, (2008). Developing a Niche Tourism Market Database forthe Caribbean, <http://www.onecaribbean.org/wpcontent/uploads/NicheMarketsDatabase.pdf>, (21.09.2014).
- CruisLine International Association- CLIA, (2014). CLIA 2014 State of the Cruise Industry Report, <http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Infographic.pdf>, (29.09.2014).

- Çifçi, G. (2006). Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Devebakan, N. ve Aksaraylı, M. (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (1): 38-54.
- Diakomihalis, M. (2007). Chapter 13/ Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects, (Maritime Transport: The Greek Paradigm). *Research in Transportation Economics*. (21): 419-455.
- Dowling, R., K. (2006). Cruise Ship Tourism. London: British Library.
- Erkan, K.S., (2003). Akdeniz’de Türk Marinalarıyla Rekabet Edecek Marinaların İncelenmesi ve Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlüğün Bir Marina Modeli İle Ortaya Konulması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eroğlu, O. (2006). Eğitimde Araştırma Yöntemleri: İzleme Araştırmaları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Işık, D., A. ve Cerit, G. A. (2007). Outbound Movements in Yacht Tourism: Importance of Logistics Functions. 5th International Logistics and Supply Chain Congress Proceedings Book, Düzenleyen: Okan University and Logistics Association. İstanbul. 8-9 Kasım 2007.
- Işık, D., A. ve Cerit, G. A. (2008). Yacht Tourism Education: A Study on Curriculums. International Maritime Lecturers Association (IMLA) 16 th Conference on MET Kongre Kitabı, Düzenleyen: Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik İşletmeciliği ve Yönetimi Y.O., İzmir. 14-17 Ekim 2008.
- Işık, D., A. (2010). *Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye İçin Farklılaştırma Stratejileri*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi

- İMEAK DTO, (2013). Deniz Sektör Raporu 2012, [http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/sektorraporu/IMEAK\\_DENIZCILIK\\_SEKTOR\\_RAPORU\\_TR.pdf](http://www.denizticaretodasi.org.tr/Shared%20Documents/sektorraporu/IMEAK_DENIZCILIK_SEKTOR_RAPORU_TR.pdf), (09.09.2014).
- Kalemdaroğlu, A., E. (2007). World YachtToursim. Active/ Adventure: Fair Winds-Sailing Holidays. Temmuz- Ağustos. [www.turism-review.com](http://www.turism-review.com), (23.09.2014).
- Karahan, K. (2000). Hizmet Pazarlaması, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Koçbek, A., D. (2005). Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurtuluş, K. (2004). Pazarlama Araştırmaları. Genişletilmiş. İstanbul: Literatür (7. Basım).
- Kurtuluş, K. (2010). Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Türkmen Kitapevi
- Orams, M. (1999). Marine Tourism: Development, Impactsand Management. London: Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., A. ve Berry L., L. (1985). A Conceptual Model of Service QualityandIts Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49 (4): 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., A. ve Berry L., L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Preceptions od Service Quality. Journal of Retailing, 64 (1): 12-37.
- Peters, J. (1999). Total Service Quality Management. Managing Service Quality. 29 (1): 6-12.
- Sarı, F., Ö. (2011). *Marina İşletmelerinde Hizmet Yönetimi: Yatçuların Hizmet Kalitesi Algılamaları ile Marinadan Tatminleri, Tekrar Tercih ve Tavsiye Etme Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analitik İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sarışık, M, Turkay, O., ve Akova, O. (2011). How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A Swot Analysis and Related Strategies. Procedia Socialand Behavioral Sciences, (24): 1014–1025.



- Sezer, İ. (2012). Turistik Fonksiyonları ve Yat Turizmine Etkileri Açısında Didim Yat Limanı (D-Marin Didim). Doğu Coğrafya Dergisi, 17 (28): 103-124.
- Sönmez, V., ve Alacapınar, F., G. (2011). Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Türkiye İstatistik Kurumu- TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (23.09.2014).
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim Bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yöntemi, (24): 543-559.
- UNWTO (2010). Current Situation and Trends. Spain: World Tourism Organization.
- World Tourism Organization- UNWTO, (2014), Tourism Highlights. [http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf), (20.09.2014).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin. (8.bs.).
- Zeithaml V. A. ve Bitner M. J. (1996). Services Marketing. New York: The Mc GRAW-HILL.