

**Yayın Geliş Tarihi: 09.03.2016**

**Yayına Kabul Tarihi: 07.06.2016**

**Online Yayın Tarihi: 29.03.2017**

**DOI: 10.18613/deudfd.297707**

***Araştırma Makalesi (Research Article)***

**Dokuz Eylül Üniversitesi**

**Denizcilik Fakültesi Dergisi**

**UDTS 2016 Özel Sayı S.:109-135**

**ISSN:1309-4246**

**E-ISSN: 2458-9942**

## **MARİNA MÜŞTERİLERİNİN MARİNALARDA ALDIKLARI HİZMETLERİN KALİTE DÜZEYLERİNE YÖNELİK ALGILARININ ANALİZİ**

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

### **ÖZET**

*Marina işletmeleri, yat turizminin denizlerdeki vazgeçilmez durak noktaları olması nedeniyle deniz turizminin en önemli hizmet sağlayıcı aktörlerden birisidir. Türkiye’de, özellikle 2000’li yıllardan sonra, Deniz Turizminin önemli bileşenlerinden yat turizmine olan ilginin artmasından dolayı, marina sayılarında ve kapasitelerinde artışlar gözlenmektedir. Yaşanan bu artışların, hem uluslararası hem de ulusal düzeyde rekabeti arttırıcı bir etkisi olmuştur. Artan rekabete bağlı olarak, marina işletmelerinin sundukları hizmetlerde iyileştirme yapmaları ve hizmetler üzerinde sürdürülebilirliği sağlamaları ihtiyacını doğurmuştur. Bunun elde edilmesinde ise, müşteri odaklılığın yüksek olduğu marinalarda sunulan hizmetlerin müşteriler tarafından nasıl algılandığının tespit edilmesi önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, marinaların müşteri portföyünü oluşturan yat sahiplerinin ve yat kaptanlarının, yatlarını bağladıkları marinalarda kendilerine sunulan hizmetleri nasıl algıladıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik olarak, karma araştırma yöntemi seçilmiştir. Buna göre öncelikle, mevcut literatürdeki hizmet kalitesi değişkenleri belirlenmiştir. Ardından bu değişkenlere ek olarak, marina yöneticilerinin görüşlerine de başvurulmuş ve saha araştırmasında kullanılacak nihai değişkenler tespit edilmiştir. Elde edilen tüm değişkenlere yönelik veriler, hazırlanan anket formu ile İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren toplam 8 marinadan hizmet alan 134 marina müşterisinden toplanarak analiz edilmiştir. Saha araştırması sonucunda elde edilen verilerin analizlerine bağlı olarak marina müşterilerin hizmet algısı ortaya konmaya çalışılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Deniz turizmi, marina, hizmet kalitesi, algı, Türkiye.

<sup>1</sup> gorkem\_dikec@hotmail.com

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

## **ANALYSIS OF THE PERCEPTIONS OF MARINA CUSTOMERS ON MARINA SERVICE QUALITY**

### **ABSTRACT**

*Tourism is an important industry for Turkey and there is huge potential for marine tourism due to rapid growth in tourism sector. The number of marinas in Turkey doubled during the past decade and yachting also became the main component of marine tourism industry. These developments have played a great role in increasing the number of yachts and tourists so the customer satisfaction, which is strongly related with service quality, has become even more important due to the increasing competition in the sector. In the light of these, the main purpose of this study is to investigate the impact of perceived service quality on customer satisfaction in marinas in Turkey. In accordance with this objective, mixed research methods were selected. First the variables of service quality were determined through face-to-face interviews just after literature survey. Then the variables and customers' perceptions of these determinants were analyzed through field research. Totally 134 customers from 8 different marinas were involved in this study. It is expected that the results of the study provides certain outcomes and guidelines for the related organizations dealing with yachting operations and proposes certain suggestions for effective and efficient coordination among the relevant institutions.*

**Keywords:** *Marine tourism, marina, service quality, perception, Turkey.*

### **1. GİRİŞ**

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 sayılarında ve yat bağlama kapasitelerinde artışlara, marina işletmeleri arasında rekabetin ortaya çıkmasına neden olmakta ve bu sebeplerden dolayı marina işletmelerini daha kaliteli hizmetler sunmaya itmektedir (Arlı, 2013: 61).

Yat turizminin önemli bir hizmet işletmesi olan marinalar, günümüzde hem sayılarında, hem de bağlama kapasitelerinde yaşanan artışla birlikte rekabetçi bir hal almışlardır. Gelişmekte olan rekabet ortamında marinalar ancak müşterilerine kaliteli hizmet sunarak, tercih edilebilirliklerini artırarak ve kendilerine bağlı bir müşteri kitlesi yaratarak sürdürülebilir bir büyüme yakalayabileceklerdir.

Bu araştırmanın amacı, marinaların müşteri portföyünü oluşturan yat sahiplerinin ve yat kaptanlarının, yatlarını bağladıkları marinalarda kendilerine sunulan hizmetleri nasıl algıladıklarının ortaya konulmasıdır. Araştırma sürecinde nitel ve nicel metotlara başvurulmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde marina işletmeciliği ve marina işletmeciliğinde hizmet kalitesi kavramlarına yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise araştırmanın amacına yönelik olarak gerçekleştirilen nitel ve nicel araştırmalara yer verilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın konusu, amacı ve kapsamı, modeli, araştırmada kullanılan yöntemler, araştırmanın örnekleme, veri toplama aracı, veri toplama süreci, analiz ve bulguların değerlendirilmesi sırasıyla incelenmiştir.

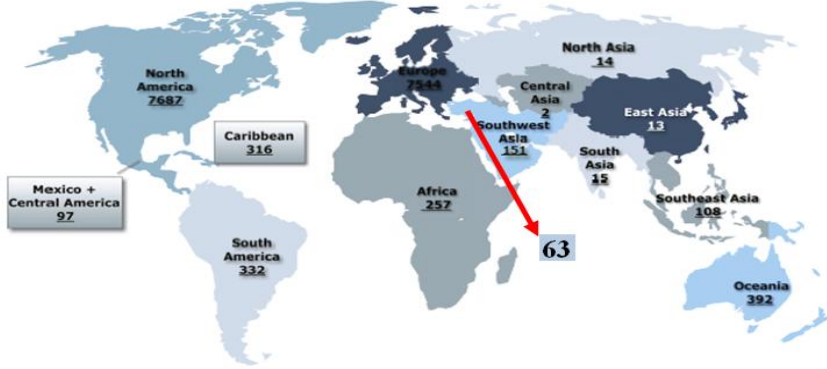
## **2. MARİNA İŞLETMECİLİĞİ**

Yat turizmi pazarının önemli aktiviteleri arasında yer alan marina işletmeleri/ yat limanları 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). Marina işletmeleri ve yat servis sağlayıcıları yat turizminin önemli alt yapıları olarak değerlendirilebilir (Atlay Işık ve Cerit; 2008: 586).

Dünyada marina kavramı 1920'li yılların sonlarına doğru ABD'de Ulusal Makine ve Tekne Üreticileri Derneği (National Association of Boatand Engine Manufactureres) tarafından kullanılmaya başlanmış olup, eğlence ve gezi amaçlı yatlar için yapılmış, yatçı ve yatların tüm ihtiyaçlarını karşılayabileceği modern su kenarı tesisleri olarak tanımlanmıştır. Marina kavramı ile ilgili derneğin en geniş tanımı; modern yatçılığa yönelik olarak marina içerisinde hizmetlerin sunulabildiği, yatların güvenli yaşama yapabildiği, bakım-onarım ve çekme-atma hizmetlerinin itina ile yerine getirildiği, akaryakıt ikmal hizmetlerinin sağlanabildiği, yat sahibi ve yat kaptanlarının karada duştuvaletlerini kullanabildiği, yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayabildiği, alış veriş yapabildikleri, ulaşım ve iletişim yerlerine yakın olan kompleks yapılar olarak tanımlanmıştır (Adie, 1984: 37; İhsan, 1993: 6; Hussein vd. 2010: 362).

Son yıllarda Türkiye'de açılan marina sayısı kayda değer bir şekilde artış göstermiş olsa da Avrupa'daki birçok ülkenin altında kalmaktadır. Türkiye'ye komşu olan Akdeniz çanağındaki ülkelerin marina sayılarına detaylıca bakılacak olunursa; İspanya'da 195, Yunanistan'da 242, Fransa'da 397, İtalya'da 497 ve Hırvatistan'da 816

marina bulunmaktadır (Heron ve Juju, 2012: 128). Üç tarafı denizlerle çevrili, 8337 km kıyı uzunluğuna sahip olan Türkiye'nin marina sayısı 63 olarak tespit edilmiştir (Heron ve Juju, 2012: 133). Şekil 1'de dünyada bölgeler göre toplam marina sayıları gösterilmektedir.



**Şekil 1:** Dünyada Bölgeler Göre Toplam Marina Sayıları  
Kaynak: Heron ve Juju (2012:128)

Marinalar faaliyetlerinden dolayı kıyı alanlarından başka bir yerde konumlandırılmaları olası olmayan, küçük teknelerin ve yatların barınması için mendirekle korunan, yatlar için bakım-onarım, kışlama gibi hizmetleri sunan bunların yanı sıra elektrik, su, telefon, internet, atık su alımı, akaryakıt, yeme-içme, alış-veriş gibi günlük ihtiyaçların ve yatların ihtiyaçlarının karşılandığı turizme açık tesislerdir (Doğaner, 1992: 184; Yüksel vd. 1998: 491; Bezirgan, 2002: 661; Ahıpaşaoğlu ve Arıkan, 2005: 101).

### **3. MARİNA İŞLETMECİLİĞİNDE HİZMET KALİTESİ**

Yat turizmi iki önemli bileşenden oluşmaktadır (Oral, 2014: 1). Bu bileşenlerden ilki yatlara öncelikle barınma imkânı sağlayan yatçıların ve yatların ihtiyaçlarına yönelik olarak alt yapı ve üst yapı hizmetleri ile donatılmış marinalar, ikincisi ise marinalardan hizmeti alan yatlardır (Görken, 2005: 213; Oral, 2014: 1; Doğanay, 2001: 539). Marinalar işlevleri nedeniyle hem kara hem de deniz bağlantılı yapılardır. Deniz alanında yatlara güvenli bağlama ve çekek hizmeti sunmakta olup, karada da yat ve yatçılara yönelik hizmetler sunmaktadır (Ahıpaşaoğlu ve Arıkan, 2005: 101).

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. Dikeç (2015: 61-62) Türkiye’de hizmet veren çeşitli marinaların manüellerini ve internet sitelerini inceleyerek marinalarda sunulan hizmetleri beş ana başlık altında toplamıştır. Tablo 1’de ayrıntıları ile birlikte marinalarda sunulan hizmetler yer almaktadır.

**Tablo 1: Marinalarda Sunulan Hizmetler**

<i>Marina ofis hizmetleri;</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ön büro hizmeti, günlük hava tahmini hizmeti</li><li>• Deniz telsizi haberleşme ve dinleme hizmeti</li><li>• Posta ve kargo servisi</li><li>• Havalimanı transfer</li><li>• Araç kiralama hizmeti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Haberleşme hizmeti</li><li>• Rezervasyon işlemleri</li><li>• E-posta, faks ve telefon</li><li>• Sigorta hizmetleri</li><li>• Gümrük işlemleri hizmeti</li><li>• Depo kiralama hizmeti</li><li>• Döviz işlemleri</li></ul>
<i>Marina liman hizmetleri;</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dalgıçlık hizmeti</li><li>• Tekne yıkama temizlik hizmetleri</li><li>• Dalgıç tüpü dolum</li><li>• Yedekleme</li><li>• Tekne yanaştırma</li><li>• Giriş ve çıkış işlemleri</li><li>• Giriş ve çıkışlarda yönlendirme</li><li>• Giriş ve çıkışlarda kılavuz bot hizmeti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Akaryakıt hizmeti</li><li>• Atık Alım hizmeti</li><li>✓ Liman içi su sirkülasyon sistemi</li><li>✓ Atık su toplama ve arıtma tesisi</li><li>✓ Katı atık toplama istasyonları</li><li>✓ Atık motor yağları toplama tesisi</li><li>✓ Biyolojik arıtma tesisi</li><li>✓ Atık su sintine boşaltma sistemi</li></ul>
<i>Marina genel hizmetleri;</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kablosuz internet ve TV hizmetleri</li><li>• Elektrik ve su hizmetleri</li><li>• Duş- tuvalet ve engelli tuvaleti hizmetleri</li><li>• Sağlık hizmetleri</li><li>• Yangın ikaz, alarm ve söndürme hizmeti</li><li>• İçme suyu ve LPG tüp hizmetleri</li><li>• Çamaşır, bulaşık ve yelken yıkama alanları</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Otopark hizmeti</li><li>• Güvenlik hizmetleri</li><li>✓ Yeterli yükseklikte tel çit</li><li>✓ Aydınlatma</li><li>✓ Alarm ve kapalı devre kamera sistem</li><li>✓ Kapı ve geçişlerin kilitlemesi</li><li>✓ Güvenlik elemanları</li><li>✓ Gözetleme kulesi</li></ul>
<i>Marina teknik hizmetleri;</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Çekme- Atma hizmeti</li><li>• Şişme bot- can salı tamir ve bakımı</li><li>• Elektrik-elektronik tamir ve bakımları</li><li>• Yelken-branda üretim, tamir ve bakımı</li><li>• Havalandırma-soğutma tamir ve bakımı</li><li>• Kışık bakım hizmetleri</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alt yıkama ve temizlik hizmeti</li><li>• Motor-makine tamir ve bakımları</li><li>• Ahşap-mobilya hizmetleri</li><li>• Arma-donanım hizmetleri</li><li>• Boya-polyester hizmeti</li><li>• Torna-metal hizmetleri</li></ul>

**Tablo 1: Marinalarda Sunulan Hizmetler (Devamı)**

<b>Marina sosyal hizmetleri;</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Yat ve yelken kulübü</li><li>• Business Lounge</li><li>• Deniz malzemeleri satış yerleri</li><li>• Mağazalar ve dükkânlar</li><li>• Helikopter pisti</li><li>• Yüzme havuzu</li><li>• Sauna, spa, wellness tesisi</li><li>• Tenis kortu</li><li>• Voleybol, basketbol ve plaj voleybol</li><li>• Kuru temizleme</li><li>• Kuaför</li><li>• Araç kiralama</li><li>• Banka, ATM, döviz bozma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Süpermarket (yatlar servisi)</li><li>• Yat market</li><li>• Restoran, kafe ve barlar</li><li>• Gemici restoranı ve kafeteryası</li><li>• Otel ve konuk evi tesisleri</li><li>• Fitness</li><li>• Bilardo salonu</li><li>• Plaj</li><li>• Festival alanı</li><li>• Çamaşır yıkama</li><li>• Charter ve seyahat acenteleri</li><li>• Yat broker ve sigorta hizmetleri</li><li>• Park ve gezi alanlar</li></ul>

Kaynak: Dikeç (2015: 61-62)

Literatür kapsamında marina işletmeciliği ve hizmet kalitesi ile ilgili olan çalışmalar incelenmiştir. Durukan (2004) yılında yaptığı çalışmada Ege bölgesinde yer alan yat bağlama işletmelerini müşteri yönlü olarak değerlendirmiştir. Bu çalışmanın önemli bulguları arasında, yat limanı işletmeciliği yetkililerinin ve çalışanlarının güvenilirliği, yat limanı işletmesinde mevcut olan fiyatlandırma politikasının müşteriler açısından önemi tespit edilmiştir. Arlı (2012) yılında yat limanı işletmeciliğinde algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin tercih etme, tavsiye etme ve genel memnuniyet düzeyi üzerine etkisini ölçtüğü çalışmada ortaya çıkan bulgular, marinaların fiziksel koşullarının, marina personelinin hevesliliğinin ve empati kurabilmesinin, güvenlik koşullarının sağlanmasının müşterileri açısından önemini ortaya koymaktadır. Akaltan ve Nas (2014) yılında yaptıkları çalışmalarında yat limanı müşterilerinin, yat limanına bağlama tercihlerini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Bu çalışmanın bulguları arasında yat limanının konumu, duş ve tuvaletlerin yeterli ve temiz olması ve yat limanı çevresinin sosyal hayatının canlı olması ilk üç sırada yer almaktadır. Coşar ve Nas (2014) yat kullanıcılarının yat limanını tercihinde etkili olan kriterler üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın bulgularına göre, marinalarda sunulan hizmet kalitesi faktörleri kapsamında müşterilerin en çok önem verdikleri konu güvenlik olurken bunu sırasıyla ortak kullanım alanlarının (banyo/tuvalet) hijyenik ve temiz olması ve yat sahipleri/yat kaptanları için sağlanan sosyal yaşam alanı ve aktivitelerin takip ettiği görülmektedir. Onay ve Keçeciler (2014) yılında marina işletmelerinde stratejik planlamaya dair yaptıkları çalışmalarında ise fiziksel yeterlilik ve çekicilik, ulaşılabilirlik, güven duyma, personelin hevesliliği ve profesyonellik değişkenlerinin önemi

ortaya konmaktadır. Karaosmanoğlu ve Kazançoğlu (2016) çalışmalarında yatçıların marina tercihlerinde algılanan hizmet kalitesinin marina bağlılığı üzerindeki etkisini ölçmeye çalışmışlardır. Bu çalışmanın bulgularına göre güvenilirlik, yatlara yönelik olarak sunulan profesyonel hizmetler, personel kalitesi, marinaların fiziksel ortamları ve marina müşterilerine yönelik sunulan sosyal faaliyetler müşterilerin bağlılığı üzerine etkisinin olduğunu sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Marinalarda sunulan hizmetler üzerine yukarıda özetlenen çalışmalar dikkate alındığında, yat sahibi ve yat kaptanlarının demografik özellikleri ve kullanılan tekne tipi ve bayrak gibi tekne özelliklerine göre marina kullanıcılarının algılarının ne olduğuna dair bir çalışmaya rastlanmamış olması bu çalışmanın ana motivasyon unsuru olmuştur. Buna göre çalışma kapsamında oluşturulan ana hipotezler ve alt hipotezleri nitel araştırma kapsamında elde edilen veriler ve gözlemler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Bu bağlamda geliştirilen hipotezler Tablo 2’de belirtilmektedir.

**Tablo 2: Araştırmanın Hipotezleri**

<b>Hipotezler</b>
<b>Hipotez 1:</b> Türk ve yabancı yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.
<b>Hipotez 2:</b> Yelkenli ve motoryat tipi tekne kullanan yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.
<b>Hipotez 3:</b> Farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.
<b>Hipotez 4:</b> Farklı görevlerde bulunan müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.
<b>Hipotez 5:</b> Farklı meslek gruplarına sahip müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

#### **4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ**

Bu araştırmanın amacı, marinaların müşteri portföyünü oluşturan yat sahiplerinin ve yat kaptanlarının, yatlarını bağladıkları marinalarda kendilerine sunulan hizmetleri nasıl algıladıklarının ortaya konulmasıdır. Buna göre Araştırmanın amacının gerçekleştirilebilmesi için izlenen araştırma yöntemleri aşağıdaki gibidir:

Nitel araştırma yöntemi kapsamında;

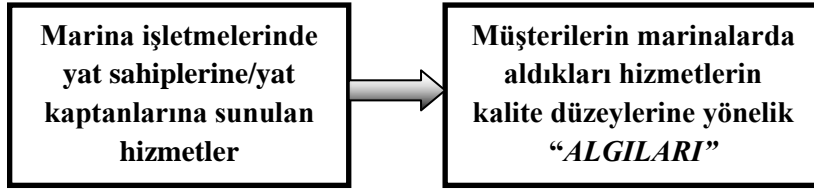
- Marina işletmeciliği ve marina sunulan hizmet kalitesi boyutlarının yazın taraması ile belirlenmesi
- Marinaların sundukları hizmetlerin hizmet kalite boyutlarını uzman görüşlerine başvurarak değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.

Nicel araştırma yöntemi kapsamında;

- Nitel araştırmalar sonucunda belirlenen değişkenlerinin İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren marinalarda nicel olarak sorgulanması amacıyla bir saha araştırmasının gerçekleştirilmesi,
- Müşterilerinin marinalarda aldıkları hizmetlerin kalite düzeylerine yönelik algılarının değerlendirilmesi amacıyla analizleri gerçekleştirilmiştir.

## 5. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE SÜREÇLERİ

Araştırma modeli, araştırma için gerekli olan bilgi ve verilerin toplanması ve çözümlenebilmesi için kullanılacak olan yöntem ve süreçlerin belirlenmesidir (Kurtuluş, 2004: 250; Eroğlu, 2006). Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 2’de ortaya konmuştur.



Şekil 2: Araştırmanın Modeli

Bu araştırmanın modelinin oluşturulmasında nitel ve nicel yöntemler olmak üzere karma araştırma metoduna başvurulmuştur.

### 5.1. Nitel Araştırma: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Yöntemi

Literatür taraması sonucunda marinaların hizmet kalitesi boyutları ve müşterileri algı düzeyleri arasındaki ilişkinin açıklanabilmesinde saha araştırması uygunluğunun değerlendirilebilmesi için nitel bir araştırma yapılması ihtiyacı doğmuştur. 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.

Bu araştırmanın ana kütesini 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, Setur Altinyunus 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 toplam 8 uzman 7 farklı marinateda 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.

Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden keşifsel olarak yararlanılmıştır. Diğer bir ifade ile marina yöneticileri ile yapılan görüşmelerde en çok üzerinde durulan, vurgulanan ve ilk defa ifade edilen hizmet kalitesi boyutları marina kullanıcılarına yöneltilmek üzere hazırlanan anket formunun hazırlanmasında ve marinalarda sunulan hizmetlerin, hizmet kalitesi boyutlarının belirlenmesinde dikkate alınmıştır. 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.

Ayrıca 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.

Marinalarda memnuniyeti etkileyen hizmet değişkenleri arasında geri bildirim hizmetinin etkin bir şekilde yürütülmesi, marinanın uluslararası standartlara uygunluğunun (“5 Altın Çıpa”, “Mavi Bayrak”

ödülü ve “5 Mavi Yıldız”) sağlanması, marinanın çevresel koşulları (deniz suyunun temizliği), marinanın otopark kapasitesi ve marinalarda müşterilere yönelik olarak sunulan güvenlik hizmetlerinde yer almaktadır. Ayrıca son yıllarda marinacılık sektörü içerisinde yerleşmiş olan “yaşayan marina” kavramı marinaların görsel olarak çekiciliği ile birlikte müşterilere yönelik olarak sunduğu sosyal aktivitelerin de önemini ortaya koymaktadır.

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.

## **5.2. Nicel Araştırma: Saha Araştırması**

Araştırmanın ikinci aşamasında İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren marinalarda müşterilerinin marinalardan aldıkları hizmetlerin kalite düzeylerine yönelik algılarının değerlendirildiği saha araştırmasına yer verilmiştir. Saha araştırması yönteminde veri toplama aracı olarak anket formu seçilmiştir. Literatür taraması ve nitel araştırma sonucunda elde edilen değişkenler doğrultusunda anket yargıları oluşturulmuştur. Anket formu İngilizce ve Türkçe olarak oluşturulmuş ve her iki ankette de ifadelerin aynı anlamı içermesine ilişkin kontroller yapılmıştır. Anket formunun ilk bölümü olan “Katılımcı Profili”nde marina müşterilerinin profillerine ilişkin hazırlanan 13 sorunun 11’i kapalı uçlu, 2’si açık uçlu olarak hazırlanmıştır. “Hizmet Kalitesi” bölümünde yer alan 43 adet yargı, aralıklı 5’li Likert ölçeği ile sorgulanmıştır. Müşterilerin her bir değişkenin önem durumuna göre katılım seviyesini 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde belirtmesi istenmiştir. “Müşteri Memnuniyeti” nin değerlendirildiği son bölüm içerisinde marina müşterilerinin memnuniyetlerini ölçebilmek adına 3 adet kapalı uçlu soru yer almıştır.

### **5.2.1. Saha Araştırmasının Örneklemi ve Veri Toplama Süreci**

Araştırmanın ana kütesini Türkiye’de faaliyet gösteren marina işletmelerinden hizmet alan (bağlama-barınma, tamir-bakım-tutum ve diğer) marina müşterileri (yat kaptanı/yat sahibi) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise İzmir, Aydın ve Muğla illerinde faaliyet gösteren marina işletmelerinde hizmet alan yat sahipleri/yat kaptanları oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında marinaların bağlama kapasiteleri, ulaşılabilirlikleri göz önünde bulundurularak saha araştırmasına izin verilen marinaların müşterileri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu kapsamda İzmir ilinde; Dirinler Levent Marina, IC Çeşme Marina, Setur Altinyunus Marina, Port Alaçatı Marina, Teos Marina; Aydın ilinde Setur Kuşadası Marina, D-Marin Didim Marina ve Muğla ili Ece Saray Marina işletmelerinde konaklama hizmeti alan müşteriler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Veriler 04.04.2015-16.05.2015 tarihleri arasında marinalar ziyaret edilerek müşteriler ile yüz yüze anket yöntemi sonucunda elde edilmiştir.

Örneklemin belirlenmesinde tesadüfi olmayan (yargısal) örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

### **5.2.2.Saha Araştırmasında Elde Edilen Veri ve Bilgilerin Analizi**

Saha araştırmasında yanıtlanan anket formları incelenmiş ve hatalı ve/veya eksik doldurulmuş bazı anketlere rastlanılmıştır. Bu kapsamda geri dönüşü olan 146 anket formu içerisinde 12 anket formu değerlendirme dışı bırakılarak 134 adet anket formu geçerli olarak kabul edilmiştir. Anket formları incelendikten sonra veriler kodlanmış ve analize hazır hale getirilmiştir. Saha araştırması sonucu elde edilen veriler SPSS 21,0 (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı) paket programında elektronik ortama aktarılmış ve analiz edilmiştir. Saha araştırması analizlerinde öncelikli olarak araştırmanın parametrik ölçeğinin güvenilirliğinin belirlenmesi için alfa katsayısı (Cronbach Alpha) kullanılmıştır. Bu doğrultuda yapılan analiz sonucunda alfa katsayı 0,966 (%96,6) olarak hesaplanmıştır. Profil sorularının frekans dağılımı belirlenmiş ve devamında yat sahibi/yat kaptanların hizmet algılarını ortaya koyabilmek için geliştirilen hipotezlerin testi için t-testi ve one-way Anova analizleri yapılmıştır.

### 5.2.3.Saha Araştırmasından Elde Edilen Veri ve Bilgilerin Analizi

#### 5.2.3.1 Katılımcıların Profil Bilgilerine Ait Analiz ve Bulgular

Araştırmanın örneklemini toplam 134 marina müşterisinden (yat sahibi/yat kaptanı) oluşturmaktadır. Anket formunu dolduran katılımcıların %88.8'si (119) erkek, %11.2'si (15) kadındır. Araştırmada yer alan teknelerin %55.7'si (68) yelkenli %49.3'u (66) ise motoryat tipindedir. Tekne bayraklarına bakıldığında ise teknelerin büyük bir bölümünün yabancı bayraklı olduğu (%49.3-ABD) göze çarpmaktadır. Teknelerin%24.6'lık (33) kısmının ise Türk bayraklı olduğu görülmektedir. Türk bayraklı teknelerin 23'unun özel amaçlı iken 10'u ticari amaçlı kullanılmaktadır. Araştırmaya katılan yat kaptanlarının/yat sahiplerinin profil bilgileri analiz ve bulguları, kullanılan tekneye ilişkin genel bilgiler Tablo 3 ve Tablo 4'te ayrıntılı olarak verilmektedir.

**Tablo 3:** Araştırmaya Katılan Yat Kaptanı/ Yat Sahibi İle İlgili Genel Bilgiler

Değişken	N	%	Değişken	n	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Milliyet</b>		
Erkek	119	88.8	Türk	103	76.9
Kadın	15	11.2	Yabancı	31	23.1
Toplam	134	100	Toplam	134	100
<b>Medeni Durum</b>			<b>Meslek</b>		
Evli	100	74.6	Emekli	20	14.9
Bekar	34	25.4	Denizci (yat kaptanı, gemici, yelkenci)	54	40.3
Toplam	134	100	Yönetici	21	15.7
<b>Yaş</b>			SerbestMeslek	9	6.7
19-25	10	7.5	Mühendis	10	7.5
26-35	27	20.1	Doktor	8	6.0
36-45	27	20.1	Diğer	12	9.0
46 ve üstü	70	52.2	Toplam	134	100
Toplam	134	100	<b>Eğitim</b>		
<b>YıllıkGelir</b>			İlk Okul	4	3.0
10.000 \$'a kadar	42	31.3	Orta Okul	8	6.0
10.000\$-50.000\$	61	45.5	Lise	42	31.3
50.000\$-100.000\$	14	10.4	Üniversite	56	41.8
100.000\$ ve üzeri	17	12.7	Yüksek Lisans	20	14.9
Toplam	134	100	Doktora	4	3.0
			Toplam	134	100

n: Katılımcı sayısı, %: Yüzde

Tablo 3'de de görüldüğü gibi müşterilerin eğitim durumları dikkate alındığında katılımcıların büyük bir kısmının yüksek öğretim düzeyinde

((%41.8-56) üniversite mezunu), ((%31.3-42) lise mezunu) olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan 134 katılımcının %76.9'u (103) T.C. uyruklu iken, %23.1'inin (31) ise yabancı uyruklu olduğu göze çarpmaktadır. Anketi cevaplayanların meslek durumlarına göre dağılımlarında ise katılımcılardan %40.3'ünün (54) denizci, %15.7'sinin (21) ise yönetici pozisyonunda çalışan kişilerden oluştuğu görülmektedir. Gelir durumlarına göre dağılımda ise katılımcıların %45.5'i (61) yıllık olarak 10.000\$-50.000\$ arasında gelir düzeyine sahip olduğu göze çarpmaktadır.

**Tablo 4:** Tekne İle İlgili Genel Bilgiler

Değişken	N	%	Değişken	n	%
<b>Yatçılık Tecrübesi</b>			<b>Tekne Tipi</b>		
5 yıl ve altı	27	20.1	Yelkenli	68	55.7
6- 10 yıl	30	22.4	Motoryat	66	49.3
11-20 yıl	41	30.6	Toplam	134	100
21 yıl ve üstü	36	26.9	<b>Teknenin Kullanım Amacı</b>		
Toplam	134	100	Özel	124	92.5
<b>Teknedeki Görevi</b>			Ticari	10	7.5
Yat Sahibi	72	53.7	Toplam	134	100
Yat Kaptanı	44	32.8	<b>Teknenin Yatak Kapasitesi</b>		
Yatsahibi/ YatKaptanı	11	8.2	1-5 arası	65	48.5
Diğer	7	5.2	6-10 arası	60	44.8
Toplam	134	100	11 ve üzeri	9	6.7
<b>Teknenin Bayrağı</b>			Toplam	134	100
Türk	33	24.6	<b>Marinanın Kullanım Amacı</b>		
ABD	66	49.3	Tamir-Bakım-Tutum	4	3.0
İngiliz	27	20.1	Bağlama-Barınma	95	70.9
Alman	5	3.7	Tamir vs.ve Bağlama- Barınma	35	26.1
Diğer	3	2.1	Toplam	134	100
Toplam	134	100			

n: Katılımcı sayısı, %: Yüzde

Teknelere ilişkin veriler incelendiğinde ise teknede görev alma süresine göre katılımcıların yaklaşık yarısının 10 yıl ve üzeri deniz tecrübesine sahip olduğu görülmektedir. Teknedeki pozisyon dikkate alındığında ise katılımcıların %53.7'sinin (72) yat sahibi, %32.8'inin (44) yat kaptanı ve %8.2'lik kısmın (11) ise yat kaptanı-yat sahibi olduğu görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere kullanılan teknelerin büyük bir çoğunluğunun (%92.5-124) özel amaçlı olduğu göze çarpmaktadır. Marinanın kullanım amacı incelendiğinde ise müşterilerin büyük bir kısmının (%70.9) marinaları bağlama-barınma hizmeti amacıyla tercih ettiği görülmektedir. Tablo 5'te saha araştırması sonucunda ziyaret edilen toplam 8 marinadan elde edilen Türk ve yabancı uyruklu katılımcıların

dağılımları ve Türk ve yabancı yat sahiplerinin/yat kaptanlarının kullandıkları tekne tipine göre dağılımlarına yer verilmektedir.

**Tablo 5:**Müşterilerin Marinalar ve Kullandıkları Tekne Bazında Dağılımı

Müşteriler	IC Çeşme Marina	Setur Çeşme Marina	Port Alaçatı Marina	Levent Marina	Setur Kuşadası Marina	Teos Marina	Ece Saray Marina	D-Marin Didim Marina
Türk	27	11	11	5	12	18	10	9
Yabancı	7	-	-	-	6	2	16	-
Müşteriler	Yelkenli				Motoryat			
Türk	42				61			
Yabancı	26				5			

Saha araştırmasında ziyaret edilen marinaların Türk ve yabancı yat sahibi/ yat kaptanı dağılımına bakılacak olunursa “düşük sezon koşulları”n da en fazla Türk müşteri IC Çeşme Marina’da, yabancı müşteri ise Ece Saray Marina’da bulunmaktadır. Türk ve yabancı yat sahibi/yat kaptanlarının kullandıkları tekne tipine göre dağılımlarında Türk müşterilerin daha çok motoryat tekne tipini, yabancı müşterilerin ise yelkenli tekne tipini tercih ettikleri verdikleri cevapların sonucunda ortaya çıkmıştır.

### 5.2.3.2. Marina Müşterilerinin Algılarına İlişkin Karşılaştırmalı Analizler (T-testi)

Araştırma kapsamında marina müşterilerinin marinalarda sunulan hizmetlerin kalitesi değişkenlerine yönelik algılarının değerlendirilmesinde yat sahibi ve yat kaptanları arasında karşılaştırmalı analizler yapılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda t-testi yöntemi kullanılmıştır.

Toplam 134 yat sahibi/ yat kaptanı katılımcının hizmet kalitesi değişkenlerine yönelik algılarındaki farklılıkların tespiti açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak belirlenmiş ana hipotez ve alt hipotezlerin testi gerçekleştirilmiştir. Ana hipotezler olarak marina müşterilerinin hizmet kalitesinde algıladıkları farklılıkları tespit etmek amacıyla aşağıda belirtilen Hipotez 1, Hipotez 2, Hipotez 3 geliştirilmiştir.

**H<sub>1</sub>:** Türk ve yabancı yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

**H<sub>2</sub>:** Yelkenli ve motoryat tipi tekne kullanan yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

**H<sub>3</sub>:** Farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri Türk ve yabancı yat sahipleri/ yat kaptanları açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla Hipotez 1 geliştirilmiştir.

**H<sub>1</sub>:** Türk ve yabancı yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Hipotez 1 ışığında anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Toplam 134 katılımcının 31 tanesinin yabancı uyruklu olmasından dolayı 103 Türk uyruklu müşteri arasından yabancı uyruklu katılımcının çoğunlukta olduğu marinalar (Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina) göz önünde bulundurularak rastgele 31 kişi seçilmiş ve bunlar arasında karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. Tablo 6’da gösterildiği üzere ana hipoteze dayandırılarak oluşturulan alt hipotezlere ait sonuçlara yer verilmektedir. Toplam 43 alt hipotezin 6’sının desteklendiği görülmektedir.

**Tablo 6:** Marina Müşterilerinin Uyruklarına Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi

<b>Alt Hipotezler</b>	<b>Ort.<sup>1</sup></b>	<b>T<sup>2</sup></b>	<b>Çift K.</b>	<b>Sonuç</b>
Türk ve yabancı yat sahipleri /yat kaptanları.....değişkenini farklı değerlendirir.				
<b>H<sub>1.1</sub>:</b> “Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojidir”	<b>1*:3,1613</b> <b>2**:3,9032</b>	<b>T<sup>1</sup>:-2,614</b> <b>T<sup>2</sup>:-2,614</b>	<b>,011</b> <b>,011</b>	<b>Desteklendi</b>
<b>H<sub>1.2</sub>:</b> “Marinanın üst yapı elemanları modern ve teknolojidir.”	<b>1:3,3548</b> <b>2:3,9032</b>	<b>T<sup>1</sup>:-2,031</b> <b>T<sup>2</sup>:-2,031</b>	<b>,047</b> <b>,047</b>	<b>Desteklendi</b>
<b>H<sub>1.4</sub>:</b> “Ortak kullanım (duş & tuvalet vb.) alanları sayıca yeterlidir”	<b>1:3,6452</b> <b>2:4,2903</b>	<b>T<sup>1</sup>:-2,641</b> <b>T<sup>2</sup>:-2,641</b>	<b>,011</b> <b>,011</b>	<b>Desteklendi</b>

**Tablo 6:** Marina Müşterilerinin Uyruklarına Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi (Devamı)

<b>Alt Hipotezler</b> Türk ve yabancı yat sahipleri /yat kaptanları.....değişkenini farklı değerlendirir.	<b>Ort.<sup>1</sup></b>	<b>T<sup>2</sup></b>	<b>Çift K.</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H1.5:</b> “Marinanın alt yapı hizmetleri engelli yatçılar için uygundur”	<b>1:2,7097</b> <b>2:3,4839</b>	<b>T1:-3,151</b> <b>T2:-3,151</b>	<b>,003</b> <b>,003</b>	<b>Desteklendi</b>
<b>H1.6:</b> “Yat yaşama ve çekek yerlerinin hizmeti yeterlidir”	<b>1:3,3226</b> <b>2:4,0323</b>	<b>T1:2,592</b> <b>T2:-2,592</b>	<b>,012</b> <b>,012</b>	<b>Desteklendi</b>
<b>H1.34:</b> “Marina personelinin yabancı dil düzeyleri tatmin edicidir”	<b>1:3,1935</b> <b>2:4,0968</b>	<b>T1:-3,303</b> <b>T2:-3,303</b>	<b>,002</b> <b>,002</b>	<b>Desteklendi</b>

<sup>1</sup>: Ortalama, <sup>2</sup>: Test Değeri, <sup>3</sup>: Güven Aralığı, \*Türk Yat sahibi/Yat kaptanı  
\*\*Yabancı Yat Sahibi/Yat Kaptanı, 5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 6’da gösterildiği üzere kabul edilen alt hipotezlerin ortalama değerleri incelendiğinde H<sub>1.1</sub>, H<sub>1.2</sub>, H<sub>1.4</sub>, H<sub>1.5</sub>, H<sub>1.6</sub>, H<sub>1.34</sub> hipotezleri desteklenmiştir. Bu alt hipotezlerinde yabancı müşterilerin algı düzeylerinin Türk müşterilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonuç olarak desteklenen alt hipotezlerde Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina’dan hizmet alan yabancı müşterilerin algı düzeyleri Türk müşterilere göre daha yüksektir.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri yelkenli ve motoryat tekne tiplerini kullanan yat sahipleri/yat kaptanları açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla Hipotez 2 geliştirilmiştir.

**H<sub>2</sub>:** Yelkenli ve motoryat tipi tekne kullanan yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Ana hipotez sonucunda anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 7’de gösterildiği üzere toplam 43 alt hipotezin 3 tanesinin desteklendiği görülmektedir.



**Tablo 7:** Marina Müşterilerinin Sahip Oldukları Tekne Tipine Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi

<b>Alt Hipotezler</b>	<b>Ort.<sup>1</sup></b>	<b>T<sup>2</sup></b>	<b>Çift K.</b>	<b>Sonuç</b>
Yelkenli ve motoryat kullanan yat sahipleri/yat kaptanları....değişkenini farklı değerlendirir.				
<b>H<sub>2.1</sub>:</b> “Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojidir”	<b>1*:4,1324</b> <b>2**:3,6818</b>	<b>T<sup>1</sup>:2,429</b> <b>T<sup>2</sup>: 2,419</b>	<b>,016</b> <b>,017</b>	<b>Desteklendi</b>
<b>H<sub>2.24</sub>:</b> “Marina personeli daima güler yüzlü, yardım sever ve kibardır”	<b>1: 4,4118</b> <b>2: 4,0606</b>	<b>T<sup>1</sup>: 2,030</b> <b>T<sup>2</sup>: 2,022</b>	<b>,044</b> <b>,045</b>	<b>Desteklendi</b>
<b>H<sub>2.26</sub>:</b> “Marina personeli beklenen hizmeti zamanında yerine getirir”	<b>1:4,3529</b> <b>2: 3,9394</b>	<b>T<sup>1</sup>: 2,518</b> <b>T<sup>2</sup>: 2,502</b>	<b>,013</b> <b>,014</b>	<b>Desteklendi</b>

<sup>1</sup>: Ortalama, <sup>2</sup>: Test Değeri, <sup>3</sup>: Güven Aralığı, \*Yelkenli \*\*Motoryat  
5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Kabul edilen alt hipotezlerin ortalama değerleri incelendiğinde; **H<sub>2.1</sub>**, **H<sub>2.24</sub>**, **H<sub>2.26</sub>** alt hipotezlerinin yelkenli tekne kullanıcıları tarafından daha yüksek ortalama değere sahip olduğu göze çarpmaktadır.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla Hipotez 3 geliştirilmiştir.

**H<sub>3</sub>:** Farklı bayraklara sahip tekneleri sevk ve idare eden yat sahipleri/yat kaptanları marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Ana hipotez sonucunda anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 8’de gösterildiği üzere toplam 43 alt hipotezin 11 tanesinin desteklendiği görülmektedir. Toplam 134 katılımcının 33 tanesinin Türk bayraklı tekneye sahip olmasından dolayı 101 yabancı bayraklı tekne; Türk bayraklı teknenin çoğunlukta olduğu marinalar (Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina, D-Marin Didim) göz önünde bulundurularak tesadüfi olmayan yöntemle 33 tanesi seçilmiş ve bunlar arasında karşılaştırmalı analiz yapılmıştır.

**Tablo 8:** Marina Müşterilerinin Sahip Oldukları Teknelerin Bayraklarına Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi

<b>Alt Hipotezler</b> Farklı bayraklar altında seyir yapan yat sahipleri/yat kaptanları .....değişkenini farklı değerlendirir.	<b>Ort.<sup>1</sup></b>	<b>T<sup>2</sup></b>	<b>Çift K.</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H<sub>3.11</sub>:</b> “Marinada gerçekleştirilen sosyal faaliyetler yeterlidir”	1:3,5161 2:2,5161	T <sup>1</sup> : 2,744 T <sup>2</sup> : 2,744	,008 ,008	Desteklendi
<b>H<sub>3.16</sub>:</b> “Marina personeli iyi giyimli, bakımlı ve temiz görünüşlüdür”	1:4,6129 2:3,9355	T <sup>1</sup> :2,598 T <sup>2</sup> : 2,598	,012 ,012	Desteklendi
<b>H<sub>3.26</sub>:</b> “Marina personeli beklenen hizmeti zamanında yerine getirir”	1:4,5484 2:3,7742	T <sup>1</sup> :3,181 T <sup>2</sup> : 3,181	,002 ,002	Desteklendi
<b>H<sub>3.27</sub>:</b> “Marina personeli beklenen hizmeti tam olarak yerine getirir”	1:4,4839 2:3,8387	T <sup>1</sup> :2,631 T <sup>2</sup> : 2,631	,011 ,011	Desteklendi
<b>H<sub>3.28</sub>:</b> “Marinada tekne giriş ve çıkış prosedürleri zamanında yapılmaktadır”	1:4,6452 2:4,1613	T <sup>1</sup> :2,354 T <sup>2</sup> : 2,354	,022 ,023	Desteklendi
<b>H<sub>3.31</sub>:</b> “Marinada sağlanan güvenlik hizmetleri yeterlidir”	1:4,2903 2:3,4194	T <sup>1</sup> : 2,770 T <sup>2</sup> : 2,770	,007 ,008	Desteklendi
<b>H<sub>3.32</sub>:</b> “Marina kötü hava koşullarına karşı korunaklıdır”	1:4,6452 2:4,0323	T <sup>1</sup> : 2,953 T <sup>2</sup> : 2,953	,004 ,005	Desteklendi
<b>H<sub>3.33</sub>:</b> “Marina personelinin bilgi ve beceri düzeyleri yüksektir”	1:4,5484 2:3,8710	T <sup>1</sup> : 2,888 T <sup>2</sup> : 2,888	,005 ,006	Desteklendi
<b>H<sub>3.35</sub>:</b> “Marina personeli müşterilerine karşı bireysel ilgi göstermektedir”	1:4,5161 2:3,7742	T <sup>1</sup> :3,103 T <sup>2</sup> : 3,103	,003 ,003	Desteklendi
<b>H<sub>3.36</sub>:</b> “Marina personelinin iletişim becerileri yüksektir”	1:4,5161 2:3,9677	T <sup>1</sup> : 2,447 T <sup>2</sup> : 2,447	,017 ,017	Desteklendi
<b>H<sub>3.43</sub>:</b> “Marinada müşterilere yönelik verilen sportif faaliyetler yeterlidir”	1:3,2903 2:2,2903	T <sup>1</sup> :2,847 T <sup>2</sup> : 2,847	,006 ,006	Desteklendi

<sup>1</sup>: Ortalama, <sup>2</sup>: Test Değeri, <sup>3</sup>: Güven Aralığı, \*Türk \*\*Yabancı

5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Kabul edilen alt hipotezlerin ortalama değerleri incelendiğinde; H<sub>3.11</sub>, H<sub>3.16</sub>, H<sub>3.26</sub>, H<sub>3.27</sub>, H<sub>3.28</sub>, H<sub>3.31</sub>, H<sub>3.32</sub>, H<sub>3.33</sub> ve H<sub>3.43</sub> alt hipotezlerinin Türk bayraklı tekneler tarafından daha yüksek ortalama değere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Sonuç olarak desteklenen alt hipotezlerde Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina, D-Marin Didim’de hizmet satın alan Türk bayraklı teknelerin ortalama değerleri yabancı bayraklı teknelere oranla daha yüksek çıkmıştır.

### 5.2.3.3. Marina Müşterilerinin Algılarına İlişkin Karşılaştırmalı Analizler (One-Way Anova)

One-way Anova üç veya daha fazla sayıdaki grubun karşılaştırılmasının yapılması için uygulanan bir analizdir. Bu testin ön şartlarından biri bütün grupların normal dağılım sergileyen bir ana

UDTS-2016 126

kitleden tesadüfi olarak seçilmiş örnekler olması gerekir. Anova testinde de, testi kullanabilmek için varyansların eşit olması gerekir.

Bu başlık altında hizmet kalitesi değişkenleri anket formunda yer alan meslek, yaş, teknedeki görev ve yatçılık tecrübesinin değerlendirildiği sorular Anova testi ile analiz edilmiştir. Toplam 134 katılımcının hizmet kalitesi değişkenlerine yönelik algılarındaki farklılıkların tespiti açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak belirlenmiş ana hipotez ve alt hipotezlerin testi gerçekleştirilmiştir. Ana hipotezler olarak marina müşterilerinin hizmet kalitesinde algıladıkları farklılıkları tespit etmek amacıyla Hipotez 4 ve Hipotez 5 geliştirilmiştir.

**H<sub>4</sub>:** Farklı görevlerde bulunan müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

**H<sub>5</sub>:** Farklı meslek gruplarına sahip müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri farklı görevlerde bulunan müşteriler açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla Hipotez 4 geliştirilmiştir.

**H<sub>4</sub>:** Farklı görevlerde bulunan müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Hipotez 4 ışığında anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 9’da gösterildiği üzere ana hipoteze dayandırılarak oluşturulan alt hipotezlere ait sonuçlara yer verilmektedir. Toplam 43 alt hipotezin 3’ünün desteklendiği görülmektedir.

**Tablo 9:** Marina Müşterilerinin Teknedeki Görevlerine Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi

<b>Alt Hipotezler</b> Farklı görevlerde bulunan yat sahipleri / yat kaptanları ..... değişkenini farklı değerlendirir.	<b>Teknedeki Görev</b>	<b>Ort.<sup>1</sup></b>	<b>T<sup>2</sup></b>	<b>F<sup>3</sup></b>	<b>P<sup>4</sup></b>	<b>Anlamlı Fark</b>
<b>H<sub>4.1</sub>:</b> “Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojikdir”	<b>Yat Sahibi</b> <b>YatKaptanı</b> <b>Yat Sahibi ve Yat Kaptanı</b>	<b>4,1389</b> <b>3,5455</b> <b>3,8889</b>	<b>,9686</b> <b>1,2841</b> <b>,8323</b>	<b>4,224</b>	<b>,017</b>	<b>Yat kaptanı ile yat sahibi (p=0,012)</b>
<b>H<sub>4.6</sub>:</b> “Yat yanaşma ve çekek yerlerinin hizmeti yeterlidir”	<b>Yat Sahibi</b> <b>YatKaptanı</b> <b>Yat Sahibi ve Yat Kaptanı</b>	<b>4,2361</b> <b>3,7045</b> <b>3,8889</b>	<b>,8959</b> <b>1,2682</b> <b>1,0226</b>	<b>3,662</b>	<b>028</b>	<b>Yat kaptanı ile yat sahibi (p=0,024)</b>
<b>H<sub>4.43</sub>:</b> “Marinada müşterilere yönelik verilen sportif faaliyetler yeterlidir”	<b>Yat Sahibi</b> <b>YatKaptanı</b> <b>Yat Sahibi ve Yat Kaptanı</b>	<b>3,1667</b> <b>2,8409</b> <b>2,2222</b>	<b>1,3215</b> <b>1,5986</b> <b>1,3528</b>	<b>3,312</b>	<b>,040</b>	<b>Yat sahibi ve yat kaptanı ile yat sahibi (p=0,039)</b>

<sup>1</sup>: Ortalama, <sup>2</sup>: Standart Sapma, <sup>3</sup>: Test Değeri <sup>4</sup>: Anlamlılık Düzeyi  
5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Anlamlı farklılıkların bulunduğu hizmet kalitesi değişkenlerinde yapılan Post Hoc testi içerisinde bulunan Tukey HSD sonuçlarına göre **H<sub>4.1</sub>** alt hipotezinde” yat kaptanı ve yat sahipleri” arasında (0,012), **H<sub>4.6</sub>** alt hipotezinde “yat kaptanı ve yat sahibi” (0,024) arasında ve **H<sub>4.43</sub>** alt hipotezinde ise “yat sahibi-yat kaptanı ile sadece yat sahibi” (0,039) katılımcıları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

Marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesi değişkenleri farklı meslek gruplarına sahip müşteriler açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla Hipotez 5 geliştirilmiştir.

**H<sub>5</sub>:** Farklı meslek gruplarına sahip müşteriler marinalarda verilen hizmetlerin hizmet kalitesini farklı değerlendirmektedir.

Hipotez 5 ışığında anket formundaki ifadelerden faydalanılarak toplam 43 alt hipotez oluşturulmuştur. Tablo 10’da gösterildiği üzere ana hipoteze dayandırılarak oluşturulan alt hipotezlere ait sonuçlara yer verilmektedir. Toplam 43 alt hipotezin 2 tanesinin desteklendiği görülmektedir.

**Tablo 10:** Marina Müşterilerinin Mesleklerine Göre Algılanan Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Değerlendirilmesi

<b>Alt Hipotezler</b> Farklı meslek gruplarına sahip yat sahipleri/yat kaptanları ..... değişkenini farklı değerlendirir.	<b>Meslek</b>	<b>Ort.<sup>1</sup></b>	<b>T<sup>2</sup></b>	<b>F<sup>3</sup></b>	<b>P<sup>4</sup></b>	<b>Anlamlı Fark</b>
<b>H<sub>5,1</sub>:</b> “Marinanın alt yapı elemanları modern ve teknolojikdir”	<b>Emekli</b> <b>Serbest</b> <b>Diğer</b>	<b>3,7000</b> <b>3,7500</b> <b>4,5000</b>	<b>1,0311</b> <b>1,1603</b> <b>,6823</b>	<b>6,068</b>	<b>,003</b>	<b>Emekli ve diğer (0,026), Serbest meslek ve diğer (p=0,003)</b>
<b>H<sub>5,21</sub>:</b> “Marinanın otopark kapasitesi ve koşulları yeterli düzeydedir”	<b>Emekli</b> <b>Serbest</b> <b>Diğer</b>	<b>2,7000</b> <b>3,2024</b> <b>3,7667</b>	<b>1,2183</b> <b>1,5112</b> <b>1,1651</b>	<b>3,629</b>	<b>,029</b>	<b>Emekli ve diğer (p=0,025)</b>

<sup>1</sup>: Ortalama, <sup>2</sup>: Standart Sapma <sup>3</sup>: Test Değeri <sup>4</sup>: Anlamlılık Düzeyi

5- Aralıklı Likert Ölçeği 1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Anlamlı farklılıkların bulunduğu hizmet kalitesi değişkenlerinde yapılan Post Hoc testi Tukey HSD sonuçlarında **H<sub>5,1</sub>** alt hipotezinde “emekli ve diğer meslek grubu” arasında anlamlı farklılıklar (0,026) bulunması ile birlikte “serbest meslek ve diğer meslek grubu” arasında da (0,003) anlamlı farklılıklar vardır. **H<sub>5,21</sub>** alt hipotezinde ise “emekli ve diğer meslek grubu” (0,025) arasında anlamlı farklılık vardır.

## 6.SONUÇ

Deniz turizminin önemli bir parçası olan marinacılık Türkiye'nin turizm faaliyetleri arasında önemli bir role sahiptir. Marinacılık alanında meydana gelen gelişmeler; marina sayılarının ve tekne bağlama kapasitelerinin artırılması marinaların sosyal ve ekonomik açıdan bölgesel ve ulusal olarak kalkınmasında önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki coğrafi konumu ve iklimi marinacılık sektöründe rekabetçi bir konuma ulaşmasını sağlamıştır.

Müşteriler marinalarda sunulan hizmetlerden beklentilerini karşılandığı ve hatta sunulan hizmetlerin kalitesi beklentilerinin üstüne çıktığı durumlarda memnuniyetlerini belirtirler. Marina müşterilerinde hizmet kalitesi değişkenleri ile sağlanan memnuniyet seviyesi müşterilerin marina seçim tercihlerinde de etkili olmaktadır. Her geçen gün deniz turizmi bileşenleri kapsamında marinacılık sektörüne verilen önem, marinalarda sunulan hizmetlerin iyileştirilmesine, geliştirilmesine ve sürekliliğini korumasına yönelik olmaktadır. Bu kapsamda marinalarda sunulan hizmetlerde yapılan düzenlemeler müşterilerin

algıları göz önünde tutularak, müşterileri tatmin etmeye yönelik yapılan çalışmalardır.

Bu çalışmanın en önemli sonuçlarından bir tanesi yabancı ve yerli müşterilerin özellikle marinaların altyapı-üstyapı ve ortak kullanım alanlarının fiziki koşullarının yeterliliği, engelliler için uygun altyapı hizmetlerinin sağlanması konusu ve yat yanaşma-çeker yerlerinde verilen hizmetlerin yeterli olması konularında anlamlı olarak farklı düşüncelere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Ancak her ne kadar yabancılar sayı olarak marinalara eşit olarak dağılmış olmasa da toplam 4 marina için bir sonuca ulaşmak mümkün olabilmektedir. Diğer ifadeler verilen yanıtlara bakıldığında ise yabancı uyruklu müşterilerin aldıkları hizmetin kalitesini daha iyimser algıladıkları göze çarpmaktadır.

Çalışmada müşterilerin marinalarda verilen hizmetler kadar marinanın çevresel koşullarının da önemli olduğu ancak marinaların çevresel kalite düzeylerinin (deniz suyu temizliği) verilen yanıtlar ışığında düşük olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani müşteriler aldıkları hizmetin kalitesinden ziyade çevresel olarak buldukları koşulların da önemli olduğunu ancak tatmin edici düzeyde olmadığını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar ışığında her ne kadar marina içerisinde makine gücü ile seyreden teknelerin yol açtığı kirlilik belirli bir birikime yol açsa da belirli aralıklarla hava raporları gibi deniz suyu analiz değerlerinin de müşteriler ile paylaşılmasının müşterilerin algılarını olumlu yönde arttıracığı düşüncesini uyandırmaktadır.

Türk bayraklı tekne müşterileri marina personelinin bilgi ve beceri düzeyinden, hizmetin zamanında ve eksiksiz sunulmasından algı düzeyleri yüksek iken yabancı bayraklı tekne müşterileri bu hususlarda anlamlı olarak daha düşük algı düzeyinde bulunmaktadır. Bu durum özellikle personel iletişim becerileri ve yabancı dil düzeyi gibi hususlarda yabancı bayraklı tekne müşterilerinin anlaşabilmek açısından sıkıntılar yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu durum özellikle yönetsel olarak marina idaresinin gerek personel alımlarında gerekse belirli aralıklarda gerek bilgi/beceri sınavı gerekse yabancı dil düzeyi sınavının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara göre marinalarda bağlama yapan Türk müşterilerin sahip oldukları özel teknelerde yabancı bayrak tercihlerinin azımsanamayacak kadar çok olduğu göze çarpmaktadır. Türk katılımcıların büyük bir çoğunluğunun deniz kökenli meslek gruplarında çalışmasına karşılık yabancı katılımcıların ise emeklilerden oluştuğu gözlenmiştir. Avrupa ülkelerinde yat turizmine

verilen ekonomik değer ile özellikle yatırım ve işletme aşamalarında yaratılan istihdam ve gelir çeşidi artmaktadır. Bunun ile beraber Avrupa ülkelerinde yaşlı nüfusunda ve emekli sayısında görülen artış ile denizcilik faaliyetlerine verilen önem yabancı katılımcıların büyük bir çoğunluğunun neden emeklilerden oluştuğunu açıklamaktadır. Ayrıca marinalarda hizmet satın alan müşterilerin büyük bir çoğunluğu yat sahibidir. Yat sahibi olmalarının yanında kendi yatlarının kaptanlığını da yaparak ayrıca yat kaptanına ihtiyaç duymamaktadırlar.

Araştırma kapsamında yer alan marinalar arasında Akdeniz Bölgesindeki marinateda düşük sezon koşullarına rağmen yabancı müşterilerin sayıca daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye'nin coğrafi konumu ile beraber iklim koşulları göz önüne alındığında Akdeniz Bölgesi'nde diğer bölgelere oranla yat turizmi sezonunun daha erken başladığı sonucuna ulaşılabilir.

Çalışma kapsamında değerlendirilen marina müşterilerinin kullandıkları tekne tipi dağılımında Türk katılımcıların çoğunluğu motoryat, yabancı katılımcıların ise yelkenli tekneleri tercih ettikleri çıkan sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu durum denizde daha fazla vakit geçirme isteği ve imkânı bulabilen yabancı müşterilerin yelkenli tekne tercih ettiği buna karşın kısa süreli tatil yapma imkânı bulunan yerli müşterilerin ise hız ve zaman ilişkisi açısından bu durumu daha efektif kullanabilecekleri tekne tipine yönelttiği fikrini uyandırmaktadır.

Marinacılık sektöründe Türkiye gelişen deniz turizmi ekonomisi içerisinde daha fazla pay alma potansiyeline sahiptir. Doğal ve kültürel zenginlikleri, uygun coğrafi yapısı, neredeyse on iki ay boyunca yat turizmüne elverişli iklimi ile ülkemiz önemli avantajlara sahiptir. Bu çalışmada müşteriler tarafından değerlendirilen marinalarda sunulan genel hizmetler, teknik hizmetler, liman hizmetleri, ofis hizmetleri ve sosyal hizmetlerin değişkenlerinde müşterilerin memnuniyet düzeyleri göz önüne alınarak marinacılık sektöründeki gelişmeler desteklenebilir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre marinalardan hizmet alan müşterilerin milliyetlerinin farklı olması marinalarda sunulan hizmet değişkenlerini farklı algılayıp değerlendirmelerine ve buna bağlı olarak memnuniyet düzeylerinde de değişikliğe sebep olmaktadır. Marina personelinin yabancı dil düzeyleri yabancı müşteriler açısından oldukça önemli bir değişken olarak belirtilmektedir. Marina personelinin yabancı müşteriler ile doğru iletişim kurması, müşterinin istek ve ihtiyaçlarının tam olarak algılanıp zamanında yerine getirilmesi hizmet kalitesi açısından önemli bir yer tutmakla beraber müşteri memnuniyetini

etkilemektedir. Uluslararası standartlarda hizmet sunan marinalarda iletişim becerisi ve yabancı dil düzeyleri yüksek olan personelin bulunması yabancı müşterilerin memnuniyetlerinin yüksek olmasını sağlamaktadır. Ayrıca engelli yat sahiplerinin/yat kaptanlarının ya da misafirlerinin marina tesislerinden yararlanabilmesine yönelik marinaların alt yapı ve üst yapıların uygun olması ve marinalarda bulundurulmuş özel ekipman ve sistemlerin varlığı yabancı müşteriler tarafından özellikle dikkat edilen konular arasında yer almaktadır. Ece Saray Marina, IC Çeşme Marina, Setur Kuşadası Marina, Teos Marina'da engelli yatçılar için sağlanan hizmetler yabancı müşteriler tarafından yüksek bir ortalama ile değerlendirilmiştir.

Marinalarda iskele, rıhtım, yüzer iskele üzerinde uygun mesafeler ile konan su ve elektrik hizmetini sağlayan pedestallar, marina içerisinde sağlanan ulaşım ve iletişim ağı, otopark alanı vb. hizmetler marinaların alt yapı elemanlarını oluşturmaktadır. Marinalarda sağlanan alt yapı elemanlarının modern ve teknolojik olması Türk ve yabancı yat sahibi/yat kaptanlarının marina ile ilgili algılarını etkilemektedir.

Sonuç olarak marinalarda sunulan hizmetlerin hizmet kalitesi müşterilerin memnuniyetine belirli ölçüde etki etmektedir. Gün geçtikçe denizlerde seyir eden yat sayısı artış göstermektedir. Artan yat sayısı ile beraber yatların sığınacakları, barınacakları ve hizmet alacakları marinalara ihtiyaç doğmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye'de son yıllarda yeni marina işletmelerinin açılmasına ve var olana marinaların bağlama kapasitelerinin artırılmasına büyük önem vermektedir. Marina sektöründe yapılan bu çalışmalar ile beraber marinalarda sağlanan hizmet kalitesi değişkenlerine gereken önem verilmeli ve marina müşterilerinin algıları ön planda tutularak doğru hizmet verilmesi sağlanmalıdır.

## **7.ARAŞTIRMANIN KISITLARI VE ÖNERİLER**

Bu çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren marina işletmelerine yönelik bir araştırma modeli geliştirilmiştir. Çalışmanın konusundan kaynaklanan ve uygulama aşamasında ortaya çıkan birtakım kısıtlar mevcuttur. Araştırmanın ana kütlelerini oluşturan Türkiye'de faaliyet gösteren tüm marina işletmelerine ulaşmak için bir takım çalışmalar yürütülmüş olsa da saha araştırması aşaması belirli marinalar ile kısıtlı kalmıştır.

Saha araştırmasının düşük sezon koşullarında yapılması marinalarda bağlama yapan yat sahibi/yat kaptanının sayısının azlığına neden olmuştur. Ayrıca anket formunda kullanılan dilin İngilizce ve



Türkçe olması nedeniyle sadece bu dili bilen kişilerin katılımı sağlanmıştır. Daha sonraki çalışmalarda yat turizminin yoğun yaşandığı yüksek sezon koşullarında daha geniş kapsamlı bir araştırma yapılabilir. Ayrıca uygulanacak anket formunun dili çeşitlendirilebilir ve Türkiye’de faaliyet gösteren tüm marinaları kapsayacak bir saha araştırması yapılabilir. Böylece örneklem grubu genişletilebilir. Gelecek çalışmalarda Akdeniz çanağındaki diğer ülkelerdeki marinalarda uygulama yapılabilir ve uluslararası karşılaştırmalara yer verilebilir.

## **KAYNAKLAR**

Adie, D., W. (1984). *Marinas: A Working Guide to Their Development and Design*. London: The Architectural Press Ltd.

Ahipaşaoğlu, H., S. ve Arıkan, İ. (2005). *Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Akaltan, C. ve Nas, S. (2014). Ziyaretçi yatçıların yat limanlarını tercih etme sebepleri: IC Çeşme Marina uygulaması. 2. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, 2. Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. İzmir.

Arılı, E. (2012). Yat limanı işletmeciliğinde algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin tekrar tercih etme niyeti, tavsiye etme niyeti ve genel memnuniyet düzeyi üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (1), 19-32.

Arılı, E. (2013). Marina işletmeciliğinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve memnuniyet üzerindeki etkisi. *Yönetim ve Ekonomi*, 19(2), 61-75.

Atlay Işık, D., A. ve Cerit, G. A. (2008). Yacht tourism education: A Study on curriculums. *Proceedings of International Maritime Lecturers Association (IMLA) 16 th Conference on MET, İzmir*.

Balçı, S. (2011). *Marinalarda teknik ve operasyonel yönetim: Bilişim sistemlerinin geliştirilmesi üzerine bir uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bezirgan, A., E. (2002). Yat limanı yatırımlarında olması gereken nitelik ve tesisleri. *Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları IV. Ulusal Konferansı, Türkiye Kıyıları 02 Konferans Bildiriler Kitabı*, Muğla.

Coşar, B. ve Nas, S. (2014). Deniz turizminde yat limanı tercihini etkileyen faktörlerin tespiti: Çeşme Bölgesi yat limanları üzerine bir çalışma. 2. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 63-80, İzmir.

Diakomihalis, M. (2007). Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects, A. Pallis (Ed.), *Maritime Transport: The Greek Paradigm*, pp. 419-455, Oxford: Jai Press.

Dikeç, G. (2015). *Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi: Türkiye'deki marinalar üzerine karşılaştırmalı bir analiz*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Doğaner, S. (1992). *Türkiye'nin yat limanları*. İstanbul Üniversitesi Deniz Bilimleri ve Coğrafya Enstitüsü, 9 (9), 183-206

Durukan, Ç. (2004). *Ege Bölgesindeki yat bağlama tesislerinin müşteri yönlü değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Eroğlu, O. (2006). *Eğitimde araştırma yöntemleri: İzleme araştırmaları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Görken, Ö. (2005). Marinalarda uygulanan çevresel yönetim önlemleri. *Ulusal Su Günleri Bildiriler Kitabı*, Trabzon.

Hussein, A. , T., Pelit, E. ve Güçer, E. (2010). Yat Kruvaziyer ve Marina İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi, Ş. Demirkol, M. Halis (Eds.), *Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*, İstanbul: Değişim Yayınları.

Heron, R. ve Juju, W. (2012). *The Marina: Sustainable Solutions for a Profitable Business*. Marina Publications.

İhsan, A. İ. (1993). *Türkiye'de yat turizmi ve örnek bir marina organizasyonunun incelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karaosmanoğlu, C. ve Kazançoğlu, İ. (2016). Yatçıların marina tercihinde algılanan hizmet kalitesinin marina bağlılığı üzerindeki etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, II. Ulusal liman Kongresi Özel Sayısı*, 25-47.

Kurtuluş, K. (2004). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Onay, A. ve Keçeciler D. (2014). Marina işletmelerinde stratejik planlamaya yönelik Çeşme Marina'da bir uygulama modeli. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6 (2), 59-72.

Sezer, İ. (2012). Turistik fonksiyonları ve yat turizmine etkileri açısından Didim yat limanı (D-Marin Didim). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (28): 103-124.

Yüksel, Y., Çelikoğlu, Y., Çevik, E. ve Gürer, S. (1998). Türkiye'de yatçılık ve yat limanları. *İkinci Ulusal Kıyı Mühendisliği Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, İçel.

### **İnternet Kaynakları**

Oral, E., Z. (2014). *İzmir'de Yat Limanı Yatırımları*. [http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir\\_\\_yat\\_lim anlari.pdf](http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir__yat_lim anlari.pdf), Erişim Tarihi: 23.09.2014.