



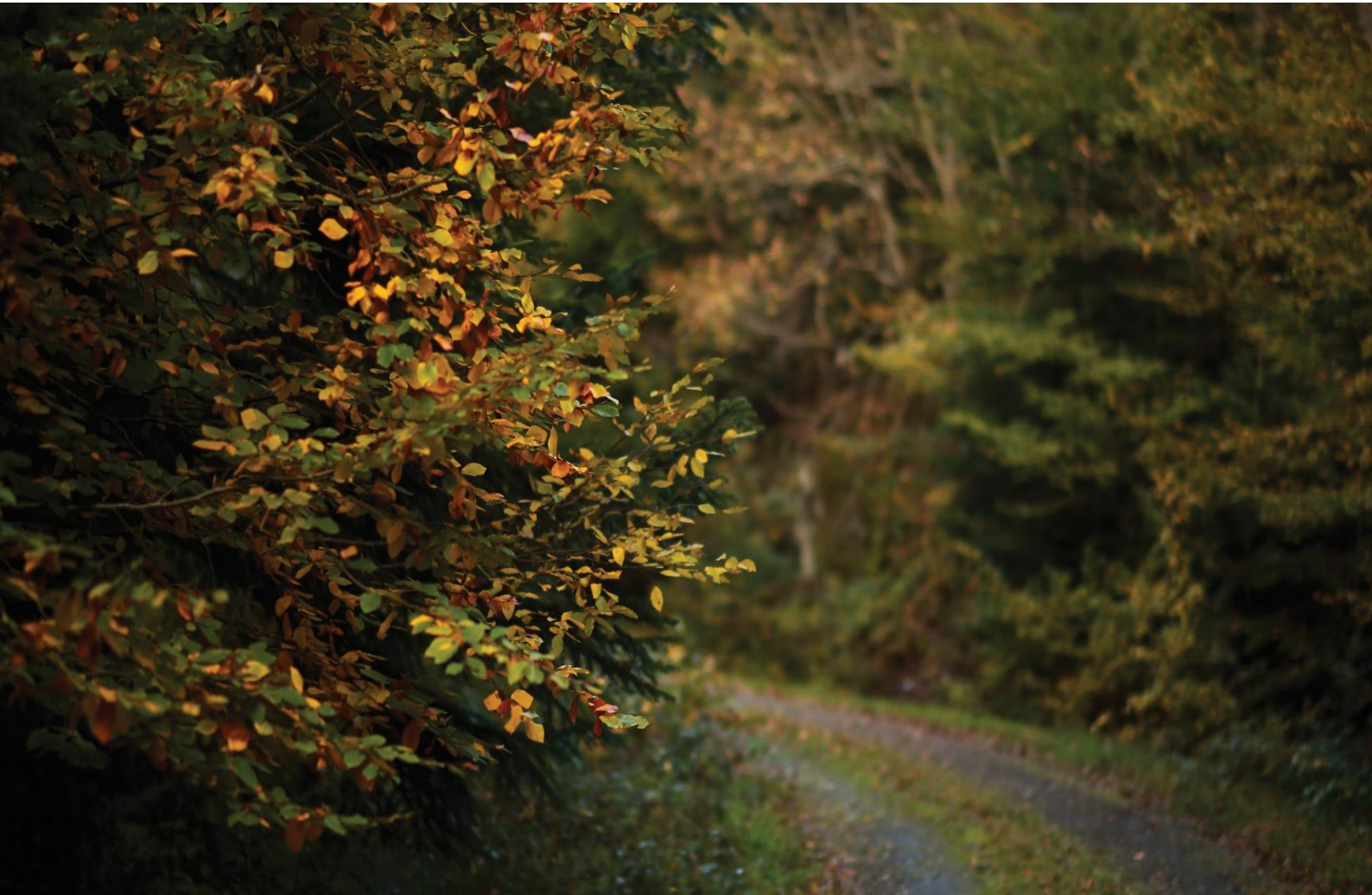
**T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI**



**T.C. KUZEY ANADOLU
KALKINMA AJANSI**
NORTH ANATOLIAN DEVELOPMENT AGENCY

Bölgemizin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

ILGAZ DAĞI TURİZM ORTAK VİZYON RAPORU (2020-21)





**T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI**



**T.C. KUZEY ANADOLU
KALKINMA AJANSI**
NORTH ANATOLIAN DEVELOPMENT AGENCY

Bölgenin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

ILGAZ DAĞI TURİZM ORTAK VİZYON RAPORU (2020-21)

2021/ ŞUBAT

www.kuzka.gov.tr

Bu belge, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından bastırılmıştır.

Belge No : 2021-RP-6/129
Revizyon No : -
Revizyon Tarihi : -
ISBN : 978-605-9635-69-1
Editör(ler) : Begüm Hazal KURT / Uzman
Yayın Kurulu : Serkan DOĞRU / Şehir Tanıtımı ve Markalaşma Birim Başkanı
Sinan KACIR / Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler
Gözde DİKMEN / Yazı İşleri
Tasarım : Sinan KACIR
Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler
Yayın Tarihi : 2021
Basım Yeri : -

Matbaa Sertifika No: -

Bu belgenin her türlü yayın hakkı Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansına aittir.

Bu raporun basılması ve çoğaltılması Ajansın iznine tabiidir. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı ismine atıf yapılmak suretiyle alıntı yapılabilir. Bu çalışma Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) adına ATC Mountain Tourism Consultants GmbH tarafından hazırlanmıştır. Belgenin içeriğine ilişkin sorumluluk ATC Mountain Tourism Consultants GmbH aittir.

T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
Kuzeykent Mah. Kayın Sk. No:9 37150 KASTAMONU
Tel.: 0 (366) 212 58 52 Faks: 0 (366) 212 58 55
E-posta: bilgi@kuzka.gov.tr
www.kuzka.gov.tr

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	1
2. TR82 BÖLGESİ	4
3. TEMEL SOSYO-EKONOMİK VERİLER	4
3.1. Kastamonu ve Çankırı İlleri	5
4. TURİZM	6
4.1. Arz Değerleri	6
4.2. Tesis Kapasitesi	9
4.3. Ziyaretçi Verileri	12
5. ULUSAL ve BÖLGESEL PLANLARDA TR82 ve TURİZM	14
5.1. 11. Kalkınma Planı	14
5.2. Türkiye Turizm Stratejisi (TTS)	15
5.3. Bölgesel Kalkınma Planları	15
5.4. KUZKA Kurumsal Stratejisi	16
6. ILGAZ DAĞI MİLLİ PARKI	16
7. TURİZM DEĞERLERİ	25
8. ILGAZ MİLLİ PARKI VE KIŞ TURİZMİ	26
8.1. Konaklama Tesis Kapasitesi	26
8.2. Kayak Pistleri Kapasitesi	27
8.3. Mekanik Tesis Kapasitesi	29
8.4. Turist Sayıları	30
9. PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ	32
9.1. Kamu Kurumları ile Turizm İşletmelerinin Yetkilerinin Görüşleri	32
9.2. Yerel Halkın ve Ziyaretçilerin Görüşleri	34
10. MEKÂNSAL ANALİZLER/ FİZİKİ KOŞULLAR	41
11. ILGAZ MİLLİ PARKI ve KIŞ TURİZMİ OLANAKLARININ ULUSAL ve ULUSLARARASI BAZI KAYAK MERKEZLERİ İLE MUKAYESESİ	44
11.1. Kıyaslama (Benchmarking) Analizinden Çıkarılan Sonuçlar	54
12. SWOT ve PEST ANALİZLERİ	55
13. ILGAZ MİLLİ PARKI VE YAKIN ÇEVRESİNDE BULUNAN TURİZM TESİSLERİNİN MEVCUT BİNALARI İLE FİZİKSEL ALANLARIN MİMARİ DEĞERLENDİRMESİ	62
13.1. Kastamonu Sınırları	62

13.2.	Çankırı Sınırları.....	63
14.	HEDEF KİTLE VE PAZARLAMA STRATEJİSİ.....	64
15.	DAĞ YÖNETİM MODELİ	64
16.	DYÖ ÇALIŞMA ALANLARI ve FAALİYETLERİ	71
16.1.	DYÖ'nün Finansmanı	74
17.	ÖNERİLER	74
17.1.	Ilgaz Dağı Milli Parkı Ve Bölge Turizmde Ürün Çeşitliliğinin Oluşturulmasına Yönelik Öneriler.....	74
18.	ILGAZ DAĞI'NIN ORTAK YÖNETİMİ.....	78
19.	ILGAZ GELİŞİM KONSEPTİ.....	81
19.1.	Ilgaz Kış Sporları Merkezi için Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi Geliştirilmesi	81
19.2.	Kış Sezonunun Geliştirilmesi.....	82
19.3.	Bölge Halkının, Bilhassa Çocukların Kayak Sporuna Kazandırılması İçin Eylem Planı.....	87
19.4.	Pazarlama Aktiviteleri	89
19.5.	Etkinlikler Stratejisi.....	90
19.6.	Hedef Kitle Seçimi İçin Öneriler:.....	92
20.	ILGAZ MARKA STRATEJİSİ.....	92
20.1.	Vizyon	92
20.2.	Çatı Markanın Önemi	93
21.	PERFORMANS GÖSTERGELERİ.....	95
22.	ÖZET.....	96
23.	KAYNAKÇA.....	99
24.	EKLER	103
24.1.	EK - 1 Turizm İşletme ve Belediye Belgeli Tesislerde Yerli ve Yabancı Turist Sayıları, 2016 – 2019.....	103
24.2.	EK - 2 Ilgaz Dağı Milli Parkı ve çevresinde bulunan meteorolojik istasyonların ölçüm sonuçları.....	104
24.3.	EK - 3 Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezleri ziyaretçi sayıları	105
24.4.	EK - 4 Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezleri ile yurtiçi ve yurtdışındaki bazı kayak merkezlerinin sundukları hizmetlerin karşılaştırılması	107
24.5.	EK - 5 Turizm tesislerinin mevcut binaları ile fiziksel alanların mimari değerlendirmesine ilişkin görseller	109

TABLÖLÄR LİSTESİ

Tablo 1 Yıllar itibariyle TR82 Bölgesinin ve İllerinin nüfusları, 2015-2019.....	5
Tablo 2 Yıllar itibariyle Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçe (köy ve şehir) nüfusları, 2015-2019.....	6
Tablo 3 TR82 Bölgesinde bulunan TM ve KTKGB'ler	7
Tablo 4 Taşınmaz Kültür Varlıklarının Sayıları*.....	8
Tablo 5 Turizm İşletmesi ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayısı, 9	
Tablo 6 TR8 Bölgesinin Türkiye'yi, Çankırı ve Kastamonu illeri ile Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçelerinin Batı Karadeniz'i ziyaret eden turist sayıları içindeki payları.....	13
Tablo 7 Turizm İşletme ve Belediye Belgeli Tesislerde Yerli ve Yabancı Turist Ortalama Kalış Süreleri, 2016 – 2019	14
Tablo 8 Ilgaz Dağı kayak merkezlerinin yatak kapasiteleri	27
Tablo 9 Ilgaz Dağı kayak alanları ziyaretçilerinin mekanik tesis ve pistlerden memnuniyet düzeyleri	35
Tablo 10. Ilgaz Dağı Milli Parkında konaklayanların tesislere yönelik değerlendirmeleri	37
Tablo 11 Milli Park ziyaretçilerinin Milli Park ve kayak merkezine ilişkin başlıca görüşleri	39
Tablo 12 Ilgaz MP kayak merkezlerinde sunulan hizmetlerin ulusal ve uluslararası kayak merkezlerine göre durumu	45
Tablo 13 Mukayese edilen kayak merkezlerinin temel kış turizm unsurları açısından aldıkları puanlar.....	48
Tablo 14 Hedeflenen pazara göre Ilgaz MP kayak merkezlerinde sunulan hizmetlerin durumu	51
Tablo 15 SWOT ve PEST Analizleri.....	57
Tablo 16 Farklı İdari Seviyelerde Destinasyon Turizm Örgütü Faaliyetleri	65
Tablo 17 : Kamusal ve Özel Destinasyon Turizm Örgütlerinin Güçlü ve Zayıf Yanları	66
Tablo 18 Yönetişim Türüne Göre Kamu-Özel Sektör Birliktelikleri	66
Tablo 19 Destinasyonlar ve Destinasyon Yönetim Örgütlerinde Paradigma Değişimi	67
Tablo 20 Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda sezon öncesi suni/teknik karlama yapılabilecek toplam süre	82

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Türkiye'deki Kış Sporları Turizmi Temalı KTKGB'ler	3
Şekil 2. Yıllar itibariyle TR82 Bölgesinin ve İllerinin Nüfusları (2015 – 2019)	6
Şekil 3. TR8, Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan konaklama tesislerinin sayısı..	11
Şekil 4. TR8, Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan konaklama tesislerinin oda kapasiteleri	11
Şekil 5. TR8, Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan konaklama tesislerinin yatak kapasiteleri	12
Şekil 6. Tesislerin ortalama oda sayıları (2016 – 2019).....	12
Şekil 7. Ilgaz Dağı Milli Parkının ülke ve bölge içindeki konumu.....	18
Şekil 8. Ilgaz Toprak ve Ilgaz Yıldıztepe Meteoroloji İstasyonlarının yerleri	19
Şekil 9. Yıldıztepe Kayak Merkezi ve Ilgaz Toprak meteorolojik istasyonlarına ait veriler.....	22
Şekil 10. 2014–2020 Yılları arasında Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Kasım ve Aralık Ayları Ortalama Sıcaklıklarındaki Değişimler	23
Şekil 11. 2014–2020 Yılları arasında Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Kasım ve Aralık Toplam Yağış miktarındaki Değişimler	24
Şekil 12. Çalışma alanı içerisinde bulunan kayak merkezlerinin konumu	26
Şekil 13. Ilgaz MP Kayak Merkezlerindeki Pistlerin dağılımları.....	29
Şekil 14. Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezlerinde konaklayan turist sayıları	31
Şekil 15. Ilgaz Dağı MP'nda konaklayan yerli ve yabancı turist sayıları (2015 – 2019)	31
Şekil 16. Ilgaz Dağı MP'nda konaklayan yerli ve yabancı turistlerin ortalama kalış süreleri (2015 – 2019)	32
Şekil 17. Güneş-Gölge Durumu.....	42
Şekil 18. Ilgaz Dağı Milli Parkı Kayak Merkezlerine ilişkin yön analizi.....	42
Şekil 19. Ilgaz Dağı Milli Parkı'na ilişkin gölge analizi	43
Şekil 20. Ilgaz ve Yurduntepe Kayak Merkezleri Eğim haritası ve olası pist bölgeleri	43
Şekil 21. Yıldıztepe Kayak Merkezleri Eğim haritası	44
Şekil 22. Kayak merkezlerinin mavi, kırmızı siyah ve toplam pist uzunlukları	49
Şekil 23. Kayak merkezlerinin konaklama kapasiteleri	50
Şekil 24. Uluslararası kayak turistlerinin destinasyon seçiminde etkili olan faktörler .	54
Şekil 25. Kış Sporları Destinasyonlarının Örgütsel Yapıları	70
Şekil 26. Dağ yönetim örgütünün temel sorumluluk alanları	73
Şekil 27. DYÖ'nün finansmanı	81
Şekil 28. Öneri Ilgaz Dağı Destinasyon Yönetim Yapısı	81
Şekil 29. Hedik	84
Şekil 30. Hedikli Yürüyüş.....	85
Şekil 31. Tur Kayakçıları.....	85
Şekil 32. Klasik ve Serbest Kayaklı Koşu Teknikleri.....	86
Şekil 33. Kar Kızağı.....	86
Şekil 34. Çocuk Dünyası.....	87
Şekil 35. Kayak Sporuna Başlamayı Motive Eden Faktörler	88
Şekil 36. Uluslararası Kayak Merkezlerinden Örnek Logolar	94

KISALTMALAR LİSTESİ

DYÖ	Destinasyon Yönetim Örgütü
GSYH	Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla
GZFT	(SWOT Analizinin Türkçe isimlendirilmesi –Güçlü, Zayıf, Fırsat ve Tehditler)
ha	Hektar
İK	İnsan Kaynakları
KTKGB	Kültür Turizm Koruma ve Gelişimi Bölgesi
KUZKA	Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
m	Metre
MP	Milli Park
OMGİ	Otomatik Meteoroloji Gözlem İstasyonu
PEST	Politik (Political), Ekonomik (Economic), Sosyal (Social) ve Teknolojik (Technological) unsurların analizi
SİA	Stratejik İş Alanı
SWOT	Güçlü (Strengths) ve Zayıf (Weaknesses) Yönler ile Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditlerin (Threats) Analizi
TM	Turizm Merkezi
TTS	Türkiye Turizm Stratejisi
UDGP	Uzun Devreli Gelişim Planı
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WTTC	Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi
USP	Unique Selling Propositions (Benzersiz Satış Önerileri)

1. GİRİŞ

Dünyada ekonomik ve sosyal değişimler/dönüşümler ve krizler açısından belki de en hızlı dönemlerden biri yaşanmaktadır. İnternet ve yapay zekâ uygulamalarının hızla gelişmesi ve yaygınlaşması nedeniyle bilgi çok daha hızlı yayılabildiği için insanların yeni yerler/kültürler görme ve dolayısıyla seyahat etme eğilimleri de hızla artmaktadır. Bu nedenle, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel anlamda ülkeler ve bölgeler üzerinde güçlü bir etkiye sahip olan turizm sektörü en hızlı gelişen ekonomik sektörlerden biri haline gelmiştir.

2020 yılında COVID-19 salgını nedeniyle yaşanan kriz hariç tutulduğunda (Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2020 yılında turizm sektörünün %60-80 oranında küçülme yaşadığını belirtmektedir) turizm genel olarak süreklilik gösteren bir büyüme eğilimi içindedir. UNWTO verileri uyarınca 2019 yılında uluslararası turist sayısı bir önceki yıla göre %5 artışla 1,4 milyar kişiye, uluslararası turizm harcamaları da %4'lük bir artışla 1,7 trilyon Amerikan doları seviyesine ulaşmıştır (Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2019). Benzer şekilde, küresel ihracatın %7'sini oluşturan turizmin kimyasallar ve yakıtlardan sonra dünya çapında en büyük üçüncü ihracat sektörü olduğu ve küresel boyutta gayri safi yurt içi hasılanın (GSYH) %3,6'sını oluşturduğu belirtilmektedir (Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2019). Paralel şekilde, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC), turizm sektörünün küresel GSYH'ye toplam (doğrudan ve dolaylı) katkısının 8,9 trilyon Amerikan doları olduğunu, dünya çapındaki istihdamın %10'unun turizm ve ilişkili sektörler tarafından oluşturulduğunu ifade etmektedir (Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC), 2020).

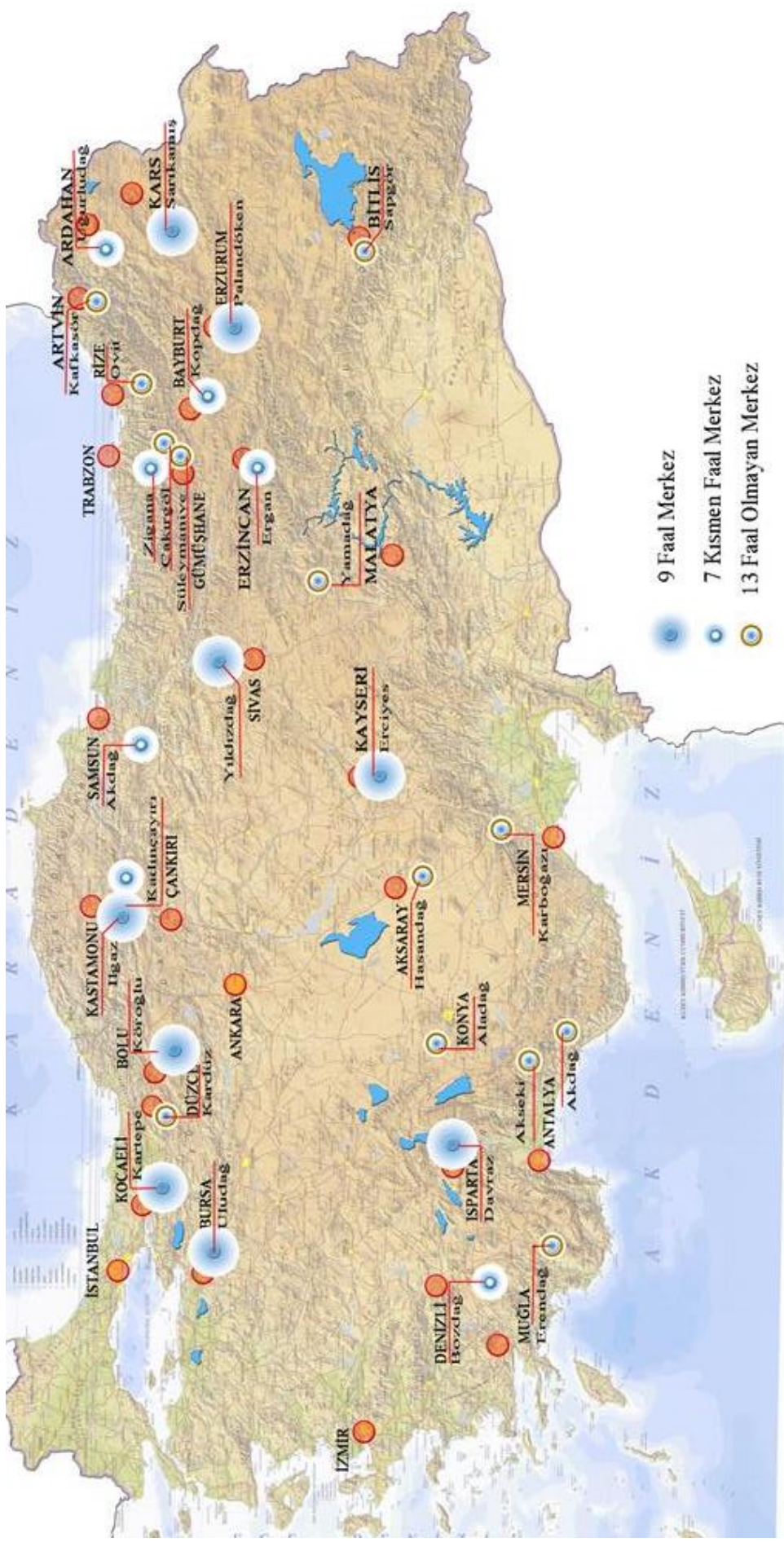
Turizm sektörünün dünya çapında gösterdiği gelişime paralel şekilde, ülkemizde de özellikle 1980 ve sonrasında, verilen teşvikler, yapılan yatırımlar ve özellikle Avrupa ve eski Sovyetler Birliği ülkelerinde yapılan tanıtımlar sayesinde turist sayısı ve turizm gelirleri açısından önemli yol kat edilmiştir. Türkiye, 2019 yılındaki 52,5 milyon turist sayısı ile dünyada 6. sırada yer alırken 34,5 milyar Amerikan doları turizm geliri ile en fazla gelir elde eden 13. ülke olmuştur. Ancak, turizm verileri incelendiğinde, turizm hareketliliğinin özellikle yaz sezonuna ve Akdeniz – Ege kıyılarına sıkıştığı görülmektedir. Dolayısıyla turizm gelişiminin bölgeler arası gelişmişlik farkının azaltılması amacıyla daha etkin kullanılmasına ve tüm yıla ve yurda yayılacak şekilde turistlere çeşitli ve kaliteli hizmet sunulmasına yönelik planlamaların ve yatırımların yapılması gerektiğine de işaret etmektedir (Çalışkan, 2015).

Geçmiş krizlerde turizm hızla toplanmıştır. Örneğin 2010-2018 yılları arasında diğer sektörlerde istihdam %11 artarken, turizm sektöründe %35 artış yaşanmıştır (Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2020). Ancak pandemiden sonra turizmin toparlanmasının en az iki yıl alacağı tahmin edilmektedir (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), 2020). İnsanlar hâlihazırda küresel ısınma, terörizm, doğal afetler veya virüslerin yayılması gibi tehditlerden rahatsız durumdadırlar. Pandemi süreci ise insanların tatil bölgelerine olan güvenini ve seyahat motivasyonlarını düşürmüştür (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), 2020). Bu nedenle, talepteki iyileşme geçmiş krizlere kıyasla daha uzun sürecektir. Sonuç olarak, turizm destinasyonlarının, turistlere güvenli bir ortam sunması giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu nedenle, yeni koşullara uyum sağlamak büyük önem taşımaktadır.

Dünya turizm pazarında, talebin *deniz-kum-güneş üçlüsünden sıyrıldığı, doğa ve kültürel turizm pazarının* büyüdüğü dikkati çekmektedir. Batı Karadeniz Bölgesi geneli ve özellikle TR82 Bölgesi; sahip olduğu değerler açısından kış, doğa, kültür, eko-turizm faaliyetlerini olanaklı kılmaktadır. Dünya'da popüler spor dalları ve turizm türleri arasında yer alan kayak/kış turizminde genel olarak Avrupa ülkelerinin söz sahibi olduğu görülmektedir. Büyük bir kısmı dağlık alanlardan oluşan Türkiye'de de kış ve kayak turizmine yönelik uygun alanlar bulunmakta olup kış turizmi geliştirilebilecek turizm türleri arasında yer almaktadır. Bu amaçla, 1980'lerin sonu ve özellikle 90'ların başından itibaren Bakanlar

Kurulu kararı ile 29 adet kayak/kış turizm merkezi ilan edilmiş (Şekil 1) ve planlama çalışmaları ile hem kamunun hem de özel sektörün yatırım yapması özendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, söz konusu merkezler arasında Erzurum–Palandöken, Bursa–Uludağ, Bolu–Köroğlu, Kastamonu–İlgaz, Kocaeli–Kartepe, Kars–Sarıkamış, Kayseri–Erciyes ve Isparta–Davraz gerek yatak kapasitesi gerek mekanik tesis hattı taşıma kapasitesi açısından öne çıkmaktadır. Diğer taraftan, Ilgaz Dağı Milli Parkı ve yakın çevresi ise iki kış sporları turizm merkezine sahip yer olarak göze çarpmaktadır.

Bu çalışma ile ekonomik gelişimin yanı sıra çevresel ve toplumsal – kültürel değerlerin korunmasını önemseyen bir bakış açısıyla, genelde TR82 Bölgesinin özelde ise Ilgaz Dağı Milli Parkında (MP), sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanmasına yönelik için yapılması gerekenlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.



Şekil 1. Türkiye'deki Kış Sporları Turizmi Temalı KTKGB'ler

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021a)).

2. TR82 BÖLGESİ

Batı Karadeniz Bölgesi (TR8); Batı Karadeniz, Orta Karadeniz ve Kuzey Anadolu (TR82) Alt Bölgelerinden oluşmaktadır. Çankırı, Kastamonu ve Sinop illerini içeren alt bölge TR82 olarak adlandırılmaktadır. İlk çağlarda Paphlagonia olarak adlandırılan TR82 Bölgesinin tarihi MÖ. 2000 yıllara ve Hitit İmparatorluğuna tarihlenmektedir. Sonrasında Frigya ve Lidya Krallıklarının hüküm sürdüğü topraklar M.Ö. 4.yy'da bir süreliğine Pers hâkimiyetinde kalsa da Büyük İskender tarafından işgal edilerek Makedonya'ya dâhil edilmiştir. Sonraki dönemde Pontus İmparatorluğu ve MÖ 1. – MS 4. yy. arası Roma İmparatorluğu ve sonrasında da Bizans İmparatorluğunun hâkimiyetinde kalmıştır.1105 yılında Türklerin hâkimiyetine giren bölge sonraki dönemlerde kısa sürelerle yeniden Bizans hâkimiyetinde kalsa da özellikle Selçuklular zamanından itibaren sürekli Türk yurdu olma özelliği göstermiştir. Kurtuluş savaşı esnasında işgale uğramamış olması nedeniyle de bölge milli mücadeleye destek açısından kritik bir rol oynamıştır (Çankırı Valiliği, n.d. (a); Kastamonu Valiliği, n.d. (a)). Cumhuriyetin ilanından sonra ise 1925 yılında Kıyafet ve Şapka Devriminin Kastamonu'da gerçekleştirilmesi yakın tarihimizin önemli olayları arasında yer almaktadır (UDGP Analitik Etüt Raporu).

3. TEMEL SOSYO-EKONOMİK VERİLER

Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması'na (SEGE) göre Bölgenin, Türkiye'de az gelişmiş bölgeler arasında olduğu söylenebilir (KUZKA, 2016a). TR82 bölgesi bütünü 2011 yılında 26 Düzey II bölgesi arasında 19. (KUZKA, 2016a), 2017 yılında ise 21. sırada (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2019) yer almıştır. Çankırı, Kastamonu ve Sinop; 2003 yılında 59., 51., ve 57,. sırada, 2011 yılında sırasıyla 54., 47., ve 51. sırada (KUZKA, 2016a), 2017 yılında ise 55., 48 ve 52. sırada yer almaktadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2019). Görüldüğü üzere 2003 – 2011 arasında görece olarak TR82 bölgesi genelinde iyileşme yaşanmışken 2017 yılına gelindiğinde ise 2011 yılına göre her il için gerileme yaşandığı, (ya da diğer bir ifade ile ülkedeki diğer illerin yaşadığı gelişme hızının gerisinde kaldığı) anlaşılmaktadır.

Bölge ekonomisinde tarım önemli bir yer tutmakta olup istihdamın neredeyse yarısı tarım sektörü tarafından sağlanmaktadır. Tarımdan sonraki önemli istihdam kaynağı hizmetler sektörü iken sanayi sektörünün payı sadece %15,7'dir (KUZKA, 2013). Türkiye istihdamında tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin paylarının %9, %27,5 ve %63,5 olduğu (KUZKA, 2016b) göz önünde bulundurulduğunda tarım sektörünün bölge için önemi daha net görülmektedir.

Bölgenin sahip olduğu en büyük zenginlik orman örtüsü ve doğal yaşam alanları olarak göze çarpmaktadır. Türkiye'deki tüm orman varlığının %6,4'ünü oluşturan 1,4 milyon hektar orman varlığına sahip olan TR82 Bölgesi'nde Çankırı, Kastamonu ve Sinop illerinin toplam arazilerinin sırasıyla %25, %61,5 ve %56'sı orman arazisi olduğu görülmektedir. Kastamonu orman arazisi açısından Türkiye'de 2. sırada iken Sinop 22. Çankırı ise 47. sırada yer almaktadır (KUZKA, 2016a).

1950lerden itibaren İstanbul ve Ankara gibi büyükşehirlerle yoğun göç veren (KUZKA, 2016a) bölgenin nüfusu Tablo 1 ve Şekil 2'den görüleceği üzere 1 milyonun altında seyretmektedir. Ayrıca, 2014 – 2023 Bölge Planı'nda da ifade edildiği üzere TR82 Bölgesi, bir milyondan az nüfusa sahip tek Düzey II bölgesi olmasının ötesinde TR82 illeri Türkiye'nin oransal olarak en yaşlı nüfusa sahip illeridir (KUZKA, 2016a).

3.1. Kastamonu ve Çankırı İlleri

Merkez ilçe dâhil 20 ilçeden oluşan Kastamonu ili 41° 21' kuzey enlemi ile 33° 46' doğu boylamları (Kastamonu Valiliği, n.d (b)) arasında yer alırken Çankırı ili 40° 30' ve 41° kuzey enlemleri ile 32° 30' ve 34° doğu boylamları (Çankırı Valiliği, n.d. (b)) arasında yer almakta olup merkez ilçe dâhil 12 ilçesi bulunmaktadır. Kastamonu ve Çankırı illeri sırasıyla 13.108,1 ve 7.490 km² yüzölçümü ile ülkenin %1,7'sini ve %0,94'ünü oluşturmaktadır (KUZKA, 2016a).

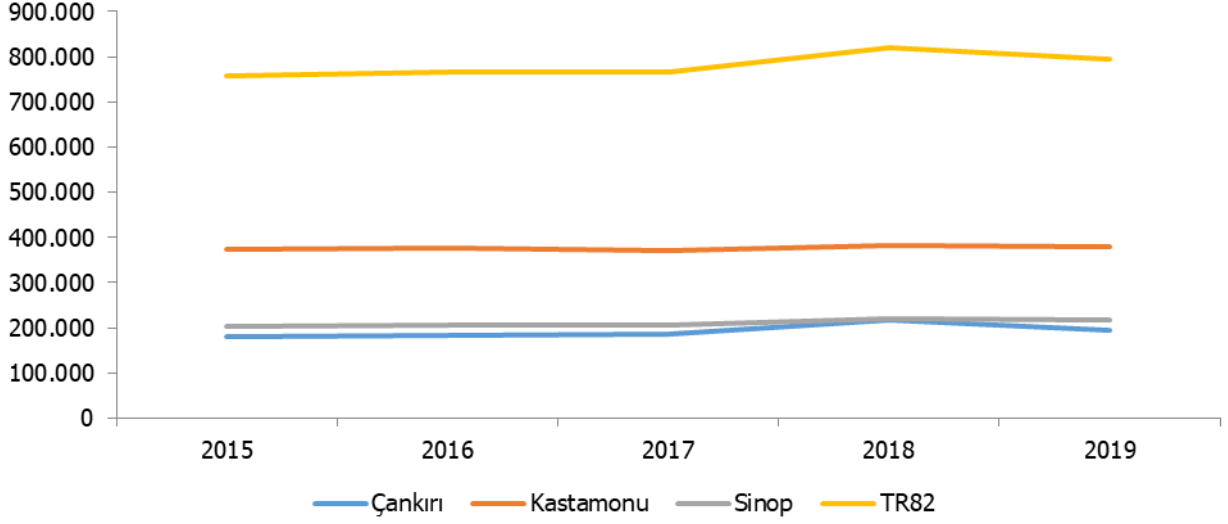
Karadeniz'e 170 km uzunluğunda kıyısı bulunan Kastamonu ilinin güneyinde Ilgaz Dağları, kuzeyinde Küre (İsfendiyar) dağları yer almaktadır (KUZKA, 2015). Arazisinin yarısından fazlası (yaklaşık %60) dağlık alanlardan oluşan Çankırı ili ise Kızılırmak havzası ile Batı Karadeniz arasında yer almaktadır (KUZKA, 2016a). Çankırı ve Kastamonu'nun denizden yükseklikleri sırasıyla 723 ve 780 metredir. Her iki ilde de kuzey kesimlerde Karadeniz iklimi özellikleri görülmesine rağmen dağlar denize paralel uzandıkları için iç kesimlerde karasal iklim hüküm sürmektedir.

TR82 bölgesinin bütününe benzer şekilde, Kastamonu ilinin nüfuslarının neredeyse sabit bir seyir izlediği, bölgenin en az nüfusa sahip ili Çankırı'da ise çok az miktarda artış yaşandığı görülmektedir.

Tablo 1. Yıllar itibariyle TR82 Bölgesinin ve İllerinin nüfusları, 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Çankırı	180.945	183.880	186.074	216.362	195.789
Kastamonu	372.633	376.945	372.373	383.373	379.405
Sinop	204.133	205.478	207.427	219.733	218.243
TR82	757.711	766.303	765.874	819.468	793.437

Kaynak: (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2020).



Şekil 2. Yıllar itibariyle TR82 Bölgesinin ve İllerinin Nüfusları (2015 – 2019)

Aynı şekilde Ilgaz Milli Parkı'nın yer aldığı Kastamonu Merkez ve Çankırı Ilgaz ilçelerinin de nüfuslarının durağan olduğu belirtilebilir (Tablo 2). Ayrıca, her iki yerleşimde de kırsal nüfusların oranlarının da azımsanmayacak derecede olduğu ve dolayısıyla söz konusu ilçelerin kırsal karakterinin de dikkate alınması gerektiğini işaret etmektedir.

Tablo 2. Yıllar itibariyle Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçe (köy ve şehir) nüfusları, 2015-2019

		2015	2016	2017	2018	2019
Ilgaz (Çankırı)	Köy	5.806	5.721	5.589	7.178	6.397
	Şehir	7.910	7.860	7.795	7.713	7.701
	Toplam	13.716	13.581	13.384	14.891	14.098
Merkez (Kastamonu)	Köy	30.036	31.972	29.017	30.649	28.099
	Şehir	110.908	114.131	116.737	118.282	124.454
	Toplam	140.944	146.103	145.754	148.931	152.553

4. TURİZM

Bu bölümde TR82 bölgesi ve Çankırı ile Kastamonu illerinin turizm arz değerleri, tesis kapasiteleri ve turist sayıları incelenmektedir.

4.1. Arz Değerleri

Günümüz turizm pazarında turistler tarafından gün geçtikçe daha fazla rağbet gören eko-turizm faaliyetleri önemli bir potansiyel arz etmektedir. Eko turizm sadece doğal kaynaklar ile ilgili olmayıp somut ve somut olmayan kültürel değerleri de kapsadığı için hem yerel halk için alternatif

ekonomik faaliyetler ve misafirlerle kültürel etkileşimleri sağlayabilmekte, hem de tarihi değerlerin daha verimli kullanılmasına olanak tanımaktadır. Bu çerçevede, eko turizm gelişimi için ve söz konusu turizm gelişiminin bir sonucu olarak kırsal altyapıda da iyileşmeler görülmesi olasıdır (KUZKA, 2016a). Bunun ötesinde TTS'de hedeflendiği üzere, turizm faaliyetlerinin yerleşim veya turistik değer bazlı değil bütüncül olarak kurgulanması ve belli bir rota çerçevesinde düzenlenmesi daha olumlu sonuçlar doğuracaktır. Bu çerçevede hem turizm talebindeki değişimler hem de özellikle COVID-19 salgını ile değişen turistik beklenti ve istekler açısından TR82 bölgesi sahip olduğu değerler açısından ön plana çıkabilecek potansiyeli barındırmaktadır.

Doğal kaynaklar ve orman zenginliği bölgenin en önemli çekiciliği olarak göze çarpmaktadır. Bu kapsamda kanyonlar (Çatak, Varla, Horma, Aydos, Ersizler Dere, Küçük Cehennem Kanyonu), mağaralar (İlgarini Mağarası, Tuz Mağarası vs.), şelaleler (İlica Şelalesi) ve tabiat anıtları gibi değerler bölgenin doğal güzellikleri arasında zikredilebilir. Kastamonu'da Küre Dağları Milli Parkı'nın yanı sıra Çankırı ilinin sınırlarına da uzanan İlgaz Milli Parkı bulunmaktadır. Çankırı ili sınırlarında Kenbağ, İlgaz/Kadın Çayırı Tabiat Parkı ve Hazım Dağlı (Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021a), Kastamonu'da ise Tosya Dipsizgöl, Abana Yeşilyuva, Merkez Şerifebacı Tabiat Parkları bulunmaktadır. Ayrıca her iki ilde de tabiat anıtları bulunmaktadır (KUZKA, 2016a). Söz konusu doğal güzellikler nedeniyle 6 adet Turizm Merkezi (TM) /Kültür Turizm Koruma ve Gelişimi Bölgesi (KTKGB) Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca ilan edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. TR82 Bölgesinde bulunan TM ve KTKGB'ler

TM/KTKGB ADI	İL	İLÇE	TEMA	RESMİ GAZETE TARİH ve SAYI
Çankırı İlgaz Kadınçayırı Yıldıztepe TM	Çankırı	İlgaz	Kış	1.09.2005 /25923
Kastamonu-Çankırı İlgaz KTKGB	Kastamonu, Çankırı	Kastamonu, (Merkez), Çankırı (İlgaz)	Kış	7.10.1997 /23133
Sinop Bahçeler TM	Sinop	Sinop	Kıyı	8.12.2006 /26370
Sinop Ayancık Akgöl TM	Sinop	Ayancık	Yayla	20.09.1991 /20997
Sinop Kozfındık Bozarmut Yaylası TM	Sinop	Gerze	Yayla	20.09.1991 /20997
Sinop Türkeli Kurugöl TM	Sinop	Türkeli	Yayla	20.09.1991 /20997

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020a)).

Zengin tarihi geçmişin sonucu olarak, Kastamonu ve Çankırı illeri taşınmaz kültür varlığı açısından da turizm potansiyeli taşımaktadır. Kastamonu'da koruma altına alınmış çok sayıda konağın varlığının (KUZKA, 2016a) yanı sıra Çankırı'da koruma altına alınmış 4 adet sokak (Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014) ve her iki ilde de mevcut olan arkeolojik alanlar kültür turizmi açısından potansiyelin varlığına işaret etmektedir. Aşağıdaki tabloda Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan korunması gereken kültürel değerler belirtilmektedir.

Tablo 4. Taşınmaz Kültür Varlıklarının Sayıları*

	Çankırı	Kastamonu
Korunmaya Alınan Sokaklar	4	-
Anıt ve Abideler	1	4
İdari Yapılar	20	36
Kültürel Yapılar	69	181
Askeri Yapılar	-	18
Şehitlikler	2	-
Endüstriyel ve Ticari Yapılar	4	66
Dinsel Yapılar	85	179
Mezarlıklar	33	80
Sivil Mimarlık Örneği	154	1453
Kalıntılar	3	11
TOPLAM	375	2028

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2021)).

* *Veriler 2019 yılı sonunu göstermektedir.*

Yaklaşık 340 km (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021) uzunluğa sahip olan ve İnebolu – Küre – Seydiler – Kastamonu – Ilgaz – Çankırı – Kalecik- Ankara güzergâhını takip eden İstiklal Yolu, ülkenin yakın geçmişine ışık tutması nedeniyle önemli kültürel/tarihi (ve ayrıca doğal) çekicilik unsurlarındandır. İnebolu'dan Ankara'ya uzanan ve İstiklal Savaşı sırasında malzeme ve cephane taşınmasında önemli bir koridor olarak kullanılan güzergâh "İstiklal Yolu" olarak adlandırılmakta ve Milli park statüsünde korunmaktadır.

Modern turizm için önemli çekicilikler arasında yer alan ve bölge kültürünün somut yansıması şeklinde değerlendirilebilecek (Durlu Özkaya & Can, 2012) olan gastronomik değerler açısından da bölge iyi bir potansiyele sahiptir. Söz konusu unsurlar bölgenin cazibesini arttırmasının ötesinde turistlerin kalış süresi, harcama tutarları ve turistik deneyimlerinden duyacakları memnuniyeti arttırıcı etkiye sahip olacaktır. Bu kapsamda Çankırı Sarımsaklı Et, Yumurta Tatlısı, Yoka (İnce) Ekmek Muskası, Kastamonu Çekme Helvası, Simidi, Tiridi/Simit Tiridi, Daday Etlı Ekmeği, Devrekâni Hindi Banduması, Taşköprü Kuyu Kebabı, Pınarbaşı Kara Çorba gibi hâlihazırda coğrafi işaret almış olanlar ve Çankırı Kesme Kadayıfı, Höşmerim Tatlısı, Cimcik Hamuru Çorbası, Tutmaç Hamuru, İnce Ekmek, Pıhtı, Ehlibilir, Çankırı Baklavası, Çankırı Kıymalısı, Şabanözü Bazlaması ile Kastamonu Yaş Tarhanası, Eğşisi, Ekşili Pilavı, Cide Ceviz Helvası, Devrekâni Cırık Tatlısı, Çatalzeytin Fındık Şekeri, Şehit Şerife Bacı Mantısı, Şehit Şerife Bacı Tatlısı, Göce Çorbası gibi coğrafi işaretleme süreci devam eden ürünler (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018), özgünlüğü korunarak görşelliği ve sunumu ile daha çekici hale getirilmesi suretiyle gelen misafirlere sunulabilecek gastronomik değerlere örnek olarak belirtilebilir.

Bölgenin sahip olduğu jeotermal kaynaklar diğer bölgelere kıyasla biraz zayıf kalmaktadır. Bu kapsamda, TR82 Bölgesi fay hattında yer alması hasebiyle söz konusu kaynakların detaylı şekilde araştırılması olası kaynakların belirlenmesine ve turizm amaçlı kullanımlara yön verebilir.

4.2. Tesis Kapasitesi

Tablo 5, TR82 bölgesinin turizm gelişiminin ülke turizmi içinde sahip olduğu payın görece olarak çok düşük olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, turizm gelişiminin Akdeniz, Ege ve İstanbul çevresinde öncelenmesine yönelik ulusal turizm politikalarının sonucu olmasının ötesinde bölgenin potansiyelini değerlendiremediğini ve dolayısıyla da turizmden istenilen düzeyin altında yararlanıldığını gözler önüne sermektedir. Bunun ötesinde Çankırı ve Kastamonu illerinin de Batı Karadeniz bölgesi bağlamında tatmin edici düzeyin altında tesis kapasitesine sahip olduğu ve dolayısıyla arz kapasitesinin (özellikle Turizm İşletme Belgeli tesislerin) artırılması gerektiğini işaret etmektedir (Şekil 3, 4, 5). Her iki ilde de Belediye belgeli tesis sayılarında yıllar itibarıyla küçük artışlar olmakla birlikte özellikle Çankırı ilinde Turizm İşletme Belgeli (diğer bir ifade ile yıldızlı) tesis sayısında herhangi bir değişimin olmadığı, Kastamonu ilinde ise turizm işletme belgeli tesis sayısının 2019 yılında 2016 yılına oranla %33 oranında arttığı belirtilebilir. Bunun ötesinde tesis sayısı artmamakla birlikte Çankırı ilinde turizm işletme belgeli oda ve yatak sayılarının (olasılıkla tesislere yeni oda ve yatak eklenmesi nedeniyle) çok küçük değişikliklerin olduğu, Kastamonu ilinde ise 2016 ve 2019 yılları arasında oda ve yatak kapasitelerinin yaklaşık %63 oranında arttığı görülmektedir. Belediye belgeli tesisler açısından yine Çankırı ilinin neredeyse durağan bir seyir izlediği, buna mukabil Kastamonu ilinde tesis sayısında %21, oda ve yatak sayısında ise sırasıyla yaklaşık %47 ve %44 artış olduğu, dolayısıyla daha büyük kapasiteli tesislerin faaliyete geçtiği görülmektedir.

Tablo 5. Turizm İşletmesi ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri, Oda ve Yatak Sayısı,

	TESİS SAYISI											
	TURİZM İŞLETME BELGELİ				BELEDİYE BELGELİ				TOPLAM			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Türkiye	3.641	3.771	3.925	4.038	9.186	7.607	7.671	8.104	12.827	11.378	11.596	12.142
TR8	147	159	167	171	506	780	773	778	653	939	940	949
Çankırı	7	7	7	7	12	17	17	18	19	24	24	25
Kastamonu	18	21	21	24	62	64	70	75	80	85	91	99

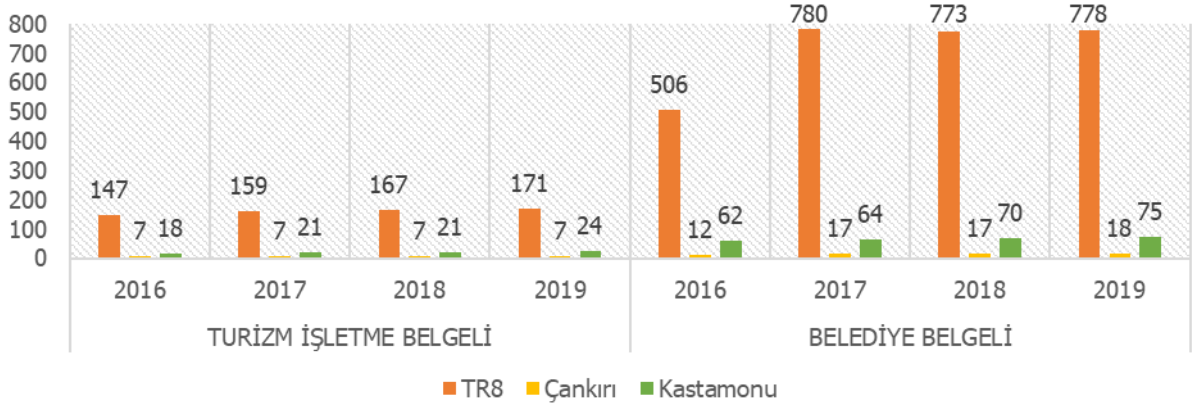
ODA SAYISI

	TURİZM İŞLETME BELGELİ				BELEDİYE BELGELİ				TOPLAM			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Türkiye	426.981	446.228	464.927	473.609	224.137	230.219	231.001	237.516	651.118	676.447	695.928	711.125
TR8	5.887	6.511	7.110	7.266	8.902	12.551	11.766	11.287	14.789	19.062	18.876	18.553
Çankırı	264	268	275	275	433	397	423	446	697	665	698	721
Kastamonu	502	734	734	819	1.126	1.704	1.563	1.657	1.628	2.438	2.297	2.476

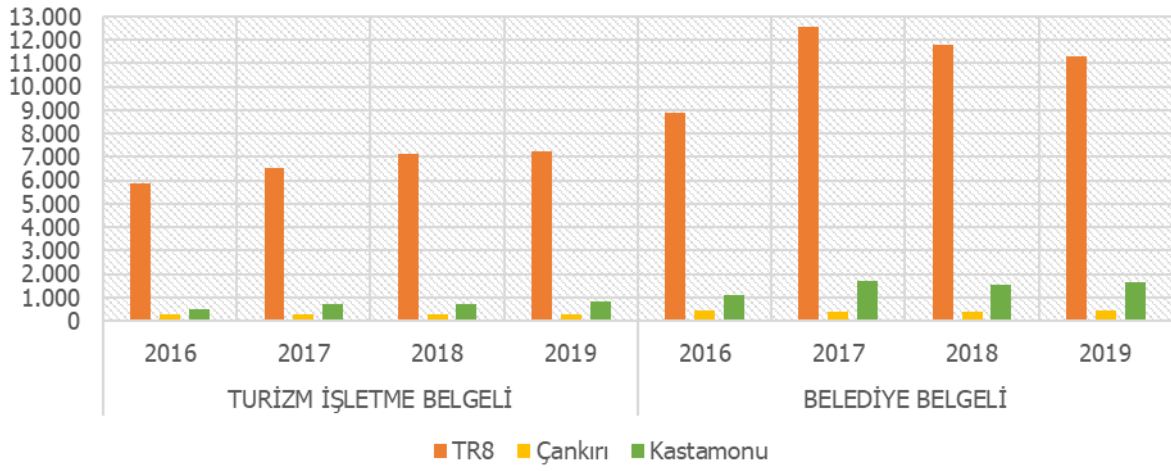
YATAK SAYISI

	TURİZM İŞLETME BELGELİ				BELEDİYE BELGELİ				TOPLAM			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Türkiye	899.881	935.286	974.574	992.341	496.538	506.934	511.076	545.669	1.396.419	1.442.220	1.485.650	1.538.010
TR8	11.636	12.890	14.066	14.386	20.157	28.949	27.280	26.133	31.793	41.839	41.346	40.519
Çankırı	507	527	541	541	968	862	910	982	1.475	1.389	1.451	1.523
Kastamonu	997	1.461	1.461	1.628	2.602	3.758	3.565	3.734	3.599	5.219	5.026	5.362

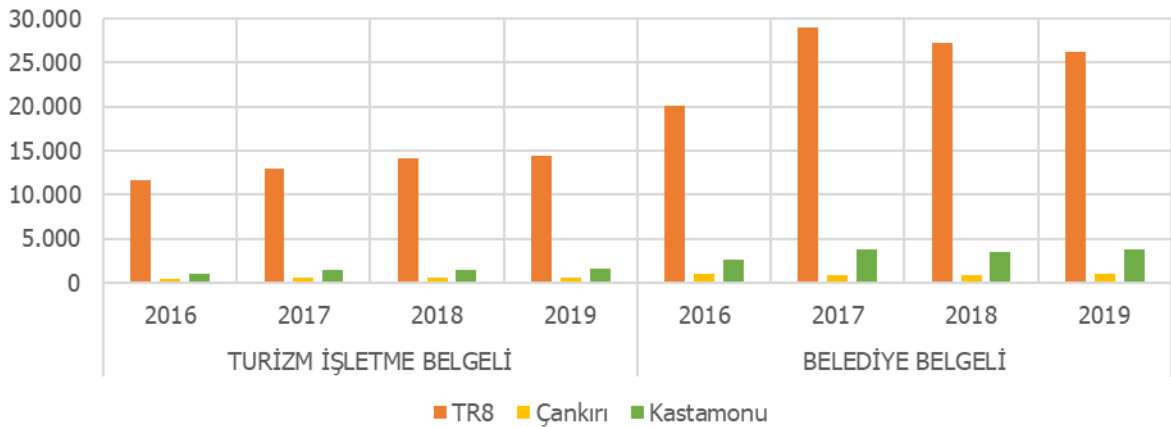
Kaynak: ((Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b)).



Şekil 3. TR8, Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan konaklama tesislerinin sayısı

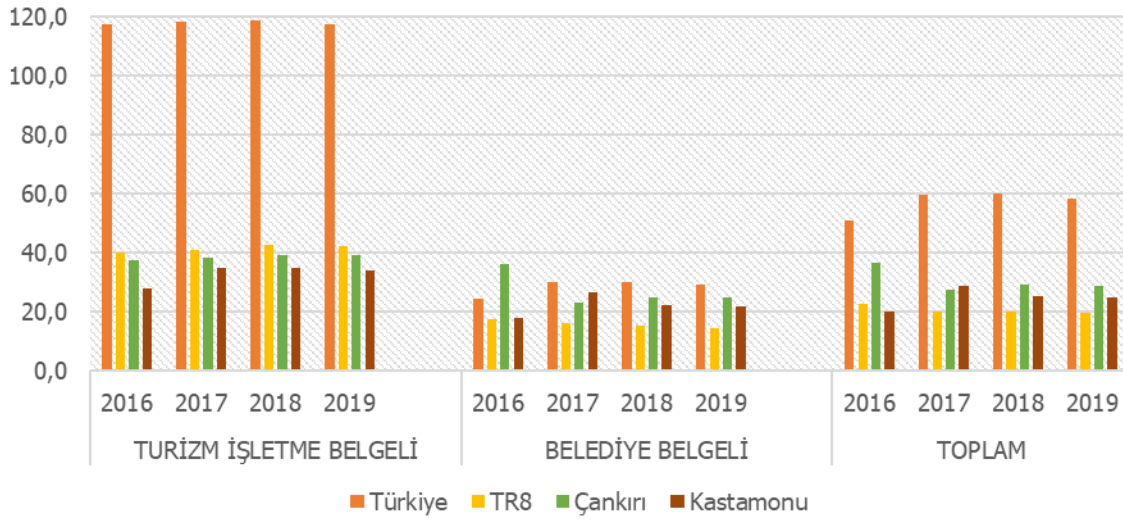


Şekil 4. TR8, Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan konaklama tesislerinin oda kapasiteleri



Şekil 5. TR8, Çankırı ve Kastamonu illerinde bulunan konaklama tesislerinin yatak kapasiteleri

Şekil 6'da görüldüğü üzere Batı Karadeniz Bölgesi turizm konaklama tesislerinin kapasiteleri Türkiye ortalamasının çok altındadır. Aynı şekilde Çankırı ve Kastamonu'da bulunan turizm işletme belgeli tesislerin kapasiteleri Batı Karadeniz bölgesi ortalamasından da düşük seviyededir. Belediye belgeli tesislerde ise Kastamonu ve Çankırı illerinin TR8 bölgesi göz önünde bulundurulduğunda daha yüksek oda kapasitesine sahip olduğu ifade edilebilir. Söz konusu durum, büyük ölçekli tesislerden ziyade küçük ölçekli (ve dolayısıyla yerel girişimciler tarafından işletilen) tesis sayısının daha çok olduğuna işaret etmektedir. Tüm tesislerin ortalama oda kapasitesi 2019 yılı için Türkiye genelinde 58,6 ve Batı Karadeniz Bölgesinde 19,6 iken Çankırı ve Kastamonu konaklama tesisleri sırasıyla ortalama 28,8 ve 25,0 oda kapasitesine sahiptir. Bu durum turizmin ekonomik ve sosyal getirilerinin toplumun geneline yayılması ve yerelin turizm faaliyetleri içinde daha etkin yer alması anlamında olumlu bir unsur olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte düşük kapasiteli tesislerin kurumsallaşma anlamında desteklenmesi ve yönetsel, operasyonel becerilerinin kuvvetlendirilmesi gerekliliğini de ifade etmektedir.



Şekil 6. Tesislerin ortalama oda sayıları (2016 – 2019)

4.3. Ziyaretçi Verileri

2016 – 2019 yılları arasında Türkiye'yi, TR8 bölgesini ve Kastamonu illeri ile Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçeleri ziyaret eden turist sayıları Ek-1'de belirtilmektedir. Söz konusu veriler incelendiğinde Batı Karadeniz Bölgesinin ülke turizmindeki payının yıllar geçtikçe azaldığı görülmektedir. 2016'da tüm Türkiye'deki turist sayısının %3,86'sı TR8 Bölgesini ziyaret ederken bu oran 2019 yılında sadece %3,10 olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu payın çok küçük olması yukarıda belirtilen kapasite düşüklüğü ile paralellik arz etmektedir. Buna karşılık, bölgenin sahip olduğu potansiyel ve turizm talebindeki gelişme ve değişimler bu oranın yükseltilmesi gerektiğini ve yükseltilebileceğini vurgulamaktadır. Yerli ve yabancı turist sayıları açısından incelendiğinde ise, TR8 bölgesinin uluslararası turizm açısından neredeyse hiç aktif olmadığını ve yıllar itibariyle yabancı turist ağırlama oranının %0,65'ten %0,43'e kadar gerilediği görülmektedir. Dolayısıyla, TR8 turizminin büyük oranda yerli turizm hareketine dayandığı ifade edilebilir. Ancak yerli turizm hareketliliği içindeki payının da yıllar itibariyle %5,5 civarında seyrettiği ve dolayısıyla çok düşük olduğu yinelenmelidir.

Aynı şekilde Çankırı ve Kastamonu illerinin Batı Karadeniz turizmi içindeki payları incelendiğinde de olumlu bir tablo ile karşılaşılmadığı ifade edilebilir. Çankırı ilinin Batı Karadeniz turizmi içindeki payının yıllar itibarıyla ufak değişimler göstermekle beraber %3 – 3,5 civarında olduğu, Kastamonu ili içinse söz konusu oranın %8,5 – 9 civarında seyrettiği söylenebilir. Ilgaz Dağı Milli Parkının yer aldığı Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçelerinde de benzer bir durum yaşanmaktadır. Ilgaz bölge turizminden sadece %0,3 – 0,9 oranında pay alırken Kastamonu Merkez, TR8 turizmi içinde sadece %4,25 – 7,29 paya sahiptir. Aynı şekilde hem Çankırı ve Kastamonu illerinin hem de Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçelerinin çok az sayıda yabancı ve yerli turist ağırlayabildiği tespit edilmiştir. Söz konusu veriler Tablo 6'da bütüncül olarak verilmektedir. Dolayısıyla, Batı Karadeniz Bölgesinin, ülke turizmi açısından, Çankırı ve Kastamonu illeri ve Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın da Batı Karadeniz bölgesi turizm hareketleri açısından potansiyellerinden yeterince yararlanamadıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 6. TR8 Bölgesinin Türkiye'yi, Çankırı ve Kastamonu illeri ile Ilgaz ve Kastamonu Merkez ilçelerinin Batı Karadeniz'i ziyaret eden turist sayıları içindeki payları

	YABANCI				YERLİ				TOPLAM			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
TR8	0,65	0,45	0,52	0,43	5,26	5,64	5,38	5,57	3,86	3,72	3,27	3,10
Çankırı	1,12	1,37	0,86	1,72	2,98	3,84	3,33	3,27	2,89	3,73	3,16	3,17
Kastamonu	1,63	2,46	1,98	1,17	9,28	8,82	9,64	9,76	8,89	8,53	9,12	9,19
Çankırı Ilgaz	0,12	0,28	0,08	0,56	0,31	0,96	0,52	0,78	0,30	0,93	0,49	0,77
Kastamonu Merkez	0,99	1,99	1,48	0,86	4,42	7,01	7,46	7,75	4,25	6,78	7,05	7,29

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b

Konaklama süreleri (Tablo 7) incelendiğinde ise Türkiye genelinde turistlerin ortalama 2,6 gece konakladıkları bu rakamın TR8 genelinde 1,5 – 1,8 gece arasında değiştiği görülmektedir. Çankırı ve Kastamonu illeri ile Ilgaz ve Kastamonu merkez ilçelerinin Batı Karadeniz Bölgesi değerlerine yakın olduğu belirtilebilir. Dolayısıyla, Batı Karadeniz Bölgesi bütününe nihai bir destinasyondan ziyade bir geçiş/duraklama/mola noktası işlevi gördüğü ifade edilebilir. Yukarıdaki değerlendirmeler bütün olarak ele alındığında, TR8 Bölgesi turizm faaliyetlerinin iç turizme dayalı ve turistlerin kısa süreli konaklamalarını gerçekleştirdikleri (diğer bir ifade ile TR8 Bölgesinin nihai destinasyon olmadığı, daha uzun güzergâhlar/turlar kapsamında ziyaret edildiği) görülmektedir. Söz konusu turlar açısından özellikle Kastamonu ve Sinop illerinin Karadeniz turları kapsamında paketlere dâhil edildiği belirtilebilir (KUZKA, 2016a).

Diğer bir bakış açısıyla, güncel turizm talebinin yılda bir sefer uzun süreli tatil yapmaktan ziyade daha kısa süreli çok sayıda tatil yapma şeklinde geliştiği göz önünde bulundurularak, konaklama süresinin turist sayısı verisine göre daha olumlu olduğu, ancak yine de misafirlere konaklamalarını uzatmalarını teşvik edecek ve konaklamaları süresince turistik deneyimlerinin kalitesini arttıracak kaliteli hizmetin ve aktivite çeşitliliğinin sağlanmasının gerekli ve yararlı olacağı belirtilebilir.

Tablo 7. Turizm İşletme ve Belediye Belgeli Tesislerde Yerli ve Yabancı Turist Ortalama Kalış Süreleri, 2016 – 2019

	YABANCI				YERLİ				TOPLAM			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Türkiye	4,3	3,5	3,6	3,4	1,9	1,9	1,9	1,9	2,6	2,5	2,6	2,6
TR8	1,6	1,8	1,5	1,5	1,4	1,8	1,7	1,7	1,5	1,8	1,7	1,7
Çankırı	3,2	2,3	2,0	1,8	1,4	1,6	1,7	1,6	1,5	1,7	1,7	1,6
Kastamonu	2,7	2,2	2,0	1,8	1,5	1,7	1,7	1,7	1,5	1,7	1,7	1,7
Çankırı Ilgaz	4,6	1,3	1,2	1,1	1,5	1,4	1,3	1,2	1,6	1,4	1,3	1,2
Kastamonu Merkez	2,8	2,4	2,3	2,0	1,4	1,6	1,6	1,7	1,4	1,6	1,6	1,7

Kaynak: ((Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b)).

5. ULUSAL ve BÖLGESEL PLANLARDA TR82 ve TURİZM

Bu bölümde, 11. Kalkınma Planı'nda turizm sektörüne yönelik öngörüler, Türkiye Turizm Stratejisi'nin genel bakış açısı ve bölgeye yönelik kararlarının yanı sıra TR82 Bölge Planı ve KUZKA Kurumsal Stratejisinde turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik kararlar irdelenmektedir.

5.1. 11. Kalkınma Planı

Temmuz 2019'da Büyük Millet Meclisi tarafından onaylanan 11. Kalkınma Planı, yürürlükteki ulusal ölçekli plandır. Planda tarım ve savunma sanayi ile turizm "Öncelikli Kalkınma Sektörü" arasında zikredilmektedir. Plan dönemi sonunda ziyaretçi sayısının 67,7 milyonu uluslararası olmak üzere 75 milyona ulaşması ve turizm gelirinین 65 milyar dolara ulaşması hedeflenmekte olup bu hedeflere ulaşmak için turizmde çeşitlenmenin sağlanması, hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve sektörün dönüşümü temel stratejiler olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, turizmin gastronomi, golf, gemi seyahati, düğünler (özellikle Hindistan pazarı için), inanç, kongre ve alışveriş ve özellikle sağlık ve spor turizmini kapsayacak şekilde çeşitlendirilmesi ve Türkiye'nin hem mevcut hem de yeni hedef pazarlarda algısını ve imajını iyileştirmek için Yönetim Planları'nın hazırlanması öngörülmektedir. Planda ayrıca turizmde Ar-Ge faaliyetleri ve teknoloji temelli uygulamaların internet teknolojilerinden ve paylaşım ekonomisinden daha fazla yararlanması için destekleneceği belirtilmektedir.

Turizm destinasyonlarının/değerlerinin bütüncül şekilde planlanacağı/düzenleneceği ve “çevreye duyarlı ve sorumlu bir yaklaşımla sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirileceği” de 11. Kalkınma planında vurgulanmıştır. Turizmin sosyal faydalarının da altı çizilmiştir. Bu doğrultuda turizmin kırsal kalkınmaya ve topluma olan faydalarının artırılması da amaçlanmaktadır.

5.2. Türkiye Turizm Stratejisi (TTS)

Türkiye Turizm Stratejisinde (TTS) ülkemizdeki turizm sezonunun yaz ağırlıklı yapısının değiştirilmesi ve turizmin yıl bütününde gerçekleştirilmesi ve ürün çeşitliliğinin sağlanması temel hedef olarak göze çarpmaktadır. Bu çerçevede, Karadeniz Bölgesinde Bolu, Zonguldak, Bartın, *Kastamonu ve Sinop* illeri, sahip oldukları doğal güzellikler nedeniyle öncelikli eko-turizm bölgeleri olarak belirlenmiştir. Ayrıca, doğal güzelliklerden koruma – kullanma dengesi içinde yararlanılması, yerel halkın hem planlama hem de uygulama sürecinde turizm faaliyetlerinin içinde etkin şekilde yer alması ve yerel ve yöresel ürün ve değerlerin “markalaşma” çalışmalarının ilk adımlarını oluşturması gerektiği vurgulanmıştır. Bu kapsamda, turizm altyapısının geliştirilmesi ve kalitesinin artırılması, gelişimin noktasal değil, bütüncül şekilde gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Diğer bir deyişle, değerler/destinasyonlar münferit olarak değil bütün olarak, rota mantığı kapsamında birbirleriyle ilintili ve ilişkili şekilde planlanması TTS’nin temel öngörülleri arasında yer almaktadır.

Benzer şekilde, Şile- Sinop arasında uzanan Batı Karadeniz Kıyı Koridoru kapsamında yer alan orman alanlarında eko turizm potansiyelinin kullanılması ile kamp ve karavan turizmine uygun alanlarda altyapının hazırlanması hedeflenmiştir. Bölge genelinde, butik otel, pansiyonculuk ve kırsal turizm tesislerinin geliştirilmesi diğer hedefler arasında yer almaktadır. Bu çerçevede, bölgeye ve bölge içi ulaşımın iyileştirilmesi öngörülmüş ve Bolu- Karabük- Kastamonu- İnebolu Bağlantısı ile Ankara-Çankırı-Kastamonu Bağlantısının geliştirilmesi hedeflenmiştir.

5.3. Bölgesel Kalkınma Planları

TR82 bölgesi kapsamında ilk bölgesel plan 2010 – 2013 dönemi için ve sürekli üreten, birlikte ilerleyen ve doğasıyla fark yaratan bir Kuzey Anadolu vizyonu ve canlı ve paylaşıma açık sosyal yaşam; Bilgiye dayalı ekonomi; Çok merkezli mekânsal örüntü; Korunan doğa kalkınma eksenleri çerçevesinde hazırlanmıştır (KUZKA, 2011). 2014 – 2023 dönemini kapsayan ikinci plan aynı vizyona sahiptir. Dolayısıyla bölgeye yönelik gelecek beklentilerinin temel çerçevesi aynı kalmıştır. Bir önceki planın öngördüğü eksenlerle ilintili olmakla beraber, toplumsal refah, yeşil çevre ve yaşanılabilir mekânlar ile potansiyelini değere dönüştürebilen ekonomi 2014-2023 Bölge Planında gelişme eksenini olarak belirlenmiştir (KUZKA, 2016a).

Söz konusu hedefler turizm sektörü ve özellikle Ilgaz Dağı Milli Parkı (MP) için özel önem içermektedir. ‘Potansiyelini Değere Dönüştüren Ekonomi’ amacına ulaşabilmesi için gerçekleştirilmesi öngörülen hedefler arasında “turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi” yer alırken, “Doğal Kaynakların Sürdürülebilir Kullanılması” “Yeşil Doğa ve Yaşanabilir Mekânlar”a ulaşabilmenin yolları arasında zikredilmektedir. Ayrıca, Sosyal Refah’ın sağlanması yolları arasında “Beşeri Kaynakların Geliştirilmesi” ile “Sivil Toplum Bilincinin ve Ortak İş Yapma Kültürünün Geliştirilmesi” önemli hedefler olarak belirlenmiştir (KUZKA, 2016a).

Özellikle “Potansiyelini Değere Dönüştüren Ekonomi” hedefi kapsamında bölgenin sahip olduğu kültürel ve özellikle doğal değerler çerçevesinde bölgede turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi hedeflenmiştir. Salt kapasitenin değil, kalitenin de artırılması ve turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılabilecek şekilde çeşitlendirilmesi de önemli amaçlar arasında yer almaktadır. Ayrıca, tekil gelişim yerine bölge içi potansiyelin yanı sıra komşu bölgelerle bütünleşebilecek rotaların geliştirilmesi amaçlanmıştır. Söz konusu hedefler, hem 11. Kalkınma Planı, hem de TTS

bağlamında ulusal politikalarla da paralellik göstermektedir. Bu kapsamda belirlenen izlemler (stratejiler) aşağıda belirtilmektedir;

- *Bölgede konaklama kapasitesi ve işletmelerin sunduğu aktivite çeşitliliği artırılacaktır.*
- *Turizm sektöründe hizmet kalitesi ve beşeri kaynak kapasitesi artırılacaktır.*
- *Yüksek turizm potansiyeli taşıyan alanların öncelikli olarak altyapıları geliştirilecektir.*
- *Bölge içi ve bölgeye yakın destinasyonlarla bütünleşecek turizm rotalarındaki yatırımlar desteklenecektir (KUZKA, 2016a).*

Bunların ötesinde, yöresel kültüre ve doğal kaynaklara dayalı özgün hediyelik ürünlerin tasarlanması ve üretilmesi ile tanıtım ve pazarlama çabalarının hem yurt içi hem de yurt dışında pazar odaklı olarak gerçekleştirilmesi de 2014-2023 Bölge Planı'nın ana hedefleri arasında yer almaktadır (KUZKA, 2016a).

5.4. KUZKA Kurumsal Stratejisi

5449 sayılı "Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun" uyarınca "kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak" (Resmi Gazete, 2006a) amacıyla kurulan Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı'nın Kurumsal Stratejisinde, Kastamonu ve Çankırı'da turizm yatırımlarının artırılması ana hedefler arasında yer verilmektedir. Ajans Kurumsal Stratejisi çerçevesinde belirlenen ve işbu çalışma kapsamında önem arz eden temel amaç ve hedefler aşağıda belirtilmektedir (KUZKA, 2019);

- **Şehir Tanıtım ve Markalaşmaya Katkı Sağlamak**
 - **Bölgenin tanınırlığını artırmak;**
 - *Bölgenin tanınırlığını artırmak;*
 - *Turizm tanıtım çalışmalarının etkinliğini artırmak.*
 - **Turizm altyapısının iyileştirilmesine katkı sağlamak**
 - *Turizm altyapısının iyileştirilmesine katkı sağlamak,*
 - *Turizmin canlanmasını sağlayacak destinasyonların fiziki altyapısını geliştirmek,*
 - *Turizme yönelik kamu yatırımlarının artırılmasını sağlamak.*
 - **Turizm ürün ve hizmet kapasitesinin iyileştirilmesine katkı sağlamak:**
 - *Turizm sektöründe insan kaynakları kapasitesini geliştirmek*
 - *Turizm ekosistemi üyelerine sürekli eğitim vermek*
 - *İşletme sahiplerinin, yöneticilerinin ve çalışanlarının vizyonlarını genişletici uygulamalar hayata geçirmek*
 - *Yöresel ürünlerin katma değerinin artırılmasını sağlamak.*

6. ILGAZ DAĞI MİLLİ PARKI

Kastamonu Merkez ve Çankırı Ilgaz ilçeleri sınırlarında yer alan (Şekil 7) ve 330 42' 18" - 330 45' 39" doğu boylamları ile 410 02' 55" - 410 05' 17" kuzey enlemleri arasındaki 1088,61 ha büyüklüğündeki alan, sahip olduğu doğal zenginlik nedeniyle 02.06.1976 tarihli Bakanlar Kurulu kararıyla Ilgaz Dağı Milli Parkı olarak ilan edilmiştir (UDGP Analitik Etüt Raporu). Ilgaz Dağı Milli Parkının 337,75 hektarı Çankırı, 750,86 hektarı Kastamonu sınırları içerisinde kalmakta olup her iki ilin İl Çevre ve Orman Müdürlükleri (AKS Planlama, n.d. (b)), Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri ve İl Jandarma Komutanlıkları yetkili ve sorumludur (UDGP Analitik Etüt Raporu).

1600-2200 m rakımlarında bulunan (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (a)) ve vadiler, yüksek eğimli yamaçlar, sırtlar ve doruklarla karakterize edilebilecek Milli Parkta, Karanlık Dere batı, Baldıran Dere kuzey ve kuzeydoğu, Baldıran Tepe, Şadımanın Tepe ve Kozançal Tepe ise güneydoğu ve güney sınırlarını oluşturmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (b)). 2587 m. yükseklikteki Büyükhacet ve Küçükacet tepeleri Milli Parkın zirve noktalarını oluşturmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (a)). Bu iki tepe haricinde ise Kozançal Tepe (2070 m), Karakeçilik Tepe (1999 m), Baldıran Tepe (1931 m), Şadımanın Tepe (1843 m), Haydarın Sırtı ve Arpasekisi Sırtı önemli yükseltilerdir (UDGP Analitik Etüt Raporu).

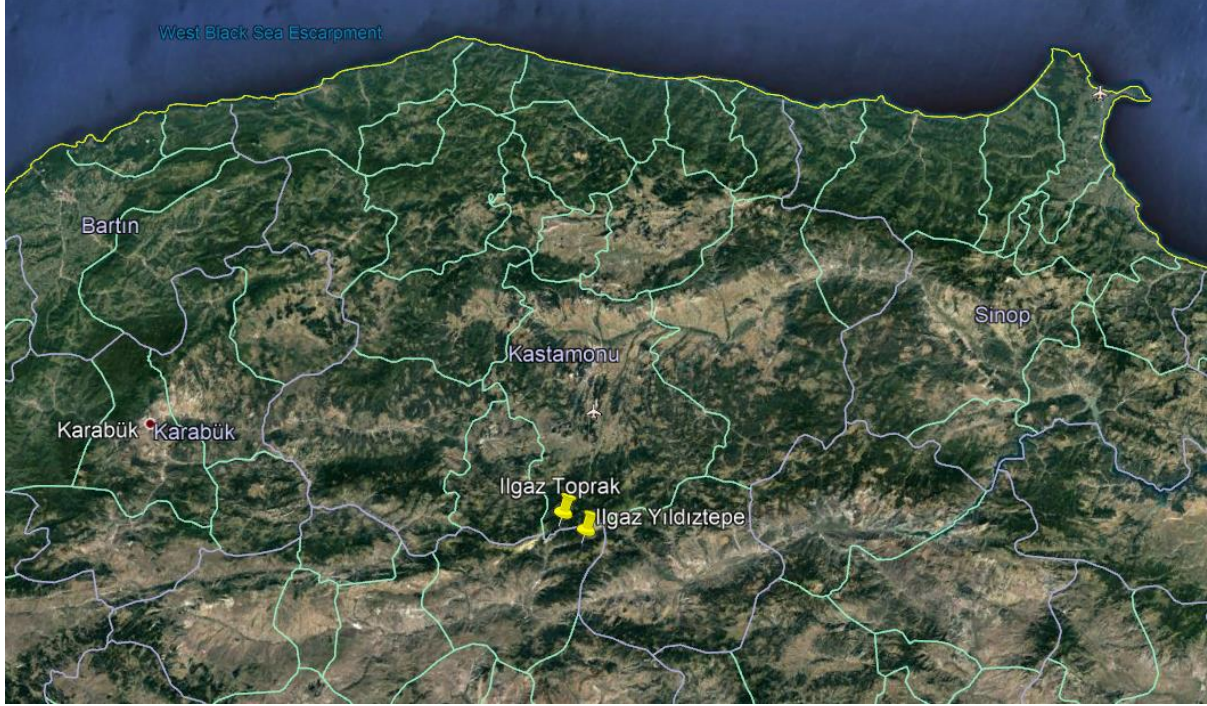
Ilgaz Dağı Milli Parkı, Çankırı merkeze 80 km, Kastamonu'ya 40 km uzaklıkta bulunan Milli Park Ankara'ya 200 km. ve İstanbul'a ise 553 km. mesafede bulunmaktadır. Milli Park'a otobüs seferlerinin yanı sıra İstanbul – Kastamonu arasında gerçekleştirilen doğrudan uçuşlar vasıtasıyla da ulaşabilmektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (b)). Faaliyete geçen Ilgaz Tüneli de özellikle Ankara üzerinden gelebilecek ziyaretçiler için ulaşımın daha da kolaylaşmasına, dolayısıyla cazibesinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi'ne şehir merkezinden sabah, öğle ve akşam olmak üzere ücretli servis hizmeti bulunmaktadır. Ayrıca Ilgaz kayak alanı ile Yurduntepe kayak alanı arasında saat başı servisler hizmet vermektedir (KUZKA).



Şekil 7. Ilgaz Dağı Milli Parkının ülke ve bölge içindeki konumu

Kaynak: (Harita Genel Müdürlüğü (2020)).

Bölgede meteorolojik parametrelere ilişkin Otomatik Meteoroloji Gözlem İstasyonu¹ (OMGi) vasıtasıyla ölçümlerin gerçekleştirildiği, 1488 metre rakımındaki Yıldıztepe Kayak Merkezi ve 1980 m. rakımdaki Ilgaz Toprak istasyonlarının (Şekil 8) verileri EK 2’de verilmektedir. Her iki istasyondaki verilerin süresi de 4-6 yıl arasında olması (Ilgaz Toprak istasyonuna ait veriler 2014 – 2019 yıllarını kapsarken, Yıldıztepe Kayak Merkezi istasyonu verileri ise 2015 – 2020 yılları arasındaki dönemi yansıtmaktadır) uzun yıllara sair analiz yapılmasını güçleştirse de bölgenin hava koşullarına ışık tutması açısından önem taşımaktadır.



Şekil 8. Ilgaz Toprak ve Ilgaz Yıldıztepe Meteoroloji İstasyonlarının yerleri

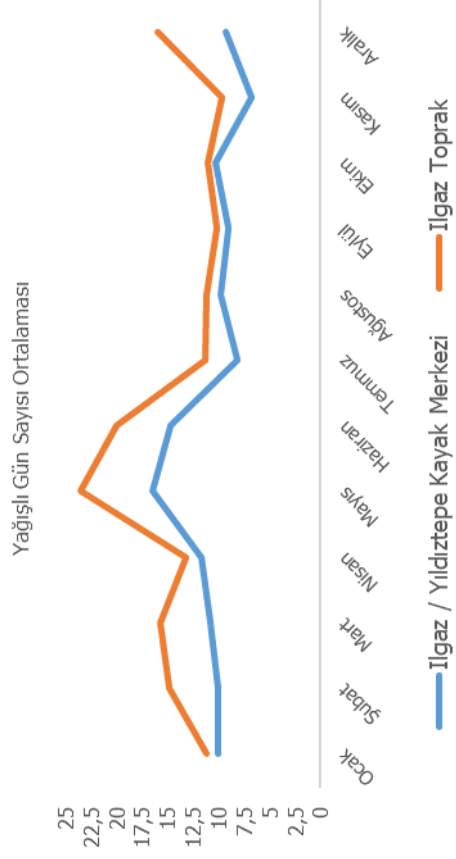
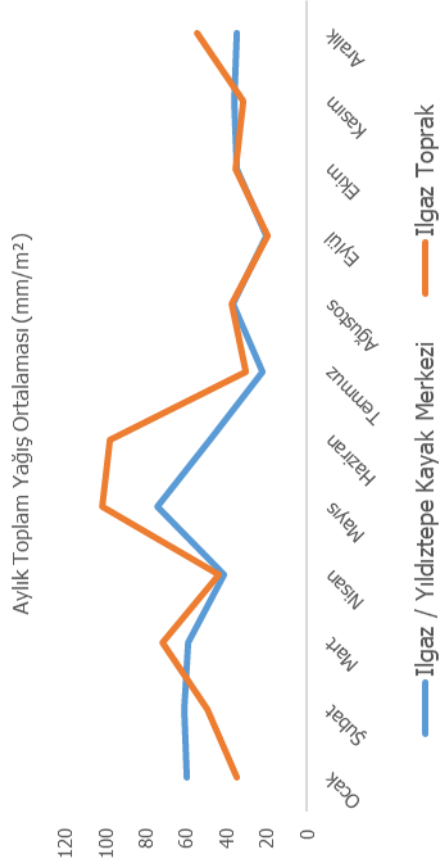
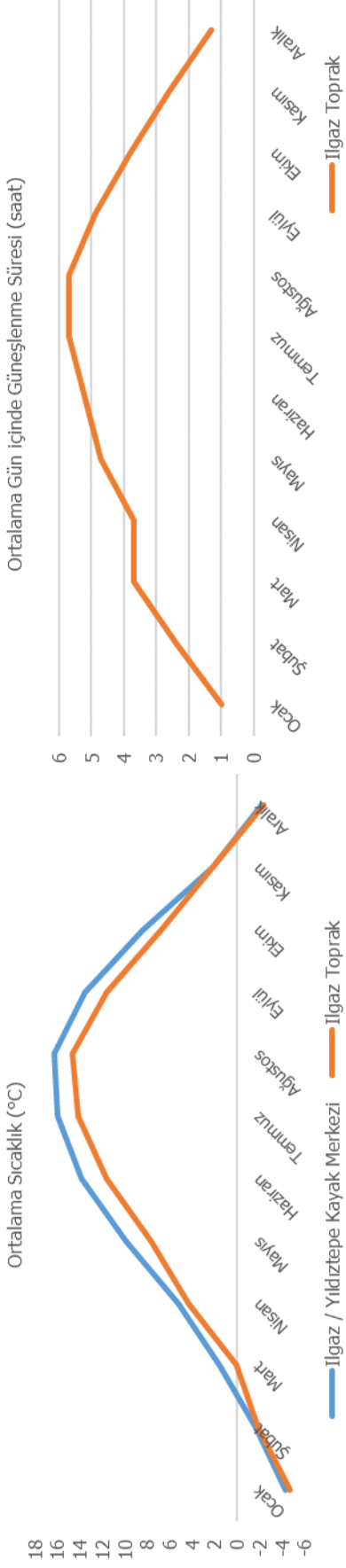
Kaynak: Google Earth programı kullanılarak elde edilmiştir

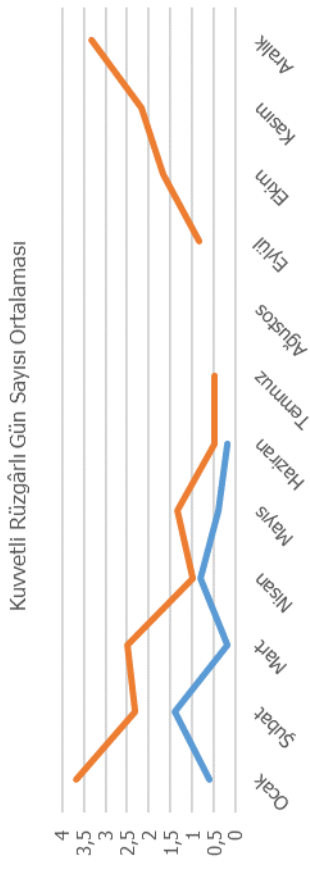
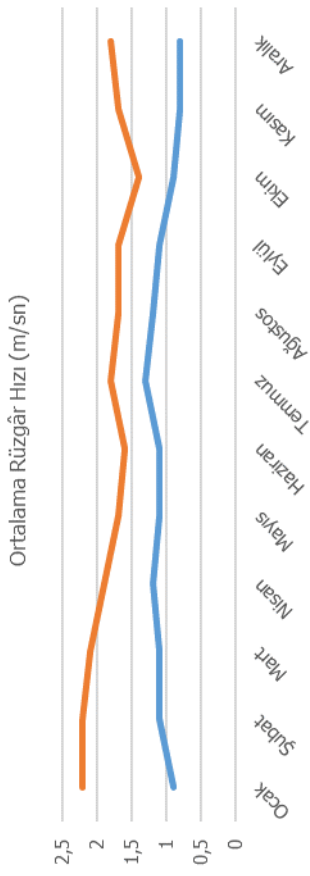
Şekil 9’da da görüldüğü üzere kış aylarının ortalama sıcaklıkları sıfırın altında seyrederken yaz ayları 15 derece civarında ortalama sıcaklık değerlerine sahiptir. Paralel şekilde güneşlenme süreleri de kış aylarında çok az iken, yaz aylarında 5-6 saat güneş görülebilmektedir. Ancak söz konusu güneşlenme süreleri açısından Yıldıztepe istasyonuna ait herhangi bir ölçüm bulunmamaktadır. Diğer bir ifade ile kış ayları bölge bulutlarla kaplı iken yaz aylarında da bulutlar bulunmakla birlikte güneşin görülebildiği süreler uzamaktadır.

Her iki istasyonun verileri Mayıs ve Haziran aylarının en yağışlı dönem olduğunu ve en az yağışın Kasım ayında gerçekleştiğini göstermektedir. Yağışlı gün ortalamaları, yıl boyunca bölgenin yağış alabildiğini ve aylar içinde yaklaşık 7- 24 gün boyunca ve 20 mm/m² (yani m²ye 20 kg) ile 102 mm/m² yağış yağdığına işaret etmektedir. Ancak, verilerin ait olduğu 2014 – 2020 döneminde, maalesef yağışların türüne ve özellikle kar yağışı miktarı ve karlı günlere ilişkin verilere ulaşılmamıştır. Bununla birlikte, yapılan görüşmelerde, son yıllarda özellikle kar yağışı miktarında azalma olduğu ve kar yağışının daha geç gerçekleştiği anlaşılmıştır. Söz konusu husus kış ve kayak turizmi açısından risk oluşturmaktadır.

¹ Otomatik meteoroloji istasyonları; elektronik sensörler vasıtasıyla meteorolojik parametrelerdeki değişimleri ölçen ve ölçümlerin ilgili merkezlere iletilmesini sağlayan ünitelerdir (Meteoroloji Genel Müdürlüğü, 2021)

Yaz aylarında rüzgârın düşük hızlarda olduğu, kış aylarında ise Yıldıztepe istasyonunda 1 m/sn, Ilgaz Toprak İstasyonunda 2,2 m/sn'ye ulaşabildiği anlaşılmaktadır. Söz konusu hızlar çok yüksek olmamakla birlikte, Ilgaz Toprak istasyonunun daha yüksek rakımda olması ve Yıldıztepe istasyonuna oranla daha yüksek hızdaki rüzgârların gözlenmesi, rüzgârın daha üst rakımlarda (mekanik tesislerin orta ve üst istasyonlarında ve dolayısıyla pistlerde) rüzgârın daha hızlı esebileceği ve dolayısıyla söz konusu hususun da kayak pistleri ve mekanik tesisler açısından önemle dikkate alınması gerektiği unutulmamalıdır. Benzer şekilde Ilgaz Toprak istasyonunda Aralık-Mart ayları arasında 2,3 – 3,7 gün arasında kuvvetli rüzgârın ölçülmüş olması bu hususun önemle göz önünde bulundurulması gerektiğini vurgulamaktadır.

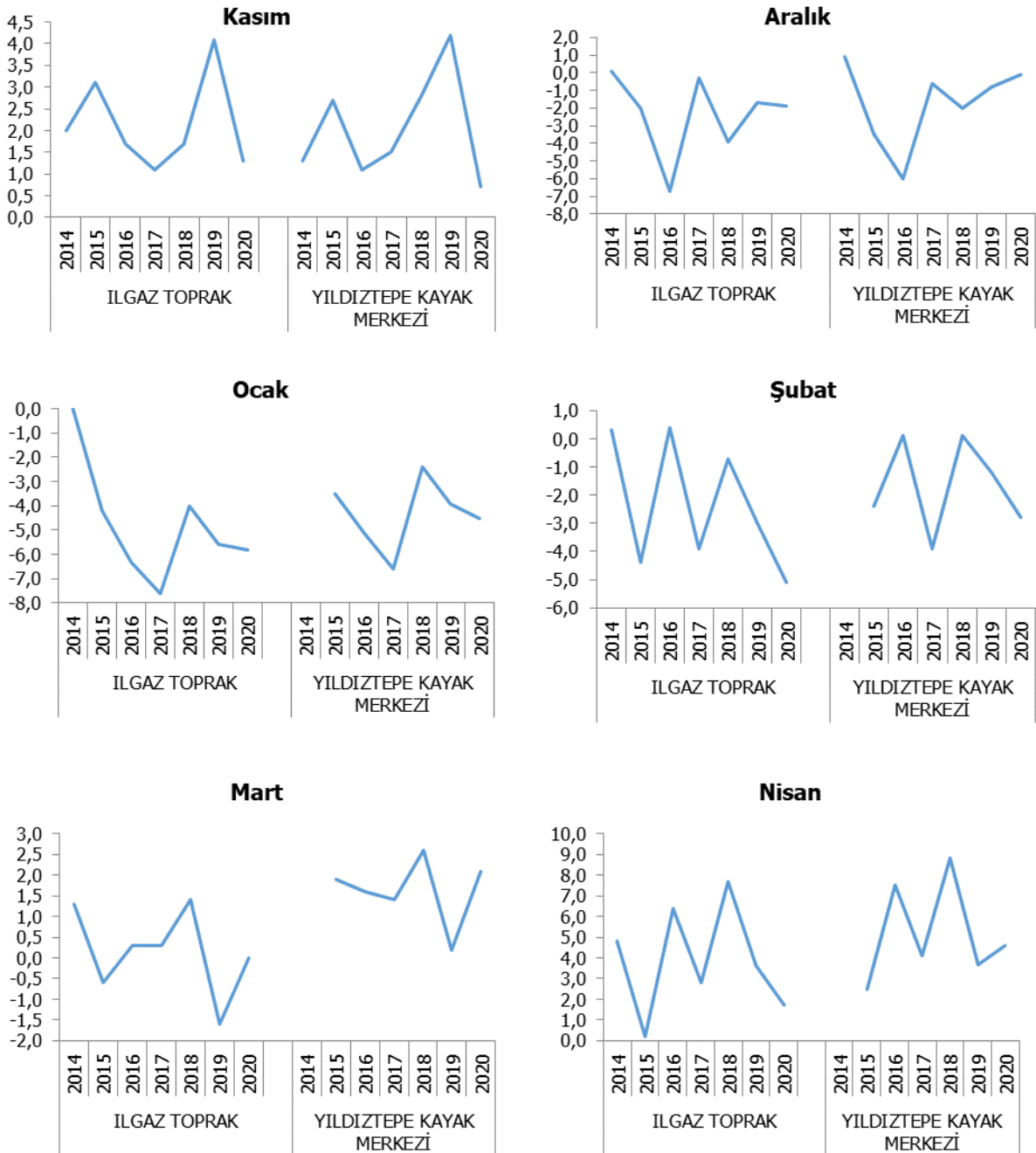




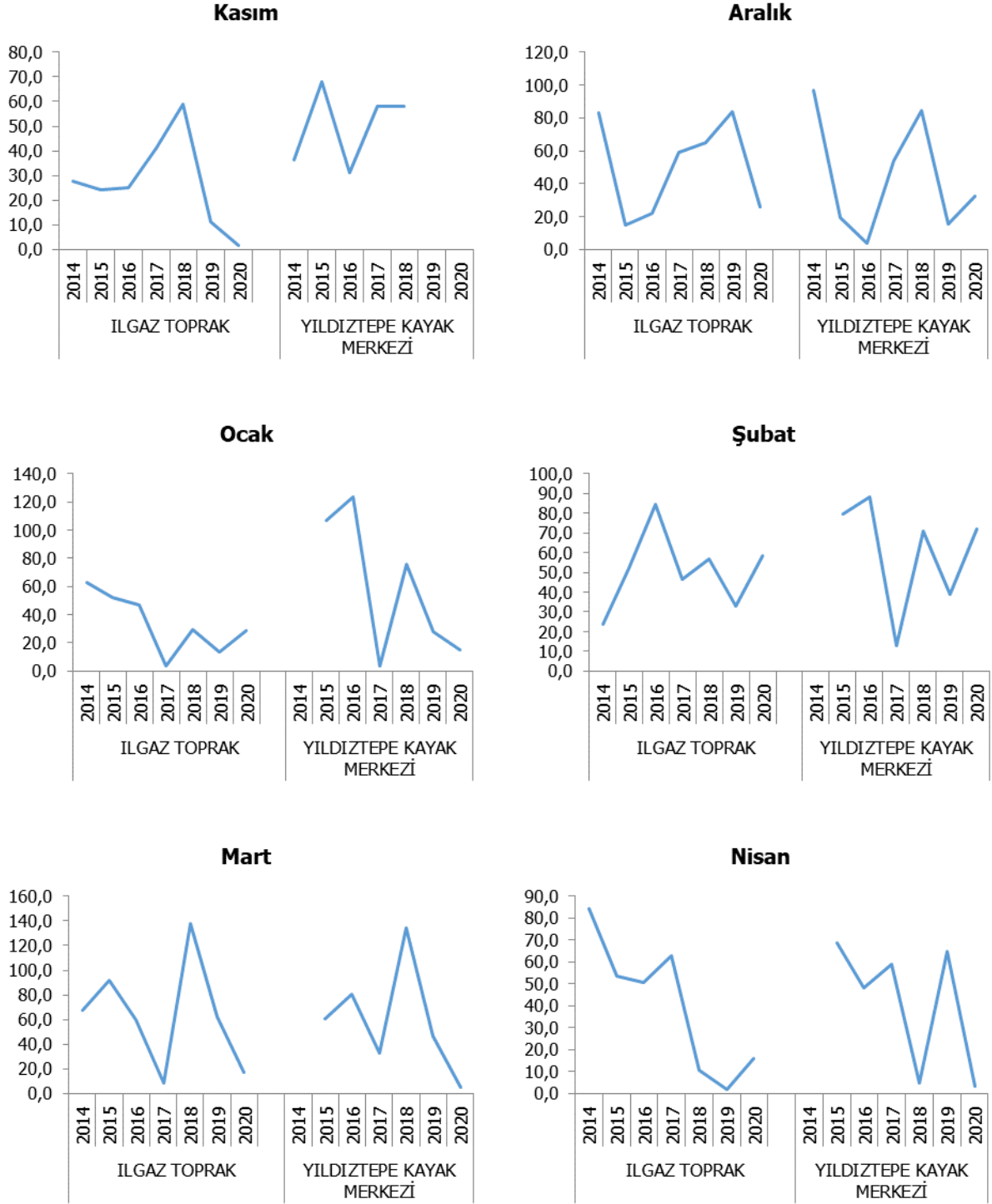
— Ilgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi — Ilgaz Toprak

Şekil 9. Yıldıztepe Kayak Merkezi ve Ilgaz Toprak meteorolojik istasyonlarına ait veriler

Kış sporları için önemli olan Kasım, Aralık, Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarının ortalama sıcaklıkları (Şekil 10) ve toplam yağış miktarları (Şekil 11) verilerinde yıllara sair değişimler incelendiğinde sıcaklıklarda yıllar itibariyle keskin değişimlerin olduğu, diğer bir ifade ile sıcaklık rejimlerinin durağan olmadığı yani iklimsel verilerin değişim içinde olduğu ve durağanlığa ulaşmadığı söylenebilir. Aynı şekilde yağış miktarlarının da (yağış cinsine ilişkin veri bulunmamakla birlikte) yine yıllar itibariyle keskin değişimler yaşadığı ve temel olarak incelenen aylar itibariyle özellikle son 2-3 yıldır genellikle belirgin bir azalma eğilimi gösterdiği söylenebilir. Ayrıca, her iki meteorolojik ölçüm istasyonunda da özellikle Aralık ve Ocak ayları için sıcaklıklarda yükselme eğilimi ile Mart, Nisan aylarındaki yağış miktarında azalışlar gözlenmesi de kayak sezonunun daha geç başlayacağına ve dolayısıyla daha kısa sürede sona ereceğine işaret etmektedir.



Şekil 10. 2014–2020 Yılları arasında Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Kasım ve Aralık Aylarının Ortalama Sıcaklıklarındaki Değişimler



Şekil 11. 2014–2020 Yılları arasında Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Kasım ve Aralık Toplam Yağış miktarındaki Değişimler

7. TURİZM DEĞERLERİ

Günümüzde kalabalık şehirlerde yaşayan insanlar, kalabalıktan uzaklaşma ve huzur bulmak için doğal ortamlarda tatillerini geçirme eğilimleri artmaktadır. Söz konusu eğilim tüm dünyada etkili olan COVID-19 salgını sonrasında çok daha belirgin olmuş durumdadır. Artık sağlık ve sağlıklı yaşam en kabul gören değer olarak algılanmaktadır. İnsanlar sürekli olarak zihinsel ve fiziksel sağlıklarını ve refahlarını optimize etmeye ve yaşamlarını bilinçli ve sağlıklı yaşamaya çalışmaktadırlar. Bu çerçevede, tatil, sağlığı korumak ve iyileştirmenin aracı olarak algılanmaya başlamıştır. Bu nedenle, sağlıkla ilgili endişeler daha fazla önem kazandıkça, sağlığı geliştiren/koruyan tatiller daha cazip olmaktadır (Borkmann, Klein, Lambertus, & Rief, 2016, s.24).

Eko turizm ve kırsal turizm ya da genel adıyla doğa temelli turizm faaliyetleri kırsal alanlarda, doğa içinde ve yerel halkla etkileşim/iletişim halinde yapılmasına ve turizm sektörünün 12 ay süresince aktif olmasına katkı sağlamaktadır. Bunun ötesinde, söz konusu turizm gelişimi tarım faaliyetleri dışında istihdam alanı dar olan kesimlerde ve özellikle kadınlar ve gençler için iş ve gelir imkânı oluşturmaktadır. Aynı şekilde, misafirlerin yerel kültürü öğrenmesi/anlaması ve yerel ile daha fazla etkileşimde olmasına da zemin hazırlamaktadır. Yerele köy pansiyonculuğu, yöresel ürünleri üretip satma, yerel rehberlik yapma gibi imkânlar sunmaktadır.

Ilgaz Dağı Milli Parkının coğrafi yapısı ve orman örtüsü çok çekici görseellikler sunmaktadır. Dolayısıyla Milli Parkın en önemli zenginliğinin doğal güzellikleri ve doğal yaşamı olduğu ifade edilebilir. Ayrıca, Milli Park, ülkemizdeki endemik alanlar arasında yer almaktadır. Milli Park içerisinde 51 familyaya ait 37'i Türkiye'ye özgü olmak üzere 234 tür ve takson bulunduğu tespit edilmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (b)). Örneğin Türkiye'ye endemik Uludağ göknarı (*Abies nordmanniana* (Stev.) Spach. subsp. *bornmülleriana* Mattf.) Ilgaz ormanında bulunmaktadır (AKS Planlama, n.d. (b)). Ayrıca, Ilgaz Dağı ve Kastamonu ile isimlendirilen (Ilgaz Çiğdemi, Ilgaz Orkidesi, Kastamonu karanfili gibi) endemik türler de barındırmaktadır. Diğer önemli türler arasında Ankara Çiğdemi, Arabis Abietina, Akyıldız, Arap Sümbülü, Gelincik, Siğir Kuyruğu, Genista Vuralii, Echium Orientale, Silene olimpica Boiss. sayılabilir (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (a)). Söz konusu endemik türlerin ötesinde 33 türü yenilebilir olan 220 mantar türünün Milli Park sınırları içerisinde bulunması günümüzde popülerliği artan mantar turları açısından potansiyel arz etmektedir (AKS Planlama, n.d. (b)).

Milli Park Karaca; Kızılgeyik, Kurt, Bozayı, Vaşak, Anadolu Sincabı gibi yaban hayvanlarına (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (a)) sahiptir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre av organizasyonlarına izin verilebilecek iller arasında Kastamonu, Çankırı illeri de yer almakla (KUZKA, 2016a) birlikte UDGP ile Milli Park alanı içerisinde her türlü kara avcılığının kesinlikle yapılmaması gerektiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu yaban hayvanların avlanmasından ziyade bölgenin zenginliği olarak korunması ve doğaseverler ile yaban hayatı gözlemlemek isteyenler için çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, Baldıran vadisindeki alabalık üretme istasyonları ile avlanma göletleri amatör olta balıkçılığı faaliyetleri için uygun imkânlar sunmaktadır.

Milli Park ev sahipliği yaptığı yırtıcı kuşlar nedeniyle Türkiye'deki 97 "Önemli Kuş Alanı'ndan birisidir (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (c)) ve 19 âdeti yerli, 14 âdeti yaz göçmeni, 1 âdeti ise geçit kuşu statüsünde olmak üzere 34 kuş türünü barındırmaktadır. Söz konusu kuş türleri arasında Siyah Leylek, Kumru, Üveyik, Kukumav, Kuyrukkakan, Cüce Sinekkapan, Saksagan, Dağ serçesi, Bahçe kızilkuyruğu, Tepeli toygar, Şahin, Bülbül, Kerkenez, Karatavuk, Yeşil Ağaçkakan, Akkuyruksallayan, Kuzgun, Siğircık, Kır Kırlangıcı, İbibik sayılabilir (Tarım

ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü , n.d. (e)). Kuşların ötesinde, alanda 74 farklı kelebek türünün yaşadığı tespit edilmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (f)).

Milli Park ziyaretçilere de botanik gezileri, dağ yürüyüşü (trekking), doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, dağ tırmanışı, koşu, fotoğraf çekimi, böcek, kelebek izleme/inceleme, yaban hayatı izleme, kamp, piknik (kontrollü alanlarda olmak kaydıyla) gibi pek çok alternatif sunmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (b)). Ayrıca, at binme, amatör balıkçılık, oryantiring, doğa macera parkı (özellikle çocuklara yönelik) gibi alternatif ürünler sunulmasına da imkân tanımaktadır.

8. ILGAZ MİLLİ PARKI VE KIŞ TURİZMİ

Milli Park sınırları içinde kalan ve yakınındaki alanlarda (Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi ve Kadınçayırı-Yıldıztepe Kış Sporları Turizm Merkezi, Yurduntepe kayak merkezi) kayak sporu imkânları bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kastamonu Çankırı Ilgaz Dağı KTKGB'yi ülkedeki faal kış turizm merkezleri arasında kabul ederken, Çankırı Ilgaz Kadınçayırı Yıldıztepe TM'nin ise kısmen faal olduğu belirtilmektedir (Şekil 1). Şekil 12'de ise kayak merkezlerinin fiziki konumları gösterilmektedir.



Şekil 12. Çalışma alanı içerisinde bulunan kayak merkezlerinin konumu

8.1. Konaklama Tesis Kapasitesi

Ilgaz Milli Parkı içindeki ve yakın çevresindeki kayak alanlarından Ilgaz TM ve Yıldıztepe'de konaklama imkânları bulunurken, Yurduntepe kayak merkezinde günübirlik hizmetler sunulmaktadır. Milli Park içerisinde ve çevresinde, 7'si (1 özel tesis, 6 kamu işletmesi²) Kastamonu, 4 tane de Çankırı illerinin sınırlarında olmak üzere toplam 11 (Kastamonu tarafında Başkent EDAŞ Misafirhanesi, Çankırı tarafında ise Ilgaz Doruk Otel kapalı olduğu için aktif 9) konaklama tesisi bulunmaktadır. MP sınırları dışında olmakla birlikte yakın çevresinde yer alan tesisler de dikkate

2 Ankara Üniversitesi Öğrenci Rehabilitasyon ve Eğitim Merkezi (ORSEM); Başkent EDAŞ Misafirhanesi; Jandarma Karakolu; Kış Şartlarında Hayatta Kalma Arama ve Kurtarma Eğitim Merkezi Komutanlığı; Tarım ve Orman Bakanlığı Biyolojik Çeşitlilik ve Doğal Kaynaklar Araştırma ve Eğitim Merkezi; Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Dağı Tesisleri.

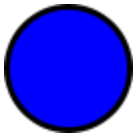
alındığında Ilgaz Dağı Milli Parkında misafirlerin hizmetine sunulan 555 oda ve 1316 yatak bulunduğu ve özellikle Ilgaz kayak merkezinde bulunan konaklama kapasitesinin önemli bir kısmının kamu kurumlarının tesislerinden oluştuğu (226 oda ve 546 yatak) belirtilebilir (Tablo 8).

Tablo 8. Ilgaz Dağı kayak merkezlerinin yatak kapasiteleri

		TÜR			Oda	Yatak
Kastamonu	Kamu Misafirhaneleri	Özel işletme (4*) (118 devre mülk oda, 145 otel odası)			263	540
		Ankara Üniversitesi Öğrenci Rehabilitasyon ve Eğitim Merkezi (ORSEM)	74	180		
		Jandarma Karakolu	12	34		
		Kış Şartlarında Hayatta Kalma Arama ve Kurtarma Eğitim Merkezi Komutanlığı	91	180	226	546
		Tarım ve Orman Bakanlığı Biyolojik Çeşitlilik ve Doğal Kaynaklar Araştırma ve Eğitim Merkezi	22	66		
		Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Dağı Tesisleri	27	86		
Çankırı	Belediye Belgeli	Derbent Motel	12	40		
		Ilgaz Otel	32	110	66	230
		Yıldıztepe Otel	22	80		
TOPLAM				555	1316	

8.2. Kayak Pistleri Kapasitesi

Kayak pistleri zorluk derecelerine, yani eğimlerine göre, IAKS3 adlı uluslararası sınıflandırma metoduna göre sınıflandırılmaktadır. Alplerde kullanılan ve pistlerin hangi seviyede kayakçılara uygun olduğunu göstermek için DIN 32912 ve Avusturya Standartlar Enstitüsü'nün ÖNORM S 4610 f normları referans alınmaktadır. Pistlerin eğimlerine göre zorluk dereceleri genellikle bir renk koduyla işaretlenir.



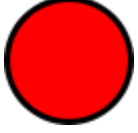
Mavi pistler boyuna ve enine eğimin %25'in altında olduğu pistlerdir. Açık arazide bu kritere uymayan ufak bölümler uygun kabul edilebilir. Kayağa yeni başlayanlar kayacakları pistlere kolayca ulaşabilmelidir. Bu pistler mümkünse hemen kayak merkezinin başlangıcında ve de ana mekanik tesis istasyonu yakınında öngörülmalıdır. Yeni başlayanlara yönelik kayak alanları/pistleri yetişkinler ve çocuklar için birbirinden ayrı yerlerde hazırlanmalıdır. Yeni başlayanlar için hazırlanan bu alanda birinci gün öğleden sonra veya ikinci günden itibaren rahatça ve güvenli bir şekilde çıkabilmeleri için halı taşıma bandı gereklidir.

Özetle, yeni başlayanlar için gerekli olan donanım ve hizmetler aşağıdaki gibidir:

- Alıştırmaya yönelik mekanik tesisler
- Halı taşıma bandı
- Çocuklar için hafif arazi oyunları
- Kayak okulu
- Kayak kiralama ve bakım servisi

³ IAKS: The International Association for Sports and Leisure Facilities (Uluslararası Spor ve Boş Zamanları Değerlendirme Yapıları Birliği)

- Isıtmalı restoranlar ve kafeler
- Çocuklara yönelik animasyonlar
- Tuvaletler
- İlk yardım servis birimi
- Geniş, düz ve iyi ezilmiş, buzlanmamış pistler

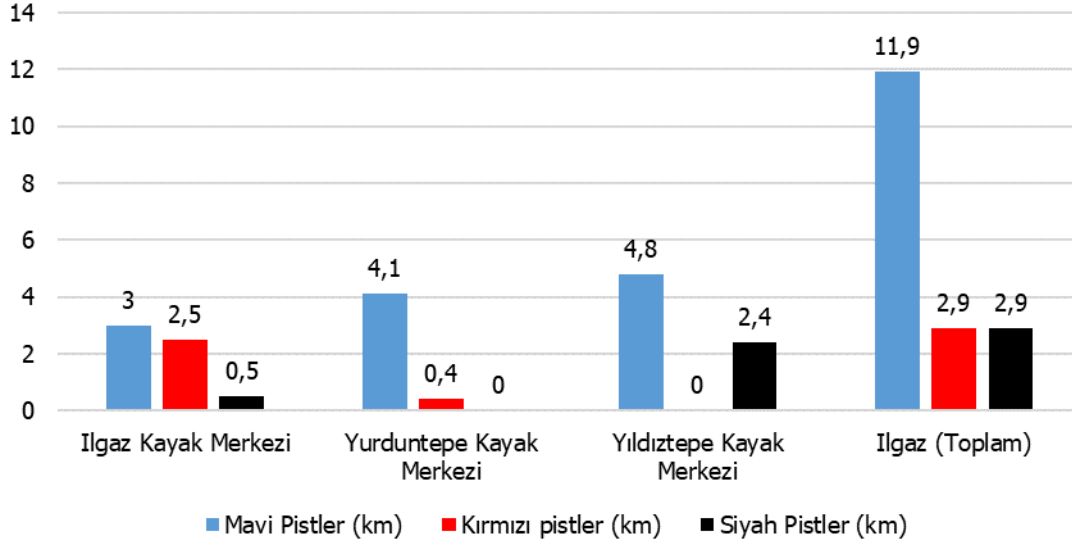


Kırmızı pistler boyuna ve enine eğimin %40'ın altında olduğu pistlerdir. Açık arazide bu kriteri uymayan ufak bölümler uygun kabul edilebilir. Bu seviyedeki kayakçıları memnun edebilmek için makinayla ezilmiş mavi ve kırmızı pistlerden oluşan bir karışımın sunulması gerekir. Pistlerin eğimi %40'a kadar olmalıdır. Pistlerin eğimi %40'ı geçtiği bölümlerde büyük kavisler yapılarak azaltılmalıdır. Bu grup Avrupa ve Amerika'da pazar payı olarak en kalabalık grubu oluşturmakta ve çok sayıda aileyi içermektedir. Bu hedef kitle için mekanik tesislerin modernliği ve hızı büyük önem taşımaktadır.



%40'lık eğimin üzerindeki zor pistler siyah renkle ifade edilir. Uzman kayakçıların bir merkezden beklentileri diğer seviyedeki kayakçılara göre çok daha fazladır. Dik ve uzun pistlerin yanında "carving" kayaklarının keyfini çıkarmak için ayrıca geniş pistler isterler.

İlgaz kayak merkezi 1750 ile 2010 m. arasında (rakım farkı 260 m) 6 km uzunluğa ulaşan pistlere sahiptir. Söz konusu pistlerin 3 km.si kolay, 2,5 km.si ise orta düzey eğime sahip (kırmızı renk) iken sadece 500 metre zorluk derecesi yüksek pist bulunmaktadır (Skiresort Service International GmbH, 2020). Misafirlerine 1500 – 1877 metre arasındaki rakımlarda kayak yapma imkânı tanıyan Yıldıztepe kayak merkezindeki pistlere ilişkin bilgiler www.skiresort.info sitesinde 4,8 km.si kolay, 2,4 km.si ise zor (siyah) şekilde 7,2 km. uzunlukta olarak gösterilmekte iken KUZKA tarafından hazırlanan çalışmada (KUZKA) 4700 ve 2000 metre uzunlukta olduğu belirtilmektedir. Yine KUZKA çalışmasında Yurduntepe Kayak Merkezi'nde 5600 metre uzunlukta orta ve orta-zor sınıflandırmasında sayılabilecek iki adet kayak pisti bulunduğu belirtilmekle birlikte www.skiresort.info sitesinde Yurduntepe kayak merkezinde pistlerin 1840 ila 2315 metre arasındaki rakımlara konuşlandığı ve uzunluğunun 4,5 km'yi bulduğu belirtilmektedir. Bu pistler arasında zorluk derecesi yüksek pist bulunmazken 4,1 km uzunluğundaki pistlerin eğimi %25ten azdır. Kalan sadece 400 metrelik pist ise %25 – 40 eğime sahiptir (Skiresort Service International GmbH, 2020). Yukarıda ifade edildiği üzere, farklı kaynaklarda kayak alanlarının pistlerinin uzunlukları ve zorluk derecelerine ilişkin bilgiler arasında da farklılıklar bulunduğu ve dolayısıyla bu konuda bir bütünlük sağlanamadığı belirtilmelidir.



Şekil 13. Ilgaz MP Kayak Merkezlerindeki Pistlerin dağılımları

Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde, Yıldıztepe kayak merkezi dışında, pistlerin eğimi ve uzunluğu nedeniyle orta-üstü ve ileri düzey kayakçılara hitap etmediği belirtilmelidir. Bununla birlikte, Ilgaz kayak merkezinin konumu ve çevresindeki metropoller ile yurtiçi kayak alanlarını ziyaret eden yurtiçi turistlerinin profili göz önüne alındığında, pazar konumlandırmasının iyi yapılabilmesi durumunda söz konusu durumun avantaja çevrilebileceği ve Ilgaz MP'ında ve yakın çevresinde bulunan kayak alanlarının, başlangıç ve orta düze kayakçılar ile aile ve grup ziyaretçiler için cazip imkânlar sunduğu belirtilebilir.

8.3. Mekanik Tesis Kapasitesi

Ilgaz kayak merkezinde www.skiresort.info sitesinin verileri uyarınca toplam kapasitesi 4.698 kişi/saat olan 2,7 km uzunluğunda 4 mekanik tesis bulunmaktadır. Söz konusu tesislerin 2 tanesi, her biri detachable (ayrılabilen klemensli) ve 4 sandalyeli olan mekanik tesislerdir. Teleski'lerin (T-bar) birisinin uzunluğu 892 m ve kapasitesi 1498 kişi/saat iken diğeri 760 m. uzunluğa ve 1200 kişi/saat kapasiteye sahiptir. Her iki teleski de LEITNER markadır. Diğeri 2 tesis sırasıyla 350 ve 655 m. uzunluklara ile 800 ve 1200 kişi/saat kapasiteye sahip olan iki adet T-Bar'dır (Skiresort Service International GmbH, 2020). Yurduntepe'de ise toplamda 2000 kişi/saat kapasiteye ve 3,3 km. uzunluğa sahip 6 ve 4 sandalyeli 2 adet detachable telesiyej (ayrılabilir klemensli) oluşan mekanik tesisler bulunmaktadır. 6 sandalyeli tesisin kapasitesi 500 kişi/saat ve uzunluğu 1200 m. iken 4 sandalyeli telesiyejin kapasitesi 1500 kişi/saat ve uzunluğu 2098 metreye ulaşmaktadır (Skiresort Service International GmbH, 2020). Her iki tesis de Bartholet markadır. Yıldıztepe'de bulunan ve STM marka olan mekanik tesisler birer adet telesiyej ve T-Bar'dan (Teleski) oluşmaktadır. Tesisler 2,2 km. uzunluk ve saatte 2300 kişi taşıma kapasitesine sahiptir. 1539 m. uzunluktaki 2 sandalyeli telesiyej 1200 kişi/saat kapasite üzerine inşa edilmişken günümüzde fiili olarak yaklaşık 700 kişi kapasite ile çalıştırılmaktadır. 650 m. uzunluktaki T-Bar'ın ise saatte 1100 kişi kapasitesi bulunmaktadır (Skiresort Service International GmbH, 2020).

Ilgaz Dağı Milli Parkı UDGP ile yeni (ama sınırlı alanlarda) mekanik tesisler ile kayak pistlerinin yapılabileceği ifade edilmektedir (AKS Planlama, n.d. (a)). Bu kapsamda

- 2 No'lu mevcut mekanik tesis ve pistinin herhangi bir şekilde uzatılmaması
- 3 No'lu mekanik tesis ve pistinin ise hâlihazır güzergâh üzerinde ve Gövrekli Sırtı'ndan Arpasekisi Sırtı'na ulaşan yola kadar uzatılabileceği

- 3 No'lu mekanik tesisin alt istasyonu ile Uzunyayladüzü mevki arasında yeni mekanik tesis yapılabileceği (1 No'lu mekanik tesis) (Ancak Milli Park yetkililerinin görüşleri çerçevesinde bu hattın yapılamayacağı yine plan raporlarında (UDGP Analitik Etüt Raporu) ifade edilmektedir.)
- 2. ve 3 No'lu mekanik tesis ve pistlerdeki yoğunluğu azaltmak için, 675 metre uzunlukta ve 3 No'lu mevcut kayak pistinin güneybatısı kısmında yer alacak yeni bir mekanik tesis ve pisti yapılabileceği (4 No'lu mekanik Tesis/Pist) ancak söz konusu tesis ve pistin Arpasekisi Yaylası'na ulaşmaması gerektiği (söz konusu pist ve mekanik tesise ilişkin izinlerin alındığı yine raporlarda (UDGP Analitik Etüt Raporu) zikredilmektedir)
- Ayrıca, Karakeçilik Tepe ile Kastamonu- Çankırı karayolu arasındaki bağlantıyı sağlamak üzere kuzeybatı – güneydoğu doğrultusunda 520 metre uzunluğunda diğer bir mekanik tesis ve pist (5 No'lu mekanik tesis/pist) oluşturulabileceği

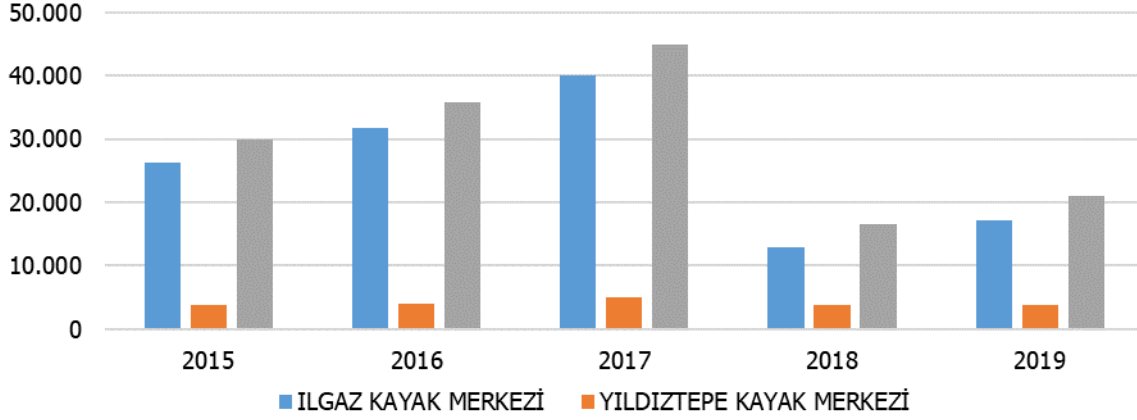
belirtilmektedir (AKS Planlama, n.d. (a)).

Bunun ötesinde, Yurduntepe kayak merkezinde ve ara istasyonda (2187 m. rakımda) sırasıyla 1454 m² ve 296 m² büyüklükte gününbirlik tesisler bulunmaktadır. Yıldıztepe'de alt ve üst istasyonda 840 ve 240 m² büyüklük ve toplamda 240 kişilik kapasiteye sahip kafeteryalar bulunmaktadır (KUZKA). Ilgaz kayak merkezinde ise konaklama tesislerinin lobi ve kafeteryalarından yararlanılabilmektedir.

Otopark imkânlarının ve kapasitesinin, Ilgaz Dağı Milli Parkı içi ve yakın çevresindeki kayak alanlarının üçü için de sorun oluşturduğu söylenebilir. Otopark konusunda konaklama tesislerinin de yer aldığı Ilgaz kayak merkezinde memnuniyetsizlik düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. Yurduntepe'de 2500 m² büyüklükteki otopark alanı bulunuyorken Yıldıztepe'de toplam 200 araç kapasiteli otopark imkânı bulunmaktadır. Ilgaz kayak merkezi oteller bölgesinde ufak kapasiteli otopark alanları bulunsun da özellikle kış ayları ve hafta sonlarında yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla, Milli park ziyaretçileri her boş bulduğu yere park etmekte ve bu durum hem hizmetlerin aksamasına yol açan bir düzensizliğe hem de görsel bir kirliliğe yol açmaktadır (UDGP Analitik Etüt Raporu).

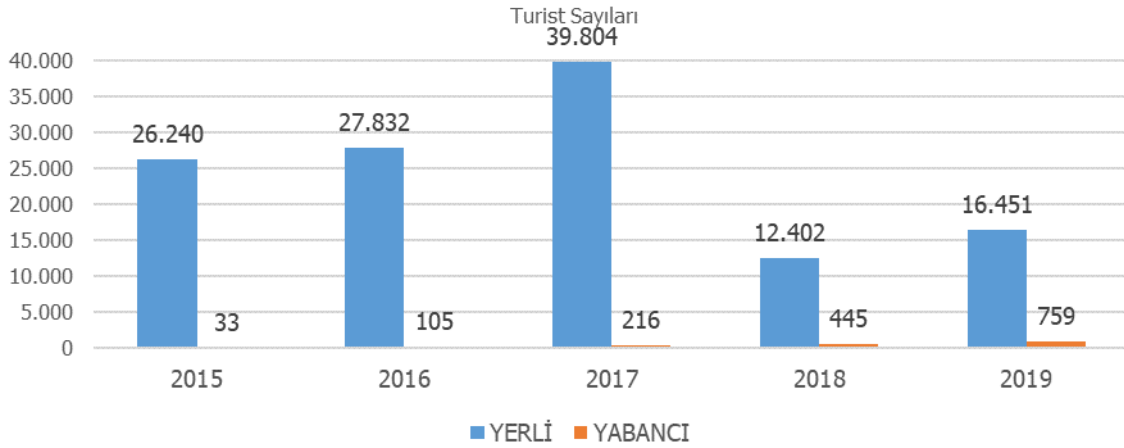
8.4. Turist Sayıları

Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü ile Ilgaz Kaymakamlığı'ndan elde edilen, konaklayan turistlere ilişkin veriler EK 3'te gösterilmektedir. Söz konusu veriler ışığında Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda konaklayanların büyük bir kısmının Ilgaz Oteller bölgesinde konakladığı Yıldıztepe kayak alanı misafirlerinin sayısının az ve yıllar itibarıyla durağan olduğu belirtilebilir (Şekil 14).

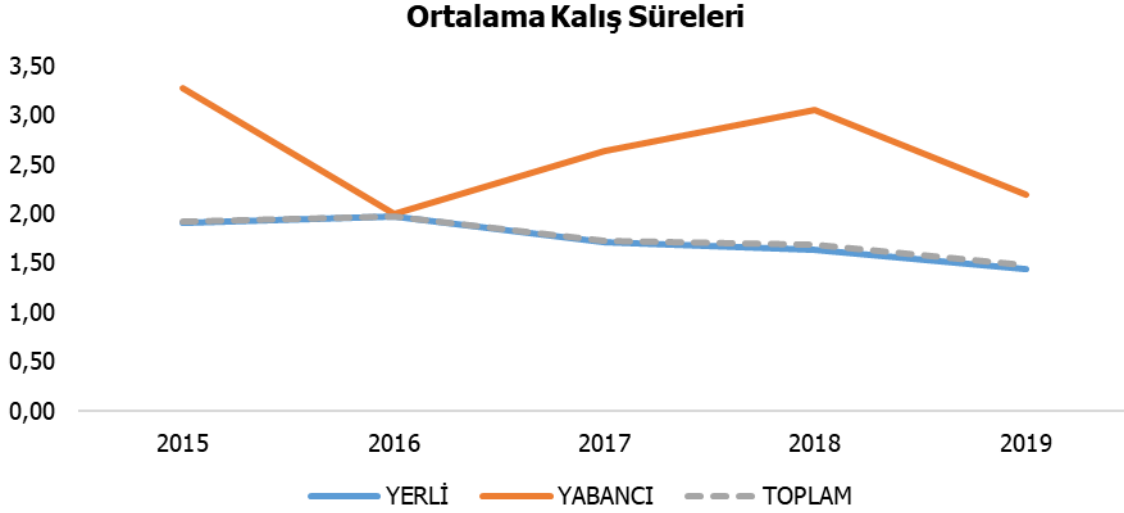


Şekil 14. Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezlerinde konaklayan turist sayıları

Ilgaz Kaymakamlığı'ndan elde edilen veriler sadece toplam turist sayısını içermekte olup yerli yabancı ayrımı ile turistlerin ortalama geceleme değerleri Ilgaz kayak merkezinde konaklayan turistler üzerinden yapılmıştır (gerçi turistlerin büyük bir çoğunluğunun Ilgaz kayak merkezinde konaklamaları nedeniyle, sonuçların Milli Park bütünü için genellenebileceğini belirtmek yanlış olmayacaktır). Turistlerin çok büyük bir çoğunluğunun yerli turistlerden oluştuğu ve yabancı turist sayısının çok az olduğu ancak yıllar itibariyle arttığı görülmektedir. Ilgaz kayak merkezi konaklama tesislerinde 2019 yılında 759 yabancı turist konaklamış olup bu rakam 2015 yılına göre 23 kat artış olduğunu göstermektedir. Onun ötesinde, veriler, yerli turistlerin ise yıllar itibariyle keskin düşüşler yaşamakla birlikte, düşüşlerin ardından genel olarak artış eğilimi gösterdiği söylenebilir. Dolayısıyla, Ilgaz MP'nin ziyaretçiler açısından cazibe ve çekiciliğinin artırılması ile ziyaretçi sayısının önümüzdeki dönemde de artacağı varsayımı rahatlıkla yapılabilir.



Şekil 15. Ilgaz Dağı MP'nda konaklayan yerli ve yabancı turist sayıları (2015 – 2019)



Şekil 16. Ilgaz Dağı MP'nda konaklayan yerli ve yabancı turistlerin ortalama kalış süreleri (2015 – 2019)

Bunun ötesinde, yerli turistlerin konaklama sürelerinin 2015 yılındaki 2 gecedan 2019 yılında 1,5 geceye düşmüş olması da (Şekil 16) daha kısa süreli konaklamaların yapıldığını göstermektedir. Bu veri, farklı şekillerde yorumlanabilir. Söz konusu bulgu, Ilgaz Dağı Milli Parkının, TR82 bölgesi geneline yönelik algıya benzer şekilde, bir geçiş noktası olarak algılandığı şeklinde yorumlanabileceği gibi misafirlerin yoğunluğunun Ankara, İstanbul gibi yakın metropollerden geldiği göz önünde bulundurulursa, misafirlerin hafta sonu ve/veya kısa süreli molalar için Ilgaz dağını tercih ettikleri şeklinde de yorumlanabilir. Bu kapsamda, günümüz turistlerinin “kısa süre içinde mümkün olduğunca çok aktivite yapma” eğilimleri nedeniyle insanların yeniden gelmelerini temin edecek şekilde ürün / etkinlik çeşitliliğinin artırılmasının gerektiği belirtilmelidir. Çok az sayıda olan yabancı turistlerin ortalama 2 – 3,3 gece konakladıkları ve konaklama sürelerinde yıllar itibariyle keskin değişimler olduğu ve görülmektedir.

9. PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ

Bu bölümde, Milli Park içinde ve yakın çevresinde bulunan işletmeler ile Milli Park konusunda yetkili kurum ve kuruluşlarla yapılan görüşmelerde dile getirilen görüşler ve daha önceki çalışmalarda belirlenen hususlar ışığında yerli halkın alana yönelik görüş ve beklentileri açıklanacaktır. Ayrıca, alana ilişkin daha önce yapılmış çalışmalar, akademik yayınlar ve çevrimiçi rezervasyon/turist yorumları sitelerinde misafirlerin ifade ettikleri hususlar üzerinden, turistlerin alana ilişkin görüşlerinin analizi de bu bölümde yer almaktadır.

9.1. Kamu Kurumları ile Turizm İşletmelerinin Yetkilerinin Görüşleri

8-10 Şubat 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen saha ziyareti esnasında Ilgaz Milli Parkı'nda yetkili ve sorumlu kurum ve kuruluşlar ile konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin yetkilileri ile görüşmeler yapılmış olup temelde aşağıda belirtilen hususların dile getirildiği gözlenmiştir;

- Pek çok kamu kurumunun tesisi öncelikle kurum personeline hizmet vermekle birlikte kurum dışı kişilerde konaklayabilmektedir. Ancak özellikle askeri kurumlara ait tesisler (Jandarma Karakolu ve Kış Şartlarında Hayatta Kalma Arama ve Kurtarma Eğitim Merkezi Komutanlığı tesisi) sadece kurum personeline hizmet vermektedir.

- Ziyaretçilerin büyük bir kesimini aileler oluşturmaktadır. İkinci büyük grubu arkadaşlarıyla gelenler oluşturmaktadır.
 - Çocuklarıyla birlikte gelen misafirler çocukların güvenli ve keyifli vakit geçirebilecekleri etkinlik istemektedirler.
 - İlgaz Dağı Milli Parkı'nın potansiyelinde yeterince yararlanılmamaktadır.
 - Milli Park hem kış aylarında hem de bahar ve yaz aylarında misafirleri cezbedecek unsurlara sahiptir.
 - Milli park ziyaretçileri, park içinde herhangi bir hizmet (özellikle yaz aylarında) olmamasından dolayı, verdikleri paranın karşılığını alamadıklarını düşünmektedirler. Dağdaki tesislerinin çoğunluğunun kamu kurumu olması ve ekonomik olarak kayıp yaşama riski bulunmadığından yenilik yapma niyetleri ve kapasiteleri bulunmamaktadır. Özel sektör girişimcisinin sayısının artması durumunda ürün ve hizmet çeşitliliği de daha kolay artacaktır.
 - Özel sektör temsilcileri de karlılıklarının yüksek olmamasının yanı sıra güncel piyasa koşulları nedeniyle yeni yatırımlara yönelememektedir.
 - Özellikle son yıllarda kış sezonu kısalmaktadır. Normalde aralık ayı gibi başlayan kayak dönemi, yavaş yavaş Ocak ortasına doğru kaymaktadır.
 - Milli Park bütünü içinde açık hava ve kapalı ortam aktivite çeşitliliğinin azlığı / eksikliği misafirlerin memnuniyetsizliğinde önemli rol oynamaktadır.
 - Kamusal hizmetlerde (özellikle sağlık hizmetleri) eksiklikler bulunmaktadır. Sezonda yaşanan kazalara müdahale edebilecek nitelikte bir sağlık biriminin kurulması yararlı olacaktır.
 - Tesis (özellikle konaklama) kapasitesi artırılmalıdır.
 - Özel (en azından yarı özel – yarı devlet sahipliğine sahip) işletme sayısı artırılmalıdır.
 - Pistler ve mekanik tesisler yoğun dönemde yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla pistlerin çeşitlendirilmesi ve uzunluğunun artırılması ve mekanik tesis kapasitesinin yükseltilmesi gerekmektedir.
 - Bölgede özellikle yaz aylarında yapılmak üzere trekking ve dağcılık rotaları ve altyapısı oluşturulmalıdır.
 - Özellikle bölge insanının ve gelen misafirlerin kullanımına açık piknik alanları düzenlenmelidir.
 - Hem günübirlikçiler hem de konaklayan misafirlerin araçları ile gelmeleri nedeniyle özellikle yoğun dönemlerde otopark büyük sorun oluşturmakta ve ayrıca görsel kirlilik yaratmaktadır. Uygun alanlarda yeni otopark alanları düzenlenmelidir.
 - Bölgenin tanıtımı eksiktir. Hedef pazarlara odaklanmış etkili, bütüncül ve stratejik bir tanıtıma ihtiyaç bulunmaktadır.
 - Bölgede yetkili kurumlar bir şeyler yapmaya çalışıyorlar ancak koordinasyon problemi bulunuyor.
 - Bölgede çalışmaları koordine edecek bir oluşuma ihtiyaç bulunmaktadır. Söz konusu oluşum dağdaki tüm unsurları içermelidir. Dolayısıyla hem Kastamonu hem de Çankırı illerindeki paydaşları buluşturan bir oluşum yararlı olacaktır.
 - Söz konusu oluşumda
 - Valilikler,
 - Doğa Koruma ve Milli Parklar Müdürlüğü
 - Orman Bölge Müdürlüğü
 - Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri
 - Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri
 - Üniversiteler (turizm ile ilgili bölümler)
 - Sivil Toplum Kuruluşları
 - Bölge köylerin muhtarları vs.
- yer almalıdır.

Dolayısıyla, görüşülen kişilerin bölgenin sorunlarına hâkim olduğu ve çözüm yollarına ilişkin ortak görüşlerin olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, işletmelerin ve kurumların çok azında turizm eğitimi ve uzun yıllara dayanan tecrübeye sahip yönetici / çalışan olduğu göze çarpmıştır. Bu husus özellikle "Bölgede turizmi geliştirmek adına neler yapılmalı? Müşteri memnuniyetini arttırmak için ne tür turizm çeşidi / aktiviteleri geliştirilmesi?" sorularına verilen cevaplarda net olarak ortaya çıkmıştır. Söz konusu sorulara derinlemesine cevaplar nadiren verilebilmiştir. Dolayısıyla, ister kamu kurumu, isterse özel işletmeler olsun turizm profesyonellerinin görevlendirilmesi hususunun da olumlu bir adım olacağı ifade edilmelidir.

9.2. Yerel Halkın ve Ziyaretçilerin Görüşleri

Turizm planlama literatüründe, yerel halkın sahiplenmesi ve desteği olmadan gerçekleştirilen hiçbir turizm uygulamasının sürdürülebilir olmadığı ve turizm gelişiminden asıl yararlanması (ve onu sahiplenmesi) gereken kesimin yerel halk olması gerektiği sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu kapsamda, turizm planlama süreçlerine yerel halkın etkin bir şekilde dâhil olması ve turizm gelişimi ile yerel halka ekonomik ve sosyal faydalar sağlanmasına özel önem verilmesi gerekmektedir. UDGP plan çalışmaları kapsamında yapılan araştırma ve görüşmelerde yerel halkın kendilerinin Milli Parktan dışlandıklarını hissettikleri ve hatta hayvanlarının otlatılmasına bile izin verilmediğini ifade etmiş olmaları alanın gerçek sahiplerinin Milli Park'a yabancılaştığı (ve dolayısıyla sahiplenme ve koruma güdülerinin azaldığı) belirtilebilir. Bunun ötesinde köylüler, Milli Park'ta yürütülen çalışmaların kendilerine ekonomik getirisi olmadığını da ifade etmişlerdir. Bu çerçevede beklentileri ise, köy gençlerinin Milli Park'taki tesislerde istihdam edilmesi, yöresel ürünlerinin satılabilmesi, turistlerin köylerinde konaklamasına yönelik çalışmalar sonucunda onlara da gelir imkânı oluşturulmasıdır (UDGP Analitik Etüt Raporu).

Takip eden paragraflarda misafirlerin Ilgaz Dağı geneline ve özellikle kayak imkânlarına ilişkin görüşleri, UDGP çalışmaları kapsamında yapılan görüşmeler ve KUZKA tarafından gerçekleştirilen *Ilgaz Dağı Kış Turizm Unsurları Memnuniyet Araştırması Raporu* ve Ayaz ve Sorgun (Ayaz & Sorgun, 2020) tarafından çalışmanın sonuçlarına dayanılarak belirtilmektedir.

UDGP raporuna göre, Milli Parkı en çok Ankara ve İstanbul sakinlerinin ziyaret ettiği, 3. sırada ise Kastamonu'dan ziyaretçilerin bulunduğu ifade edilebilir. Kastamonulular da çok yoğun ziyaret etmemekle birlikte maalesef, Çankırlı ziyaretçilerin oranının çok düşük olduğu, diğer bir ifade ile Çankırlıların Milli Parkı çok sahiplenmedikleri ve kullanmadıkları söylenebilir.

Ziyaretçilerin 1/4'ü MP'a her mevsim geldiklerini ifade etmelerinin ötesinde %70 gibi büyük bir kesim alanı kış aylarında ziyaret etmektedir. Dolayısıyla alanın kış sporları açısından bilinirliğinin iyi olduğu ifade edilebilir. Ilgaz Dağı Milli Parkı misafirleri arasında Ilgaz kayak merkezini ziyaret edenlerin 2/5'i, Yurduntepe ve Yıldıztepe kayak merkezlerini ziyaret edenlerin ise yaklaşık 1/4'ü alanı kayak yapmak amacı ile ziyaret etmekte olup, ikinci büyük grubu ise kentsel alanlardan uzaklaşarak doğa ile iç içe olmak isteyenler oluşturmaktadır. Sonrasında ise, doğa yürüyüşü yapmak isteyenler, yöreyi tanımak ve fotoğraf için gelenler ile piknik yapmak için gelenler sıralanmaktadır. Ayrıca, ziyaretçilerin yaklaşık 1/10'u kayak sporu ile doğa yürüyüşü yapmak amacıyla bölgeyi ziyaret ettiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde MP içerisinde ziyaretçilerin ilgisini en çok, kayak alanları ve tesisleri ile manzara seyir noktaları ve Baldıran Vadisi (ki ziyaretçilerine kamp yapma imkânı da tanımaktadır) çekmektedir. Dolayısıyla, bölgenin öncelikle kayak yapmak amacıyla ziyaret edildiği ancak doğal güzelliklerinin de bu amaca eşlik ettiği söylenebilir. Diğer bir deyişle alanı sadece kayak alanı olarak düşünüp planlamaktan ziyade hem kış hem de yaz aylarında açık hava faaliyetlerinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Misafirler alanda spor tesislerinin, yürüyüş yolları ve manzara seyir alanlarının yanı sıra piknik ve kamp alanlarının ve otopark alanlarının yetersiz olduğunu ifade etmektedir. Ayaz ve Sorgun (2020) otopark sorunun ötesinde ulaşım altyapısının da sorun olarak algılandığını ifade etmektedir. Bunun ötesinde, günübirlik kullanımlar açısından misafirler piknik masalarının, su ve aydınlatma imkânlarının, çöp kutusu ile tuvalet imkânlarının da çok yetersiz olduğunu ifade etmektedirler.

KUZKA tarafından yapılan çalışmada, misafirlerinin 4/5'inin günübirlik geldiği kayak alanlarına ilişkin genel memnuniyet düzeyleri incelendiğinde Yurduntepe kayak merkezine ilişkin memnuniyetin %64 civarında ve Ilgaz ile Yıldıztepe'ye oranla daha yüksek olduğu belirtilmektedir (KUZKA). Pistler ve mekanik tesisler açısından misafir memnuniyeti açısından tesislerin yeni olmasından da kaynaklanacak şekilde Yurduntepe kayak merkezi ön plana çıkmakta olup maalesef diğer iki kayak merkezi, her iki hususta da tatmin edici bir memnuniyet düzeyi sağlamaktan çok uzaktadırlar. Mekanik tesislerin kapasitesi konusunda Yıldıztepe kayak alanını kullananların %84' memnun iken bu oran Ilgaz kayak alanında %41, Yıldıztepe'de ise %61 civarındadır. Mekanik tesislerin konforu açısından ise yine Yurduntepe ziyaretçilerinin 3/4' memnunken, Yıldıztepe misafirlerinin yarısı ve Ilgaz kayak alanı kullanıcılarının ise sadece 0,4'nn memnun olduğu görülmektedir (Tablo 9).

Bununla beraber, misafirlerin kayak pistlerini en yoğun kullandığı kayak alanının %35 oranı ile Ilgaz kayak alanı olduğu ancak pistlerin uzunluğu, kapasitesi ve güvenlik önlemleri açısından yine Ilgaz Kayak merkezi kullanıcılarının memnuniyet düzeyinin çok düşük olduğu ifade edilmektedir. Bunun tesinde, Yurduntepe kayak alanı pistlerini kullananların memnuniyet düzeylerinin çok daha yüksek olmasına rağmen, Yurduntepe ve Yıldıztepe ziyaretçilerinin sadece 1/10'u ve 1/5'inin pistleri kullandığının belirlenmesi alanda kafeterya ve bakı noktası gibi kayak dışı hizmetlerin de sunulmasının kayak alanları için özel önem içerdiğine işaret etmektedir. Benzer şekilde, Ayaz ve Sorgun, Ilgaz Dağı kayak merkezlerini ziyaret eden turistlerin alışveriş imkânlarının kısıtlı olduğunu belirttiklerine vurgu yapmaktadır. Veriler misafirlerin %90'unun kayak yapmadığını ve dolayısıyla mekanik tesisleri alanın güzelliğini seyredilemek ve alanda vakit geçirmek için geldiklerini göstermektedir.

Tablo 9. Ilgaz Dağı kayak alanları ziyaretçilerinin mekanik tesis ve pistlerden memnuniyet düzeyleri

Memnuniyet Oranları (%)				
Kriterler	Ilgaz	Yıldıztepe	Yurduntepe	
MEKANİK TESİSLER	Kapasite	41,2	61,1	84,1
	Hat Sayısı Yeterliliği	40,5	63,9	76,8
	Konfor	40,5	49,3	92,8
	Bekleme Süresi	36,6	45,4	82,6
	Bilet Fiyatı	28,8	48,6	58,0
	Genel Memnuniyet	46,4	66,0	91,2

Memnuniyet Oranları (%)				
Kriterler	Ilgaz	Yıldıztepe	Yurduntepe	
PISTLER	Uzunluk	22,5	62,2	88,0
	Kapasite	18,3	53,3	62,5
	Kar Kalitesi	56,3	66,7	75,8
	Güvenlik Önlemleri	39,5	48,9	50,0
	Genel Memnuniyet	42,3	68,9	81,3

Kaynak: (KUZKA (n.d.))

Çalışmada, misafirlerin kayak alanlarının ve bilgilendirme hizmetlerinin yetersiz olduğunu ifade etmelerinin ötesinde, kayak yapmanın dışında kaliteli vakit geçirmelerini sağlayacak olan açık alan eğlence olanakları ve çocuk oyun alanlarının eksikliği de vurgulanmıştır. Paralel şekilde, konaklama imkânları ile yeme içme tesislerinin de sayısının ve hizmet kalitesinin artırılması gerektiği misafirlerin görüşlerine yansımıştır. Ayrıca, misafirlerin kayak tesisleri ve kafelerdeki ürünlerin ve kayak eğitimi fiyatları konusunda şikâyetçi oldukları belirtilmektedir.

Misafirlerin görüşlerinin derlenmesi amacıyla yukarıda sonuçları özetlenen çalışmaların dışında çevrimiçi turizm siteleri üzerinden yapılan değerlendirmeler de analiz edilmiştir. Bu kapsamda, 25.01.202 tarihi itibarıyla www.tripadvisor sitesinde Ilgaz Dağı Milli Parkı, Ilgaz Kayak Merkezi ve Yıldıztepe Kayak Merkezi başlıkları altında yapılmış olan toplam 86 (sırasıyla 54, 19 ve 13) değerlendirmenin yanı sıra, uluslararası ortamda turistler tarafından yaygın olarak kullanılan www.expedia.com ile www.trivago.com.tr sitelerinde yapılan (çok az sayıdaki tesis üzerinden) değerlendirmeler analiz edilmiştir. Değerlendirmelerin ışığında; Ilgaz Dağı Milli Parkını ziyaret edenlerin çoğunluğunun ailesiyle ve/veya arkadaş grubuyla seyahat ettiği ve Milli Parkın doğal güzellikleri yönünden bilindiği ve büyük bir beğeni topladığı belirtilebilir. Yorumlarda yer alan "Kesinlikle gidilip görülmesi gereken bir yer", "Muhteşem doğasıyla oksijen deposuyla müthiş", "Temiz hava ve huzur arayanların gitmesi gerek" ve "Yoğun çam ağaçları ve kuş civıltılarıyla kendinizden geçeceksiniz" gibi ifadeler bunu net olarak ortaya koymaktadır. Söz konusu doğal güzelliklerin kayak turistleri açısından da cazibe unsuru olduğu "Kayak yapmayacaksanız bile, karda yürümek şahane", "Teleferiğe binip, manzarayı izlemek harika" gibi ifadelerden anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, bölgenin en önemli çekicilik unsurunun doğal güzellikleri olduğu belirtilebilir. Aynı şekilde, metropollere (özellikle Ankara'ya) yakınlığı da misafirlerin vurguladıkları unsurlar arasında yer almaktadır.

Kayak turistleri ise tesislerin diğer kayak merkezlerine nazaran daha ekonomik olduğunu ve eğitmenlerin nitelikli olduğunu ifade etmelerinin ötesinde pistlerin çok çeşitli ve uzun olmadığını ve özellikle acemiler ve yeni başlayanlar için uygun olduğunu belirtmektedirler. Ayaz ve Sorgun da (2020) bu bulguya paralel bir şekilde Ilgaz Dağı ziyaretçilerinin yaklaşık %40'ının kayak sporunu ilk kez Ilgaz'da deneyimlediklerini ifade etmektedir. Pistlerin ve mekanik tesislerin kapasitelerinin yetersizliği de sıklıkla ifade edilen unsurlar arasında göze çarpmaktadır. "Daha farklı pistler görmek istiyorsanız Kastamonu tarafı eğer daha az sıra beklemek istiyorsanız da Çankırı tarafını öneririm" yorumu bunu net olarak vurgulamaktadır.

Diğer taraftan, bölgede kış aylarında kayak haricinde yapılabilecek etkinliğin sayısının çok kısıtlı olmasının, gece eğlencelerinin/aktivitelerinin bulunmamasının yanı sıra yaz aylarında tesislerin kapalı olduğu ve yapacak hiçbir şeyin bulunmadığı da sıklıkla dile getirildiği tespit edilmiştir. Ayrıca, tesislerde temizlik ve güvenliğe yönelik eksikliklerin bulunduğu ve özellikle pistlerin ve mekanik

tesislerin binif ve iniflerde güvenlik önlemlerinin arttırılması gerektiği zikredilmiştir. Aynı Şekilde kayak malzemelerinin kiralama alanlarının pistlere ve mekanik tesislere uzak olduğu ve verilen hizmet kalitesinde sorunlar bulunduğu da yapılan yorumlar arasında yer almaktadır.

Özellikle www.expedia.com ve www.trivago.com.tr sitelerinde yapılan yorumlar ve değerlendirmelerde (söz konusu yorumların çok az sayıda olduğu göz önünde tutularak), misafirlerin çok büyük bir çoğunluğu konaklama tesislerinin temizliğinden ve konforundan memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Bina ve tesislerin durumu konusunda da memnuniyetin belli düzeyde olduğunu ancak en düşük memnuniyet düzeyinin personel ve hizmet kriterinde yaşandığını ifade etmek gereklidir (Tablo 10). Onun ötesinde turistlerin tesislerden (ve daha genel bir yaklaşımla Ilgaz Dağı'nda tecrübe ettikleri tatil deneyiminden) genel memnuniyet düzeyinin göreli olarak daha düşük olduğu, dolayısıyla sadece zikredilen kriterlerin, turist memnuniyetini arttırmak için yeterli olmadığı, hem tesislerin hizmet çeşitliliği ve kalitesini arttırmasının, hem de kayak merkezlerinde misafirlere alternatif sunulmasının gerekli olduğu ifade edilebilir.

Tablo 10. Ilgaz Dağı Milli Parkında konaklayanların tesislere yönelik değerlendirmeleri

DEğerLENDİRME KRİTERLERİ	Değerlendirme sayısı	Ortalama Puan
Temizlik	56	8,9 / 10
Personel ve servis	56	8,0 / 10
Konfor	34	8,8 / 10
Bina ve tesisler	56	8,4 / 10
Genel değerlendirme	56	8,1 / 10

Detayda ise genel olarak odaların konforundan memnun olmalarına rağmen bazı turistlerin özellikle odalardaki sigara kokusundan Őikyeti olmaları bu konuya önem gösterilmesinin gerekliliğini işaret etmektedir. Tesislere yönelik temel Őikyetlerin hizmet kalitesi ve yemekler konusunda olduğu ifade edilmelidir. Çalışanların genel olarak "kaba, asık suratlı, ilgisiz ve teknik olarak yetersiz" oldukları sıklıkla dile getirilmiştir. Azımsanmayacak sayıda misafir özellikle rezervasyon konusunda sorun yaşadığını belirtmiştir. Çevrimiçi siteler üzerinden yapılan rezervasyonlarda sorunlar yaşandığını, rezervasyonlarının görünmediği, rezervasyon sırasında telefonla doğru/güncel olmayan bilgiler verildiği, ayrılan/parası ödenen odalar yerine başka tür odaların verildiği, giriş-çıkış (check-in/check-out) işlemlerinin gereğinden uzun sürdüğü ifade edilmektedir. Tesislerde verilen yemekler konusunda da Őikyetlerin yoğun olduğu belirtilmelidir. Özellikle yemeklerin çeşidinin az ve kalitesinin düşük olduğu, fiyatlarının ise çeşit ve kalitesine oranla yüksek olduğu ifade edilmiştir. Őikyetlerin sadece personelin zaafından kaynaklanmadığını "check-in sırasında ücretin alınmasına karşın check-out sırasında kur farkından dolayı ekstra ücret istediler" ya da "otel müşterisi olmadığımızı söyleyip bizi oturduğumuz masadan kaldırdılar yemek yiyemedik" gibi Őikyetler yönetim konusunda da eksikliklerin bulunduğunun altını çizmektedir.

UDGP raporları, KUZKA'nın çalışması ve internet sitelerinde yapılan yorumların analizleri bütün olarak dikkate alındığında ne çıkan olumlu ve olumsuz hususlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Genel olarak, Ilgaz, Yurduntepe ve Yıldıztepe kayak merkezlerinin hepsinde tesislerin kapasitesinin yetersiz olduğu ve aktivite çeşitliliğinin çok kısıtlı olduğu belirtilebilir. Aktivite çeşitliliğinin azlığı da insanların konaklamalarına ve daha uzun süre vakit geçirmelerinin önünde engel olarak durmaktadır. Bunun ötesinde, tanıtım faaliyetlerinin yeterli olduğu ifade edilemez.

Bundaki en büyük sorunun, alanın parçalı şekilde yönetilmesinin yanı sıra kayak alanlarının kendi konumlarını ve hangi pazara hitap edilebileceğini net olarak belirleyememesi olduğu ifade edilmelidir. Ayrıca, her üç kayak merkezinin mekanik tesis ve pistlerini gösteren haritalar bulunmamasının yanı sıra üç kayak merkezini bütüncül olarak gösteren broşürler de bulunmamaktadır. Onun ötesinde 3 merkez için de doyurucu ve güncel bilgilerin verildiği herhangi bir internet sitesi bulunmadığı gibi merkezlere ilişkin sunulan bilgiler kurum ve kuruluşların sitesinde farklılık arz etmektedir.

Tablo 11. Milli Park ziyaretçilerinin Milli Park ve kayak merkezine ilişkin başlıca görüşleri

OLUMLU YÖNLER		GELİŞTİRİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR
Çekicilik ve Konum	• Milli Park doğal güzellikleri açısından bilinmekte ve beğenilmektedir	Ziyaretçi profili ve amacı
	• Kayak merkezi olarak bilinirlik belli düzeydedir	
Ziyaretçi Profili	• Büyükşehirlere yakınlığı avantajı olarak belirtilmektedir	Bilgilendirme
	• Alan her mevsim ziyaret edilmektedir	
Hizmet Kalitesi	• Ziyaretçilerin çoğunluğu ailesiyle ve/veya arkadaş grubuyla seyahat etmektedir	Aktivite çeşitliliği
	• Kayak merkezi diğer kayak merkezlerine nazaran daha ekonomik bulunmaktadır	
Hizmet Kalitesi	• Kayak eğitiminin niteliği beğenilmektedir	Altyapı
	• Konaklama tesislerinin temizliği ve konforu memnun edici düzeydedir	
		• Yerel halk alanı çok sahiplenmemekte ve ziyaret etmemektedir
		• Misafirlerinin büyük bir çoğunluğu günübirlik gelmektedir
		• Misafirlerin çoğunluğu kayak harici faaliyetler için gelmektedir
		• Milli Parkın geneline ve kayak imkânlarına yönelik ilgilenme hizmetleri yetersizdir
		• Kayak haricinde aktivite imkânları çok kısıtlıdır
		• Gece eğlenceleri/aktiviteleri bulunmamaktadır
		• Piknik ve kamp alanları ve imkânları yetersizdir
		• Yaz aylarında yapacak hiçbir şey bulunmamaktadır
		• Yürüyüş yolları ve manzara seyir alanları yetersizdir
		• Mekanik tesis kapasitesi (Yurduntepe hariç) yetersizdir
		• Mekanik tesislerin konforu konusunda Yurduntepe hariç sorunlar bulunmaktadır
		• Pistlerin uzunluğu, kapasitesi ve çeşitliliği yetersizdir
		• Pistlerde ve mekanik tesislerde güvenlik tedbirleri artırılmalıdır
		• Konaklama ve yeme içme tesislerinin sayısı ve kapasitesi yetersizdir
		• Konaklama tesislerinde sunulan hizmetler çok kısıtlıdır
		• Otopark alanları yetersizdir

OLUMLU YÖNLER**GELİŞTİRİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR**

GELİŞTİRİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR	
	<ul style="list-style-type: none">• Kayak kiralama hizmetlerinde fiyat ve hizmet kalitesinde sorunlar bulunmaktadır• Kayak kiralama alanları pistlere ve mekanik tesislere uzak konumdadır• Tesislerde çalışanların "güler yüzlü ve kaliteli" hizmet sunumlarında sorunlar bulunmaktadır• Konaklama tesislerinde özellikle rezervasyon ve giriş-çıkış işlemlerinde sorunlar yaşanmaktadır• Tesislerdeki yemek kalitesi, çeşitliliği ve fiyatları konularında sorunlar yaşanmaktadır• Ürün ve hizmetlerin fiyat skalası daha geniş müşteri portföyü için düzenlenmelidir
Hizmet çeşitliliği ve kalitesi	

10. MEKÂNSAL ANALİZLER/ FİZİKİ KOŞULLAR

Geliştirilmesi veya iyileştirilmesi planlanan kış sporları merkezlerinin fizyografik ve iklimsel bazı koşulları yerine getirmesi gerekmektedir. Arazinin fizyografik olarak uygunluğunu incelemede saha çalışmalarının yanı sıra fiziki haritalara ihtiyaç duyulur. Bu haritalar sayesinde potansiyel kış sporları merkezi geliştirmeye/iyileştirmeye çalışılır. Fizyografik bilgilerin dışında hava sıcaklığı, terselme olasılığı (enverziyon) ⁴, nemlilik/kuruluk, yağın kar miktarı, ortalama sürekli pist üzerinde bulunan kar irtifası (doğal kar güvenirliliği hattı) ve süresi (sezon uzunluğu), sis sınırı, çığ durumu, buzlanma, hava kirliliği, rüzgârın yönü ve şiddeti, güneş ışınlarının yansımaları gibi iklimsel bilgiler ve haritalar da gerekli verilerdir.

Fizyografik bir kaynak olan eğim haritaları, pistlerin hangi kış sporlarına ve hangi seviyeye uygun olabileceğine dair gerekli bilgiler verip, çığ tehlikesi olabilecek yerleri de gösterir. Bunun yanı sıra bu haritalar sayesinde kış sporları merkezinin hangi seviyeden kayakçılara ne oranda uygun pistlerinin olup olmadığı da görülür. Çığ tehlikesinin de burada ayrıca belirtilmesi gerekir. Ana çığ yamaçlarının eğimi yaklaşık olarak 40° (%84) düzeyindedir.

Soğukluk ve güneş haritaları vasıtasıyla da kayakçıların, kayak bölgesinin yüksekliğine ve aylara göre daha çok hangi pistlerde kayacaklarıyla ilgili bilgiler toplanır. Sezon boyunca kayakçılara farklı yöndeki yamaçlardan oluşan pistler sunmak o kayak bölgesinin başarısını artırır. Genel olarak; Kuzey Yarımkürede ilk sırada güney yamaçlarının, ikinci sırada doğu ve batı yamaçlarının sıcak olduğu ve en soğuk yamaçların ise kuzey yamaçları olduğu söylenebilir. Buna göre ideal bir planda aşağıdaki kriterler izlenir:

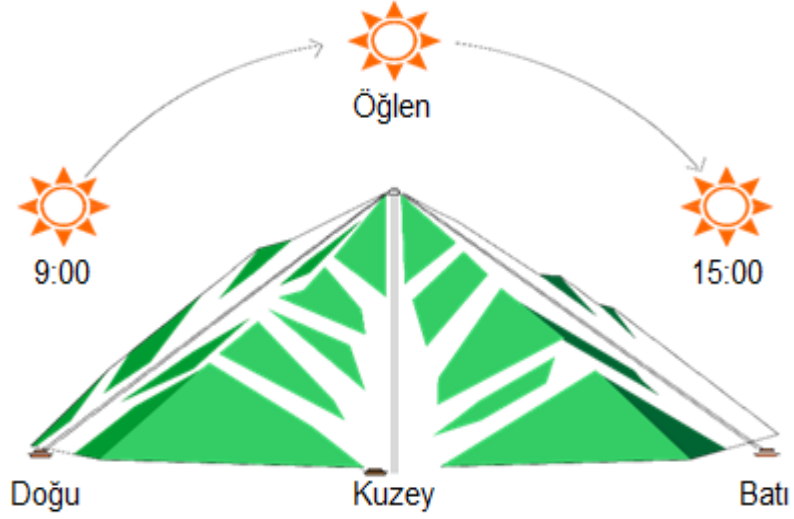
Kuzey ve doğu yamaçlarının çoğunlukta olması iyidir, çünkü bu yamaçlar sezon boyunca kaymaya elverişlidirler. Güneş ışınları doğrudan gelmediği için bütün sezon boyunca kayılabilir ve kar kalitesi daha uzun süre kalıcıdır. Yapay karlama da daha olasıdır.

- En ideali doğu yamaçlarıdır. Hem kuzeye göre daha aydınlıktır hem de güneş ışınları güney yamaçlarına yansıdığı gibi doğrudan yansımadağı için kar daha uzun süre ve kaliteli olarak kalır.
- Güney yamaçları genelde güzel havalarda, mevsimin soğuk geçtiği yılbaşı döneminde tercih edilir. Ayrıca kayak bölgesinin rakımı yükseldikçe (yani soğukluk arttıkça), daha fazla güney ve batı yamaçlarına ihtiyaç duyulur, çünkü kayakçılar rakım ve soğukluk arttıkça güneş gören yamaçları tercih ederler.
- Rakımı fazla yüksek olmayan kayak bölgelerinde batı ve güney yamaçlarının olması gerekli değildir, çünkü ağaç sınırının altındaki kayak bölgelerinde kuzey ve doğu yamaçları da soğuk değildir ve eğer arazi yumuşaksa bu yamaçlar güneş de görebilir.

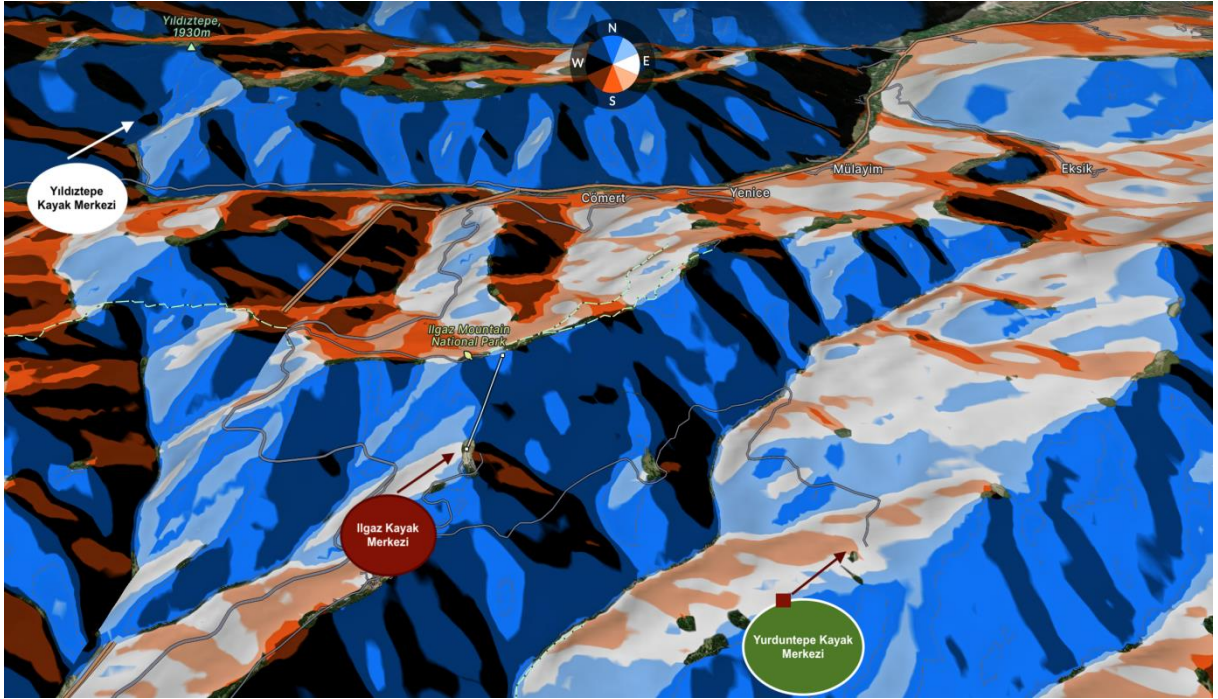
Pistteki kar kalınlığı önemli olduğu için pistlerin, karın en uzun süreli kalabileceği yamaçlarda yapılmasında yarar vardır. Kayakçıların çoğu güneşin karın kalitesine olan etkisine çok dikkat etmektedir. Her ne kadar kayakçılar güneşli günlerde kayak yapmayı tercih etseler de eğer güneş ışınlarından dolayı kar çok yumuşarsa, bundan da memnun kalmazlar, çünkü bu kar türü kayak yapmaktan zevk almayı azaltır. Genelde kayakçılar gün boyu- elbette pistler mevcutsa ve seviyeleri de uygunsa- güneşin yansımalarına göre yamaçları veya pistleri seçerler.

Yeni oluşturulacak tesislerin, örneğin; oteller ve dağ restoranlarının, bütün sezon göz önüne alındığında, etkin aydınlık ve verimli ısınmadan daha fazla faydalanabilmesi için güneş alan yerlerde yapılması gerekmektedir.

⁴Normalde yeryüzünden yükseklere çıkıldıkça, sıcaklık her 200 metrede 1°C azalır. Ancak bazı durumlarda yerden yükseldikçe sıcaklık azalmaz, tersine artar. İşte bu olaya sıcaklık **terselmesi** (enverziyon) denir. Sıcaklık **terselmesi** daha çok soğuk kış mevsiminde görülür.

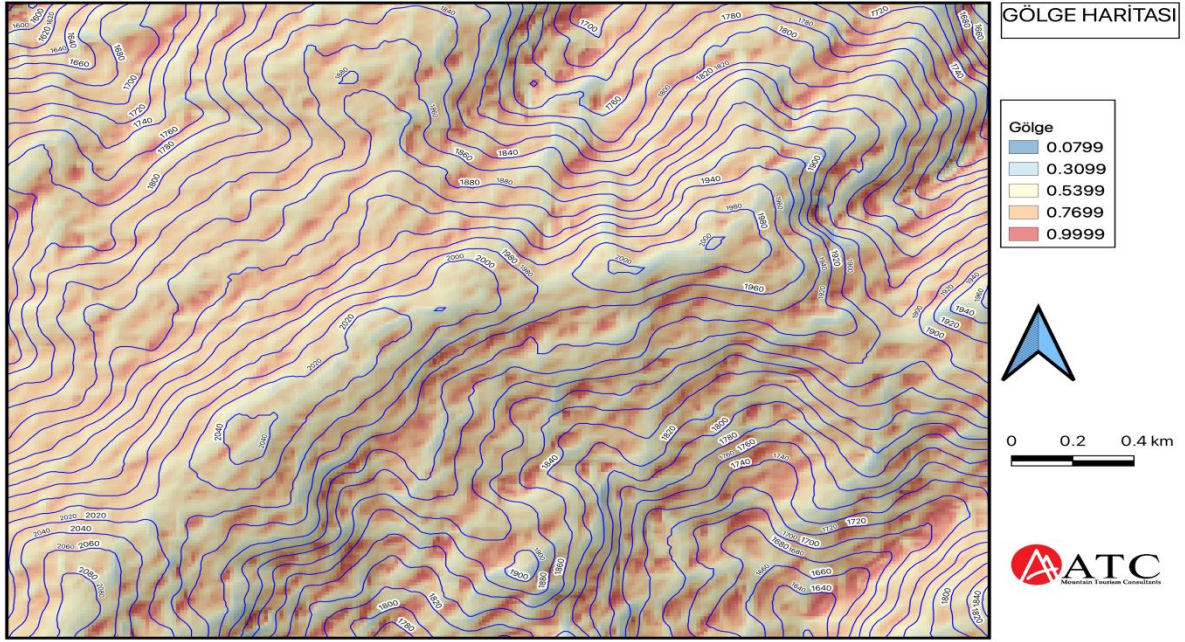


Şekil 17. Güneş-Gölge Durumu



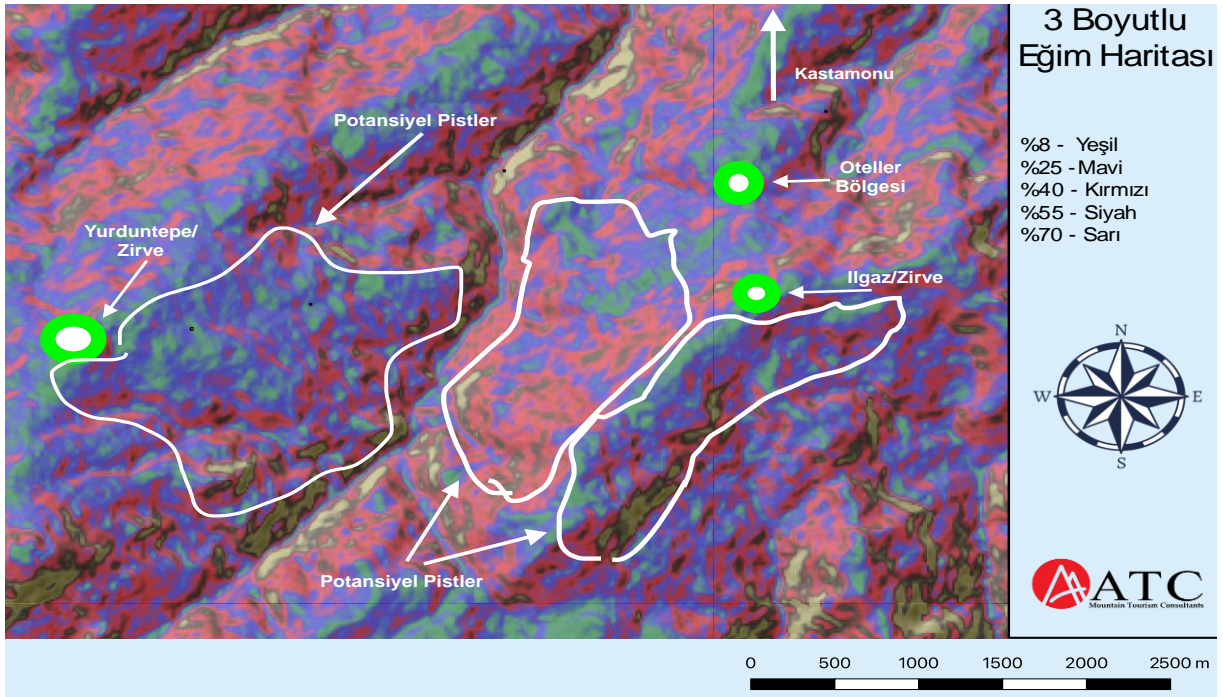
Şekil 18. Ilgaz Dağı Milli Parkı Kayak Merkezlerine ilişkin yön analizi

Ilgaz kayak merkezinin tamamı incelendiğinde bütün yönlere bakan mevcut kayak pistleri bulunmaktadır. Küresel ısınma göz önüne alındığında özellikle Ilgaz Dağının Çankırı ili sınırlarında bulunan yamaçlarının güneye bakması dolayısıyla bu pistler uzun vadeli kar garantisi/güvenilirliği açısından tehlikeli bir durumda bulunmaktadır.

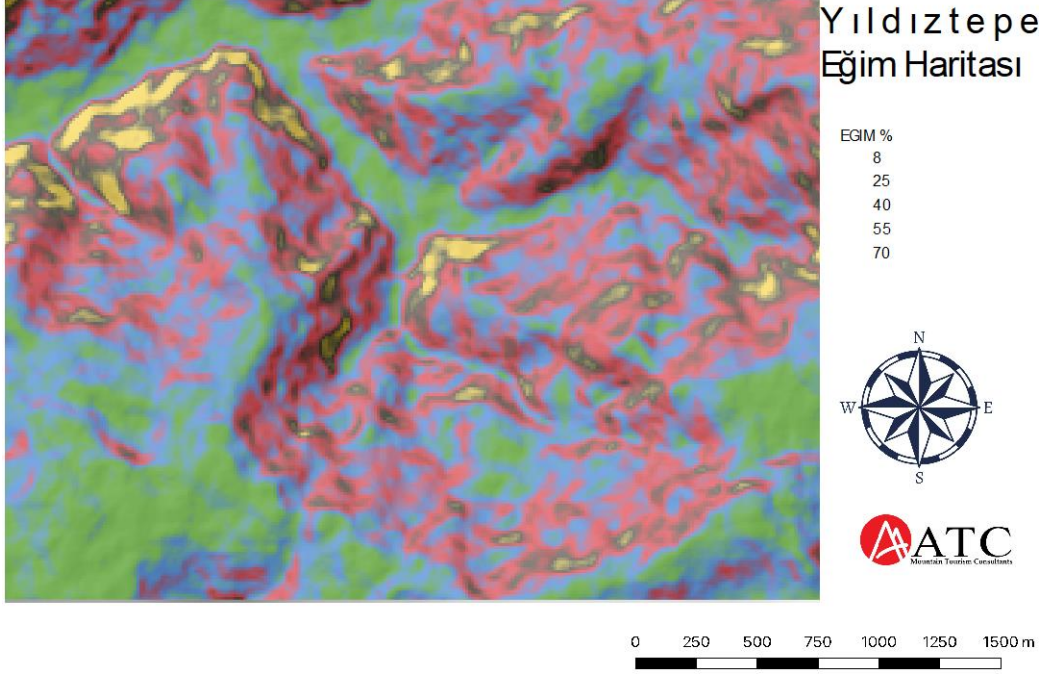


Şekil 19. Ilgaz Dağı Milli Parkı'na ilişkin gölge analizi

Ilgaz dağının gölge haritası da incelendiğinde dağın eğiminin düşük olmasından dolayı gün içinde yoğun bir şekilde gölge altında bulunan bir alan bulunmamaktadır. Kar garantisi verilebildiği ve kar kalitesi bozulmadıkça bu durum kayakçı perspektifinden pozitif olarak değerlendirilebilir.



Şekil 20. Ilgaz ve Yurduntepe Kayak Merkezleri Eğim haritası ve olası pist bölgeleri



Şekil 21. Yıldıztepe Kayak Merkezleri Eğim haritası

Pistlerin ve dağdaki yamaçların incelendiğinde ise Ilgaz'da ve Yıldıztepe kayak merkezinde orta ve orta üzeri seviyede bulunan kayakçılara yönelik yamaçlar bulunmaktadır.

11. ILGAZ MİLLİ PARKI ve KIŞ TURİZMİ OLANAKLARININ ULUSAL ve ULUSLARARASI BAZI KAYAK MERKEZLERİ İLE MUKAYESESİ

Türkiye'deki ve Avrupa'daki kayak merkezlerine göre konumunu ve durumunu anlamak ve kayak merkezinin geliştirilmesi için temelde yapılması gerekenleri belirleyebilmek amacıyla Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın bütüncül ve içindeki kayak merkezlerinin her biri, yurtiçindeki önemli kış turizm merkezleri ve Avrupa'da bulunan iki kayak merkezi ile kıyaslanmıştır.

Avrupa'daki kayak merkezleri seçilirken, Türkiye'ye ve özellikle İstanbul'a yakın olması sebebiyle, pazarlama stratejisini Türk kayakçıları ve turistleri çekmeye yönelik kurgulayan bir kayak merkezi (Bansko/Bulgaristan), ve Avrupa pazarına hitap eden orta düzey bir kayak merkezi (İtalya) olması tercih edilmiştir. Bunun ötesinde, Ilgaz için rakip olarak değerlendirilmese bile, kayak turizminin (ve hatta turizmin) yeni geliştiği bir ülke olan Azerbaycan'dan da bir kayak merkezi Ilgaz MP kayak alanlarının, yeni başlayan bir kayak merkezine göre durumunun belirlenebilmesi amacıyla analize dâhil edilmiştir. Bu çerçevede, kayak merkezlerinde sunulan temel hizmetler üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı, hedef pazar profilinin tespit edilebilmesi ve Ilgaz Dağı Milli Parkı açısından rekabet avantajı sağlayacak hizmet/ürünleri (USP) belirlemektir.

Analizde kullanılan veriler, Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerinden (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021b), Kış Turizm Koridoru (Winter Tourism Corridor=WTC⁵) Projesi kapsamında hazırlanan raporlardan, www.skiresort.info (Skiresort Service International GmbH, 2020) internet sitesinin yanı sıra kıyaslanan kayak merkezlerinin resmi internet sitelerinden⁶ derlenmiştir.

5 AB fonları ile desteklenen ve Erzincan Ergen, Erzurum Palandöken ve Kars Sarıkamış Kış Sporları Turizm Merkezlerinde yürütülen proje.

6 <https://www.ejder3200.com/>; <https://www.ergankayak.com/>; <https://www.kayserierciyes.com.tr/>; <https://www.uludaginfo.com> ve <https://www.banskoski.com/>; <https://www.madimo.com/>; <https://www.shahdag.az/az>

Tablo 12. Ilgaz MP kayak merkezlerinde sunulan hizmetlerin ulusal ve uluslararası kayak merkezlerine göre durumu

	ILGAZ MP BÜTÜNÜ	ILGAZ (KASTAMONU)	YURDUNTEPE (KASTAMONU)	YILDIZTEPE (ÇANKIRI)	PALANDOKEN (ERZURUM)	ERGAN (ERZİNCAN)	SARIKAMIS (KARS)	ULUDAĞ (BURSA)	ERCİYES (KAYSERİ)	BANSKO (BULGARİSTAN)	MADESIMO (İTALYA)	SHAHDAĞ (ŞAHDAĞ (AZERBAJCAN))
	KONUMSAL ve YÖNETSEL UNSURLAR											
Kayak pistlerinin rakımları	1500 – 2315 m	1750 – 2010 m	1840 – 2315 m	1500 – 1877 m	2200– 3140 m	1750– 2970 m	2160– 2634 m	1767– 2322 m	2100– 3346 m	936– 2600 m	1082– 2880 m	1435– 2525 m
Rakım farkı	815 m	260 m	475 m	377 m	940 m	1220 m	474 m	555 m	1246 m	1664 m	1798 m	1090 m
Hava alanından uzaklık	35 km	36 km	42 km	35 km	18 km	17 km	50 km	70 km	25 km	150 km	124 km	200 km
Yaz aktiviteleri – spor faaliyetleri	X	X	-	-	X	X	X	X	X	X	X	X
Ortalama Kayak sezonu süresi	50 gün	120 gün	120 gün	120 gün	150 gün	120 gün	150 gün	120 gün	150 gün	150 gün	120 gün	150 gün
Resmi internet sitesi	-	-	-	-	*	**	-	***	****	*****	*****	*****
PİSTLER												
Pistlerin toplam uzunluğu (km)	17,7	6,0	4,5	7,2	43,0	12,0	21,3	28,0	55,1	48,2	37,0	16,6
Siyah pistlerin uzunluğu (km)	2,9	0,5	0,0	2,4	13,0	6,0	5,2	3,0	12,3	3,7	3,0	0,6
Kırmızı pistlerin uzunluğu (km)	2,9	2,5	0,4	0,0	11,0	4,0	8,2	15,0	23,0	24,5	19,0	4,9
Mavi pistlerin uzunluğu (km)	11,9	3,0	4,1	4,8	19,0	2,0	7,9	10,0	19,8	20,0	15,0	11,1

	ILGAZ MP BÜTÜNÜ	ILGAZ (KASTAMONU)	YURDUNTEPE (KASTAMONU)	YILDIZTEPE (ÇANKIRI)	PALANDOKEN (ERZURUM)	ERGAN (ERZINCAN)	SARIKAMIS (KARS)	ULUDAĞ (BURSA)	ERCİYES (KAYSERİ)	BANSKO (BULGARİSTAN)	MADESIMO (İTALYA)	SHADAG (ŞAHDAĞ) (AZERBAJCAN)
MEKANİK TESİSLER												
Toplam mekanik tesis sayısı	8	4	2	2	19	3	4	22	13	14	12	10
Mekanik tesis başına pist uzunluğu	2,2	1,5	2,3	3,6	2,3	4,0	5,3	1,3	4,2	3,4	3,1	1,7
Mekanik tesislerin kapasitesi (kişi/saat)	8500	4700	2000	1800	24563	3450	5348	15000	19300	24233	26060	21000
KAYAK OKULUNUN VARLIĞI	-	-	-	-	X	-	X	X	X	X	X	X
İLAVE KIŞ SPORU OLANAKLARI												
Buz kayağı alanı	-	-	-	-	X	-	-	-	-	X	X	X
Half pipe snowboard imkânı	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-
Kar parkı – eğlence parkı	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X
Cross country kayak imkânı	-	-	-	-	X	-	-	-	-	X	X	-
KONAKLAMA TESİSLERİ												
Toplam konaklama tesis sayısı	9	6	-	3	6	-	13	27	5	5	6	4
Konaklama tesis yatak kapasitesi	1316	1086	-	230	2466	-	1013	5090	1450	1276	200	1094
5 yıldızlı otel sayısı	-	-	-	-	2	-	1	5	2	2	-	2
4 yıldızlı otel sayısı	1	1	-	-	3	-	1	12	1	3	-	2
3 yıldızlı otel sayısı	-	-	-	-	1	-	11	10	2	1	1	-
2 yıldızlı otel sayısı	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-

	ILGAZ MP BÜTÜNÜ	ILGAZ (KASTAMONU)	YURDUNTEPE (KASTAMONU)	YILDIZTEPE (ÇANKIRI)	PALANDOKEN (ERZURUM)	ERGAN (ERZINCAN)	SARIKAMIS (KARS)	ULUDAĞ (BURSA)	ERCİYES (KAYSERİ)	BANSKO (BULGARİSTAN)	MADESİMO (İTALYA)	SHAHDAĞ (ŞAHDAĞ (AZERBAJCAN)
KONAKLAMA TESİSLERİNDE SUNULAN HİZMETLER												
Kapalı havuzlar	X	X	-	-	X	-	X	X	X	X	X	X
Hamam, Sauna, SPA	X	X	-	-	X	-	X	X	X	X	X	X
Disco/Bar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-
Çocuk oyun alanı	-	-	-	-	X	-	-	X	X	X	X	X
Toplantı / kongre salonları	-	-	-	-	X	-	X	X	X	X	X	X
RESTORAN VE KAFELER												
Ara/alt/üst istasyonlardaki tesis sayısı	4	-	2	2	2	-	2	5	7	-	X	X
SKİRESORT.INFO SİTESİ GENEL PUANLAMA DÜZEYİ	2,6/5	2,7/5	2,6/5	2,5/5	3,2/5	-	3,1/5	3,1/5	3,5/5	3,8/5	3,2/5	3,1/5

* <https://www.ejder3200.com/>** ergankayak.com*** <https://www.uludaginfo.com>**** kayserierciyes.com.tr***** banskoski.com***** madesimo.com***** <https://www.shahdag.az/az>

Tablo 12'deki bilgileri bütüncül değerlendirebilmek ve kayak merkezlerini kış ve kayak turizmi ile ilişkili tüm hizmetler üzerinden kıyaslayabilmek için, veriler standart puanlara dönüştürülmüştür (Tablo 13). Söz konusu puanlama gerçekleştirilirken, havaalanına uzaklık verisi dışında (bu kriterde en kısa mesafe 10 olarak değerlendirilmiştir), rakım farkı, kayak sezonu süresi, mekanik tesislerin uzunluğu, taşıma kapasitesi, konaklama tesisleri yatak kapasitesi ve skiresort.info sitesinin verdiği puanlama kriterlerinde en yüksek veriye 10 puan verilmiş ve diğer veriler orantısal olarak puanlanmıştır. Konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerinin, yaz aktivitesi imkânlarının ve ilave kış sporu olanaklarının her birine ve internet sitesine sahip olan kayak merkezlerine 1 puan verilmiştir. Ara/alt/üst istasyonlardaki tesis sayısı ise doğrudan puan olarak yansıtılmıştır. Söz konusu puanlamalara ilişkin detaylı veriler EK- 4'te gösterilmekle beraber genel sonuçlar aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 13. Mukayese edilen kayak merkezlerinin temel kış turizm unsurları açısından aldıkları puanlar

Kriterler	ILGAZ MP BÜTÜNÜ	ILGAZ (KASTAMONU)	YURDUNTEPE (KASTAMONU)	YILDIZTEPE (ÇANKIRI)	PALANDOKEN (ERZURUM)	ERGAN (ERZİNCAN)	SARIKAMIS (KARS)	ULUDAĞ (BURSA)	ERCIYES (KAYSERİ)	BANSKO (BULGARİSTAN)	MADESIMO (İTALYA)	SHAHDAĞ (ŞAHDAĞ)	(AZERBAJCAN)
Konum ve Yönetimsel Unsurlar*	14	15	15	15	25	27	17	15	26	22	21	19	
Kış Spor İmkânları**	10	6	6	9	25	11	17	14	26	28	27	17	
Konaklama ve Gününbirlik Hizmetler***	9	4	2	2	11	0	4	19	12	8	5	7	
Genel Toplam	33	25	23	26	61	38	38	48	64	58	53	43	
Skiresort.İnfo Puanı	7	7	7	7	8	--	8	8	9	10	8	8	

* Rakım farkı, hava alanından uzaklık, yaz aktiviteleri – spor faaliyetleri, ortalama kayak sezonu süresi, resmi internet sitesinin bulunması kriterlerini kapsamaktadır.

** Pistlerin toplam uzunluğu, mekanik tesis başına pist uzunluğu, mekanik tesislerin kapasitesi, kayak okulunun varlığı, ilave kış sporu olanakları kriterlerini kapsamaktadır.

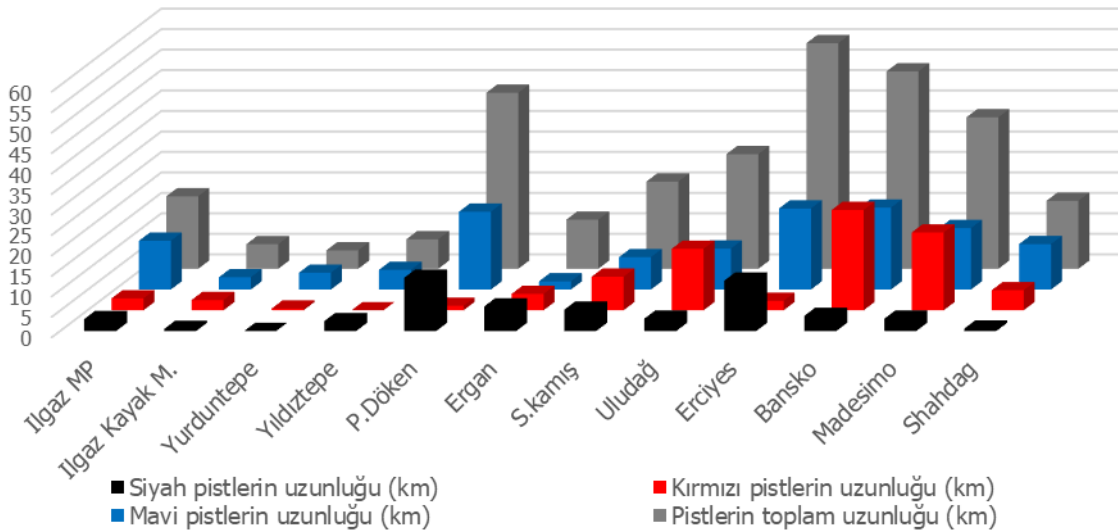
*** Konaklama tesis yatak kapasitesi, konaklama tesislerinde sunulan hizmetler, ara/alt/üst istasyonlardaki tesis sayısı kriterlerini kapsamaktadır

Her iki tablo incelendiğinde, Ilgaz Dağı içi ve yakın çevresinde bulunan kayak merkezlerinin münferit olarak rekabet açısından dezavantajlı oldukları ve ancak bütün olarak hareket etmeleri durumunda pazarda konumlanmalarının daha kolay olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, kayak merkezlerinin rakımları, en yakın havaalanına mesafesi, ortalama kayak sezonu ve kayak merkezinin internet sitesinin bulunması gibi kriterler göz önüne alındığında Ilgaz, Yurduntepe ve Yıldıztepe kayak merkezleri münferit ele alındığında Uludağ kayak merkezi ile en kötü durumdaki alanları oluştururken, üçü birlikte değerlendirildiğinde, Sarıkamış ve Uludağ kayak merkezlerine göre avantajlı olduğu söylenebilir. Aynı şekilde, Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezleri bütüncül bir şekilde yönetilirse rakım açısından avantajlı konumda olacağı göze çarpmaktadır. Kayak sporuna yönelik imkânlar açısından, yani pistlerin uzunluğu ve çeşitliliği (kolay – orta – zor) ile mekanik tesisler açısından Ilgaz Dağı kayak

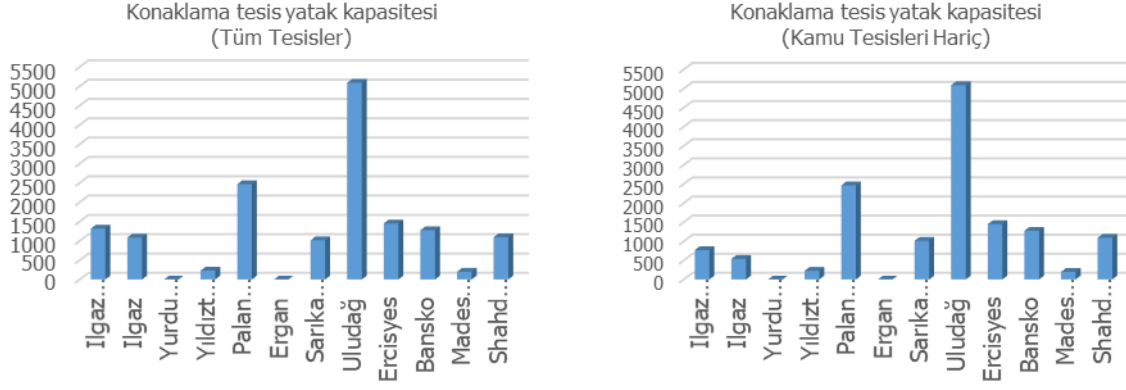
merkezlerinin münferiden kıyaslanan alanlar içinde en zayıf konumda olduğu ancak üçü birlikte değerlendirildiğinde bile sadece Erzincan Ergan Dağı (ki Ergan Dağı kayak merkezi yeni yapılaşan ve gelişen bir kayak alanıdır) ve Sarıkamış Kayak merkezlerine göre avantajlı konumda olduğu belirtilebilir. Diğer bir ifade ile kış turizminde ülke içinde daha geniş bir müşteri kitlesine hitap edebilmek için kesinlikle Ilgaz Milli Parkı'ndaki kayak pistlerinin uzunluk ve eğimleri açısından iyileştirilmesi ve çeşitlendirilmesi ve üç kayak merkezini birleştirecek ve hâlihazırda veya yeni yapılacak pistlere ulaşımı sağlayacak mekanik tesislerin doğaya en az müdahale ile yapılmasının gerekli olduğu söylenebilir. Bunların ötesinde çalışmada ele alınan ve orta-alt düzey kayak merkezleri arasında yer alan kayak merkezlerinin kayak altyapısı açısından çok daha gelişmiş olduğu, dolayısıyla, Ilgaz kayak merkezinin öncelikli olarak yurtiçinden müşteri çekmeye yönelmesinin güncel koşullarda daha gerçekçi olduğu ifade edilebilir. Konaklama ve günübirlik hizmetler açısından Ilgaz Dağı Kayak merkezlerinin tek başlarına ya da bütüncül olarak ele alındığında, hâlihazırda herhangi bir konaklama tesisi olmayan Erzincan Ergan haricinde, diğer ulusal ve uluslararası kayak merkezlerinin çok gerisinde olduğu göze çarpmaktadır. Aşağıda sunulan grafikler Ilgaz Dağı kayak merkezinin kayak alan ve tesisleri ile konaklama imkânları açısından dezavantajlı durumda olduğunu görsel olarak işaret etmektedir. Ayrıca, Ilgaz Dağı'nda kamuya ait konaklama tesisleri hariç tutulunca, kayak merkezlerinin konaklama kapasitesinin yetersiz olduğu net şekilde görülmektedir (Şekil 23). Dolayısıyla özel sektör yatırımlarının teşvik edilmesi söz konusu ürün çeşitliliği konusunda katkı sağlayacaktır.

Aynı şekilde, sadece konaklama tesislerinin kapasite açısından değil konaklama tesislerinde verilen hizmetler açısından da Ilgaz tesislerindeki eksiklikler göze çarpmaktadır. Ilgaz MP'nda bulunan konaklama tesislerinde sadece konaklama ve yiyecek-içecek hizmeti verilmekte, yüzme havuzu, hamam, sauna, SPA veya eğlence mekânları, çocuk oyun alanları gibi servisler sunulmamaktadır.

Diğer kayak merkezlerinde de sorunlar olduğu göze çarpmakla birlikte (örneğin Palandöken veya Erciyes pistlerinin çok büyük kesiminin kolay pistler veya zor pistlerden oluşması, orta seviye kayakçılar için pistlerin çok az olması gibi) Ilgaz, Yıldıztepe ve Yurduntepe Kayak merkezlerinin hem yurtiçi hem de yurtdışındaki kayak alanlarıyla rekabet edebilecek altyapıya sahip olmadığı çok net görünmektedir.



Şekil 22. Kayak merkezlerinin mavi, kırmızı siyah ve toplam pist uzunlukları



Şekil 23. Kayak merkezlerinin konaklama kapasiteleri

Diğer bir kıyaslama (benchmarking), hitap edilen pazar ve sunulan hizmetler bağlamında gerçekleştirilmiştir. Bu analizde Avusturya'nın en başarılı aile kayak merkezleri arasında yer alan Wilder – Kaiser ve Zillertal Arena kayak merkezleri ile uluslararası üne sahip Kitzbühel-Kirchberg ve Ischgl – Samnaun kayak merkezlerinin yanı sıra yine Türkiye'den Palandöken, Erciyes ve Uludağ kayak merkezleri incelenmiştir.

Wilder – Kaiser ve Zillertal Arena kayak merkezlerinin de Ilgaz Dağı Milli Parkı gibi, görece olarak daha kısa kış sezonuna sahip oldukları görülmektedir. Buna mukabil, söz konusu kayak merkezlerinin sahip olduğu mekanik tesis sayısı ve pistlerin uzunluğu ülkemizin en gelişmiş kayak merkezleri arasında yer aldığı söylenebilecek olan Palandöken, Erciyes ve Uludağ kayak merkezlerinin sahip olduğundan çok daha fazladır. Bu açıdan hem ülkemizin genel olarak hem de Ilgaz Dağı Milli Parkında bulunan kayak merkezlerinin zayıf kaldığı belirtilebilir. Bunun ötesinde, söz konusu kayak merkezlerinin sahip olduğu yeme-içme tesislerinin sayısı da bu alana yatırım yapılması ve insanların vakit geçirebilecekleri mekânların oluşturulmasının gerektiğinin altını çizmektedir. Dolayısıyla veriler, sadece Ilgaz Dağı Milli Parkının değil, Türkiye'deki kayak merkezlerinin bütününe altyapı açısından kat etmesi gereken çok yol olduğunu göstermektedir.

Ilgaz Dağı Milli Parkındaki kayak merkezlerinde kış sezonunda kayak dışında herhangi bir alternatif bulunmazken, ulusal ve uluslararası diğer kayak merkezlerinde kayaklı koşu, buz pateni, kış yürüyüşleri/koşuları, eğlence / macera parkları, atlı kızak gibi alternatiflerin bulunduğu göze çarpmaktadır. Aynı şekilde, sadece yürüyüş ve bisiklet parkuru hizmetinin verildiği Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın aksine yaz aylarında Kayseri Erciyes'te sportif aktiviteler, tırmanma parkurları, atlı gezi, Avusturya'daki kayak merkezlerinde ise sportif faaliyetler, açık hava/ kapalı mekân tırmanışlar, eğlence/macera parkları, koşu alanları, çocuk eğlence alanları gibi aktiviteler sunulmaktadır. Dolayısıyla, Ilgaz Dağı Milli Parkında misafirleri çekebilme ve gelenlerin keyifli ve daha çok zaman geçirmelerini sağlayabilmek için söz konusu alternatif ürün ve hizmetlere yönelik altyapıyı oluşturması gerektiği belirtilmelidir.

Tablo 14. Hedeflenen pazara göre Ilgaz MP kayak merkezilerinde sunulan hizmetlerin durumu

YIL BOYU SUNULAN HİZMETLER	TEMEL KIŞ ÜRÜNLERİ				ALTERNATİF KIŞ ÜRÜNLERİ								YAZ SEZONU ÜRÜN / HİZMETLER										
	Kayak Sezonu (Gün)	Mekanik Tesis Sayısı	Pist Uzunluğu (km)	Kayak Eğitim Okulu	Yeme- İçme Tesislerinin Sayısı	Snowboard	Kış Yürüyüşleri/Koşuları	Kayaklı Koşu	Eğlence/Macera Parkları	Gece Kayığı	Kızak Pisti	Buz Pateni	Kış Tırmanışları	Atlı Kızak	Sportif Faaliyetler	Tırmanma Alanları (Açık Hava ve Kapalı Alan)	Eğlence/Macera Parkları	Atlı Geziler	Koşu Pistleri	Yürüyüş Rotaları	Bisiklet Yolları	Çocuk Eğlence Alanları	
PAZAR KONUMLANDIRMASI	115	90	284	77			X	X	X	X	X ^c						X		X ^e	X ^e	X ^e	X	
Ski/Weit - Wilder Kaiser (Avusturya)																							
Aileler (Ulusal ve Uluslararası Kayak Turizm Pazarı)																							
Zillertal Arena (Avusturya)	141	52	139	31			X	X ^b		X	X	X	X	X	X ^d	X	X		X ^e	X ^e	X ^e		
Aileler (Ulusal ve Uluslararası Kayak Turizm Pazarı)																							

YIL BOYU SUNULAN HİZMETLER	TEMEL KIŞ ÜRÜNLERİ			ALTERNATİF KIŞ ÜRÜNLERİ			YAZ SEZONU ÜRÜN / HİZMETLER									
Ulusal Ulusallararası Kayak Turizm Pazarı (Avusturya - Kirchberg- Kitzbühel- Ischgl - Samnaun Pazarı)	X	X ^d	X	180	53	170	X	56	X ^a	X	X ^c	X ^d	X	X ^e	X ^e	X ^e
	X	X ^d	X	158	45	238	X	14	X	X	X	X ^d	X	X	X	X
Ulusal ve Ulusallararası Kayak Turizm Pazarı (Türkiye) Palandöken	X	X	X	150	19	43	X	2	X	X	X	X	X	X	X	X
	X	X	X	150	13	55	X	7	X	X	X	X ^d	X	X	X	X
Ulusal ve Ulusallararası Kayak Turizm Pazarı (Türkiye) Kayseri-Erciyes	X	X	X	150	13	55	X	7	X	X	X	X ^d	X	X	X	X
	X	X	X	150	13	55	X	7	X	X	X	X ^d	X	X	X	X

YIL BOYU SUNULAN HİZMETLER	TEMEL KIŞ ÜRÜNLERİ	ALTERNATİF KIŞ ÜRÜNLERİ	YAZ SEZONU ÜRÜN / HİZMETLER
Ulusal ve Uluslararası Kayak Turizm Pazarı (Türkiye)	120 22 28 5	X X X ^d	X
ILGAZ MİLLİ PARKI	50 8 18 4		X X

^a Ücretsiz sunulmaktadır

^b Eğlence Treni şeklindedir.

^c Aydınlatılmıştır

^d Tenis, bowling, golf, su sporları, paraşüt, amatör balıkçılık, yaz kışağı, okçuluk, off-road, ATV gezileri gibi farklı etkinlikler düzenlenmektedir.

^e Değişen uzunlukta parkur ve rotalar bulunmaktadır.

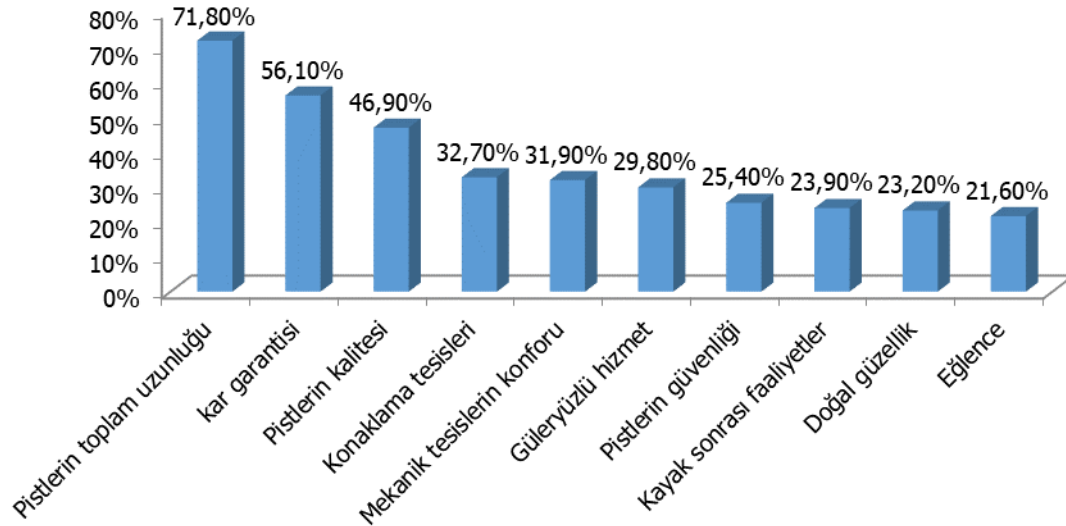
^f Teleferik Müzesi bulunmaktadır

11.1. Kıyaslama (Benchmarking) Analizinden Çıkarılan Sonuçlar

Uluslararası kayak turistlerinin destinasyon tercihlerinde kar garantisi, pistlerin uzunluğu, kalitesi ve güvenliği, konaklama tesislerinin kapasitesi ve hizmet kalitesi, mekanik tesislerin konforu, kayak sonrası faaliyetler ve eğlence aktivitelerinin sağlanması gibi hususlar etkindir (Şekil 24). Aynı şekilde alanyazında yer alan çalışmalar (Gençer, Demir, & Aycan, 2008; Ayaz & Sorgun, 2020; Ayaz & Apak, 2017; Silik & Ünlüöner, 2018; Sağlık & Kocaman, 2014) ışığında, Türkiye'deki kayak merkezlerini ziyaret eden turistlerin (özellikle yerli turistlerin) destinasyon seçimlerinde, özellikle tatil deneyimlerinden memnun olmalarında ve arkadaşlarına/tanıdıklarına tavsiye etmelerinde ise sırasıyla

- Pistler ve kayak kiralama olanakları
- Konaklama tesisleri
- Kayak eğitim imkânları
- Kayak alanlarındaki güvenlik
- Eğlence- Alışveriş imkânları
- Ulaşım
- Bilgilendirme hizmetleri
- Kayak Merkezi Atmosferi

unsurlarının etkin olduğu belirtilebilir. Bu çerçevede, pistlerin çeşitliliği, uzunluğu ve güvenliği, konaklama tesis kapasitesi her iki kesim içinde ön plana çıkmaktadır. Ülkemizde kayak/kış turizminin yeni gelişmesi nedeniyle ülkemizde kayak tesislerinde sağlanan eğitim imkânları Avrupa turistine nazaran daha önem verilen unsur olarak göze çarpmaktadır. Yine hem ülkemizde hem dünyada kayak dışı aktivite ve kayak sonrası eğlence olanakları turistlerin tercih ve memnuniyetlerinde etkin olmaktadır.



Şekil 24. Uluslararası kayak turistlerinin destinasyon seçiminde etkili olan faktörler

Kaynak: (Best Ski Resorts (2014)).

Yukarıda yapılan kıyaslamalar ışığında Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın yukarıda belirtilen unsurlar açısından büyük eksiklikler yaşadığı söylenebilir. Dolayısıyla, analiz, doğal güzellikler ve özellikle Ankara gibi büyük şehirlere yakınlığı nedeniyle ulaşım açısından büyük avantajlara sahip Ilgaz Dağı Milli Parkında kayak sporunun geliştirilmesi ve pazardan daha fazla pay alınması için altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi gerektiğini çok net olarak ortaya koymaktadır.

Bu kapsamda analiz sonuçları aşağıda kısaca özetlenmektedir;

- Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda kayak sezonu diğer kayak merkezlerine oranla daha kısadır.
- Mekanik tesis taşıma kapasitesi çok düşüktür.
- Pistlerin toplam uzunluğu ve çeşitliliği (kolay–orta–zor) yetersizdir.
- Konaklama tesis kapasitesi ve çeşitliliği kısıtlıdır
- Ilgaz Dağı Milli Parkındaki kayak merkezlerinde kış sezonunda kayak dışında herhangi bir alternatif bulunmazken, gelişmiş kayak alanlarında farklı alternatifler sunulmaktadır. Dolayısıyla, kış aylarında misafirlere yönelik günübirlik hizmetler ve kayak dışı aktiviteler geliştirilmelidir.
- Aynı şekilde, yaz aylarında Ilgaz Milli Parkı'ndaki tesislerin çoğu kapalı kalırken ve misafirlere herhangi bir hizmet sunulmazken, diğer kayak merkezleri Kış mevsimi dışındaki aylara yönelik aktivite sunmakta ve bunları sürekli geliştirmektedir.
- Ilgaz Dağı Milli Parkı, kış turizmi açısından, yeni başlayanlara (çocuklar ve yetişkinler) ve orta seviyedeki kayakçılara yönelik pazara hitap edebilecek bir konumdadır.
- Uluslararası pazar yerine yurtiçi pazar ve özellikle yakın çevreden gelecek misafirlere hitap edilmesi uygun bir konumlandırma olacaktır. Bu çerçevede, özellikle aileler uygun hedef kitle olarak görülmektedir.
- Ilgaz Dağı Milli Parkında hem kış hem de yaz aylarında misafir çekebilecek potansiyel bulunmakla birlikte bunu hayata geçirebilmek için uzun erimli ve tutarlı politikaların uygulanması gerekmektedir.

12. SWOT ve PEST ANALİZLERİ

Bir turizm destinasyonunun performansını etkileyen farklı iç ve dış unsurların incelenmesi planlama sürecinde yararlanılan stratejik bir araçtır. Bu stratejik yaklaşım için, Ilgaz Milli Parkı'nın sahip olduğu güçlü ve zayıf yanların yanı sıra farklı faktörlerin tehdit ve fırsat düzeyleri analiz edilmiş ve bu kapsamda SWOT ve PEST analizlerinden yararlanılmıştır. Planlama çalışmalarında sıklıkla kullanılan SWOT (GZFT) analizi, bir alan hakkındaki bilgileri bir bütün olarak yansıtmak ve resmin bütünü değerlendirmek için oldukça işlevsel bir yöntemdir. SWOT analizi (GZFT: Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler) iç ve dış faktörleri incelemektedir. SW (GZ), alanın/konunun kendisinin sahip olduğu avantaj ve dezavantajlara odaklanırken, OT (FT), dış dünyada oluşan ancak alanı/konuyu etkileyen faktörleri ifade etmektedir. Başka bir deyişle, "O" ve "T", alanın müdahale edemediği ancak etkilendiği faktörleri ifade ederken, S ve W'de belirlenen faktörler yöneticiler tarafından kontrol edilebilen unsurlardır.

Öte yandan PEST analizi, dış çevrenin, destinasyonun rekabet gücü üzerindeki etkilerini tanımlamak için kullanılan diğer bir araçtır ve aşağıdaki gibi dört dış çevresel faktör kategorisini incelemektedir;

- Çeşitli düzeylerde kamu müdahaleleri de dâhil olmak üzere siyasi faktörler (vergi politikası, kamu istikrarı ve güvenliği, dış ilişkiler, lobi faaliyetleri vb.)
- GSYİH, istihdam, enflasyon vb. yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası makro-ekonomik koşulları kapsayan ekonomik faktörler.
- Demografik eğilimler, yaşam standartları, eğitim, tüketici zevkleri gibi tüm sosyal, kültürel ve demografik faktörleri içerecek şekilde sosyal faktörler.
- Teknolojik altyapı, teknoloji teşvikleri ve teknolojik gelişmeler gibi teknik/teknolojik faktörler.

GZFT analizinde olduğu gibi, PEST analizinde de bir destinasyonun kontrolü dışındaki dış faktör değişkenleri incelenir, ancak stratejileri oluşturmak için dış faktörlerle birlikte iç faktörlerle birlikte değerlendirmek daha faydalıdır. Bu bağlamda, SWOT ve PEST analizinin kombinasyonu daha anlamlı sonuçlar üretebilir. Bu çerçevede, çalışma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması, turistlerin ve

yerel halin görüşlerinin analizi ile benchmarking analizinin sonuçları ışığında oluşturulan birleşik GZFT / PEST tablosu aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 15. SWOT ve PEST Analizleri

SWOT	
GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIFLIKLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Ulusal politika belgelerinde turizm sektörü öncelikli sektörler arasında yer almaktadır. • Türkiye Turizm Stratejisinde turizmin yurt çapına yayılması ve ürün çeşitliliğinin geliştirilmesi vurgulanmaktadır. • Türkiye Turizm Stratejisinde bölge eko turizm ve doğa temelli turizm türleri açısından öncelikli bölgeler arasında zikredilmektedir. • TR82 Bölge planlarında turizm bölgenin geleceği için önemli sektörler arasında kendine yer bulmaktadır. • Valilikler ve Yerel yönetimler turizm sektörünün gelişmesini arzulamaktadır. • Her iki il karar vericileri turizm sektöründen daha iyi yararlanabilmek için birlikte hareket etme niyeti göstermektedir • Her iki ilde de hem turizm hem de doğa ile ilgili ve yetkili kurumlar etkindir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bölge genelinde ve Milli Park özelinde yatırımları yönlendirici üst ölçekli planların (bölge planı hariç) bulunmamasıdır. • Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin belli bir stratejiye dayanmamaktadır. • Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin parçalı yürütülmektedir. • Tarihi değerlerin korunması ve restorasyonunda eksiklik ve yetersizlikler bulunmaktadır. • Milli park içerisinde otoparklar yetersizdir. • Milli Park içinde ve yakın çevresinde bulunan köylerde kentsel donatı ve turizm altyapısında eksiklikler bulunmaktadır. • Alanın ve alanda sunulan hizmetlerin ulaşılabilir turizm felsefesi kapsamında eksiklikleri bulunmaktadır. • Merkezlere ilişkin güncel ve bütüncül verilerin tek elden temin edilememektedir. • Milli Park içinde sunulan hizmetlere ilişkin verilerin dağılık ve birbirinden farklıdır. • Hem kayak alanındaki güvenlik hem de Milli Park içinde kontrol ve denetim faaliyetleri yetersizdir.
FİRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> • Turizm sektörünün ülke ve bölge politikaları içindeki önemi giderek artmaktadır. • Turizm ve özellikle alternatif turizm çeşitliliğinin sağlanması ve kırsal alanların kalkınmasına yönelik ulusal ve uluslararası teşviklerin / fonların varlığı • Uluslararası kurum/kuruluşların doğaya uyumlu girişimleri finansal olarak desteklemektedir. • Bölge içi ve ulusal ulaşım yatırımlarına önem verilmekte ve yatırımlar devam etmektedir. • İklim değişikliği ve COVID-19 salgını gibi küresel sorunların sonucu olarak doğal güzelliklerin ve kırsal yaşamın önemi iyice anlaşılmakta ve politikalar bu doğrultuda evrilmektedir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Milli Park alanında farklı kurumların yetki ve sorumluluğuna giren alanların olması ve ilgili kurumların alana yönelik bakış açılarının farklılaşması • Turizm gelişimi nedeniyle Milli Park içinde ve çevresinde kaçak yapıların oluşması • Özgün mimariye ve doğaya uyumlu gelişim yerine çarpık ve estetiği olmayan yapılaşmanın artması
PEST	POLİTİK

SWOT

GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIFLIKLAR	FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> Bölgenin doğal güzelliklerinin yurt içinde bilinirliği yüksektir. Doğal koşullar ve iklim koşulları yaz ve kış aylarında farklı turizm etkinliklerinin yapılmasına imkân tanımaktadır Bölge yoğun orman dokusuna ve dolayısıyla flora ve fauna açısından zenginliğe sahiptir. Hâlihazırda bölgedeki doğal yaşam iyi korunmuş durumdadır. Alan kayak turizmi dışında doğa temelli farklı etkinlik (dağcılık, trekking, dağ yürüyüşleri, kampçılık vs.) potansiyeli taşımaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> Kış aylarında kayak dışında etkinlik bulunmamaktadır. Yaz aylarında ise sadece yürüyüş, kamp veya piknik imkânı bulunmamaktadır. Yaz ve kış aylarında misafirlerin kaliteli vakit geçirmesini sağlayacak mekânların eksikliği hissedilmektedir. İllerin geneli ve Milli Park çevresinde düzenlenen etkinliklerin belirttiği etkinlik takvimi yoktur. Milli Parkta vakit geçirmek isteyenlere yönelik bilgilendirme ve yönlendirme tabelaları ile broşür ve haritalar yetersizdir. İşletmelerde kamunun ağırlığı bulunmamaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> Büyükşehirlerde bölge kökenli çok sayıda sakin yaşamaktadır. Yurt içinde ve dışında bölge kökenli başarılı iş insanı ve yatırımcı bulunmamaktadır. Yapılan yatırımların bölgeye ulaşımı kolaylaşmamaktadır. Özellikle COVID-19 salgını sonrasında insanların doğal içinde tatil yapma arzusu kuvvetlenmekte ve toplumun geneline yayılmaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> Doğanın ve su kaynaklarının kirlenmesi Kuraklık ve su kaynaklarının kuruması Küresel ısınma Tarım girdilerde dışa bağımlılık ve girdi maliyetlerinin yüksek olması
EKONOMİK			

Tablo 15. SWOT ve PEST Analizleri (Devam)

SWOT	
GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIFLIKLAR
<ul style="list-style-type: none"> • İlğaz Dağ'ın yurtiçi turistlerde doğa ve güzellikle özdeş konumdadır. • Alandaki farklı aktivitelerin yöre insanına alternatif iş ve gelir imkânları sunmaktadır. • Ankara ve İstanbul gibi metropollere yakın konumdadır. • Ankara ve İstanbul havaalanlarına görelî olarak yakın konumdadır. • Bölgenin tarımsal açınsından bilinirliği yüksektir. • Bölgede doğal üretimin yapılmaya devam etmektedir. • Bölgede coğrafi işaret almış olan (ve süreci devam eden) çok sayıda değer bulunmaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Konaklama tesislerinin kapasitelerinin kış ayları için yetersizdir. • Tesislerin büyük çoğunluğunu yaz ayları kapalıdır. • Mekanik tesislerin kapasiteleri yetersizdir. • Pistlerin eğim, uzunluk ve kapasiteleri farklı düzey misafirleri cezbedecek seviyede değildir. • Yaya ve bisiklet yollarının çeşitli ve alternatifli olmamasının yanı sıra altyapı (işaretleme, GPS koordinatları vs.) eksiklikler bulunmaktadır. • Tüm tesislerde sunulan hizmet kalitesinde ve sürekliliğinde sorunlar yaşanmaktadır. • Gıda ürünleri haricinde şehre özgün hediyeelik eşyalar konusunda sorunlar yaşanmaktadır. • Şehir içi ve ilçeler arası toplu taşıma alternatifleri kısıtlıdır. • Mili Parka ve kayak alanlarına toplu taşıma imkânları çok kısıtlıdır.
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<p style="text-align: center;">EKONOMİK (Devam)</p> <p style="text-align: center;">PEST</p>	

SWOT

GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIFLIKLAR	FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> Bölgede zengin bir el sanatları kültürü bulunmaktadır. Her iki ilde de gelişmekte olan üniversite bulunmaktadır. Tarimsal ve doğal ürünler açısından bölgenin zenginliği ve bilinirliği yüksektir. Yerel halkın doğal üretim ve ürünlere karşı farkındalığının ve bilgi düzeyi yüksektir. Bölge somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri açısından zengindir. Bölge insanı misafirperver kültüre sahiptir. Bölge dışında yaşayan bölge kökenli vatandaşlar bölge ile bağlarını ve ilişkilerini sürdürmektedir. 	<ul style="list-style-type: none"> Bölgenin geçmişte çok göç vermiş olması nedeniyle kırsalda yaşlı nüfus fazladır Kırsalda tarım ve hayvancılık dışı ekonomik faaliyetler kısıtlıdır Doğal ürünlerin önemi ve değeri hakkında bilinç eksikliği yaşanmaktadır. Bölgenin en büyük zenginliği olan doğal güzelliklerin korunması konusunda farkındalık düşük seviyededir. Turizm bilincinin yerel halkta yeterince yüksek değildir. Yerel halkın turizm konusunda bilgi eksikliği bulunmaktadır. Bölge insanında ve işletmelerde ortak iş yapma kültürü zayıftır. Sivil toplum kuruluşları turizm planlaması ve gelişimi konusunda aktif ve güçlü değildir. 	<ul style="list-style-type: none"> Coğrafi yapının da etkisiyle yerleşim alanları ve yapılaşmanın azdır Akrabalık ilişkileri güçlüdür. Uluslararası turizm pazarında tatil anlayışı değişmektedir. Doğa, kültür ve spor turizmine ilgi artmaktadır. Küresel ısınma neticesinde Karadeniz bölgesi turizmde ön plana çıkmaktadır. Organik ve doğal ürünlere yönelik farkındalık ve talep artmaktadır. Sağlıklı yaşam konusunda farkındalık artmakta ve yaygınlaşmaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> Turizm gelişiminin yerel halkı içermeyecek şekilde gerçekleşmesi Yerel halkın turizm gelişimini sahiplenmemesi Büyük şehirlerin bölgeden göçü tetikleme devam etmesi
SOSYAL			

Tablo 15. SWOT ve PEST Analizleri (Devam)

SWOT	
GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIFLIKLAR
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<p>SOSYAL (Devam)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paydaşlar arasında iş birliği ve eşgüdüm problemleri yaşanmaktadır. • Turizm sektöründe nitelikli işgücü yetersizdir. • Bölgenin nitelikli işgücünü çekme konusunda sorunlar yaşanmaktadır. • Sektördeki paydaşlarda (hem kamu sektörü hem de özel sektörde), yönetim, pazarlama ve satış konularında yetersizlikler bulunmaktadır. 	
<p>PEST</p> <p>TEKNOLOJİK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tesislerde ve alanın genelinde internet bağlantısı iyi/yeterlidir. • Merkezlerin bilgilerinin sunulduğu internet sitesi bulunmamaktadır • Bölgede teknolojik kapasitesi düşüktür. • Hem kamu hem de özel işletmeler yönetim ve tanıtım aracı olarak sosyal medya ve teknolojiden etkin şekilde yararlanmamaktadır. • Ürün ve hizmetlerde teknolojiden düşük düzeyde yararlanılmaktadır. • Teknolojik sorunların çözümünde dış firmalara ve şehir dışına bağımlılık bulunmaktadır. • Hem pazarlama hem de yönetim anlamında İnternet ve bilgi teknolojileri yetersiz kullanılmaktadır • Teknoloji yenilik konusundaki yetersizlikler bulunmaktadır. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Artan/çeşitlenen teknolojik kanalların tanıtım ve pazarlama için kullanılabilmesi imkânı artmaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rakip destinasyonların teknolojiyi daha yoğun kullanarak rekabet avantajı elde etmeleri

13. ILGAZ MİLLİ PARKI VE YAKIN ÇEVRESİNDE BULUNAN TURİZM TESİSLERİNİN MEVCUT BİNALARINI İLE FİZİKSEL ALANLARIN MİMARİ DEĞERLENDİRMESİ

13.1. Kastamonu Sınırları

ILGAZ DAĞI MİLLİ PARK BÖLGESİ:

- Sınırlarını konaklama tesislerinin belirlediği, insan ölçeğine uygun, kompakt ve son derece tanımlı açık sosyal alanı:
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Binalar ile tanımlanan açık sosyal mekân tarifi olumludur
- Açık sosyal mekânda, giriş/ çıkış/ gezinme/ donanım kiralama/ giyinme/düz zemin kayak alıştırma, ilk eğitim gibi birbirine karışan dolaşım alanları:
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Güvenlik önlemlerini ve konfor standartlarını sağlayacak, dolaşım akslarını ayıracak basit ve normlara uygun hafif bariyerler. Kayak ayakkabı giyimi için telesiyej öncesi, dış mekân mobilyaları ile oluşturulacak küçük ölçekli bir ortak mekân tesisi.
- Ortak açık alana hizmet eden, ziyaretçilerin ayaküstü, oturarak yeme içme ihtiyaçlarını sağlayacak satış noktalarının bulunmaması:
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Yeni yapılaşma sınırlıdır.
- Mescit ve ıslak hacimlerin en göz çarpıcı yerleşimde olması.
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Dış yapı tutularak, iç mekânın dışarıya servis verebilecek şekilde yeme/ içme ve yöresel ürünler satış noktası olarak düzenlenmesi. Mevcut yapının alt kotunda arka cepheden geçiş yapılacak şekilde ıslak hacimlerin yapılandırılması, mescit mekânının ıslak hacimlerden ayrıştırılması:
- Açıklama ve yönlendirme levhalarının karışıklığı:
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Açıklama ve yönlendirme levhalarının, birbirleri ile dil birliği içinde olacak şekilde yeni dolaşım şemasına göre, yeni tasarımları ile yenilenmesi, ihtiyaç fazlası kullanılmaması, düzenli kontrolü, solar/ yıpranan tabelaların demontajı.
- Rezervasyon Bürosu modüler polyester kabin kullanımı:
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Fonksiyona ve dağ dokusuna uygun olmayan kabinlerin ısı izolasyonlu modüler ahşap yapı konstrüksiyonları ile değiştirilmesi.
- Bina dış cephelerinde dağın dokusuna uygun olmayan yapı malzemeleri ve tabelalar:
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Özellikle eklentilerde ve reklam alanlarında kullanıldığı görülen alüminyum ve metal kaplamaların (örneğin Tarım ve Orman Bakanlığı ST giriş rüzgârlığı) dokuya uygun malzemeler ile değişimi. TSK Tesisleri cephesinde kullanılan ateş tuğlası cephe kaplaması ise olumlu örneklerdendir.
- Etap Altınel tarafından boşaltılmış olan bina ile ilgili statik gerekçelerle yıkım kararı alındığı bilgisi edinilmiştir.
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Alanın sınırları yeşillendirilerek otopark alanı olarak düzenlenmesi.
- Zirve Kafe araziye uygun yerleşimde, iniş noktasına uygun yakınlıkta, piste geçiş ile dolaşım şeması karışmayan, Ilgaz Dağlarına hâkim görsel şölene ve giriş kotunun altında seyir katına sahiptir.
 - **SONUÇ/ ÖNERİ:** Kullanıcıların beklentilerini karşılayacak konum ve mekânsal oranlara sahiptir. Giriş katında ahşap söve kullanımı ve ıslak hacimlerin kaplama ve vitrifiye malzemelerinin yenilenmesi.

ILGAZ 2-YURDUNTEPE KAYAK MERKEZİ:

- Günübürlük Tesis ve Kafeterya Binalarının, arazi içindeki konumları, kütle tasarımı, işleyiş şemaları ve seçilen yapı malzemeleri ile çevre ile son derece uyumlu olduğu ve kullanıcı ihtiyaçlarına tümü ile cevap verdiği görülmüştür.

(Arazide görülen ziyaretçilerin güvenliğini tehlikeye sokabilecek dönemsel/ geçici lokal çökme ile ilgili onarımın hızla yapılması veya bariyer ile tedbir alınması gerekmektedir)

13.2. Çankırı Sınırları

BOŞALTILAN DORUK OTEL MEVKİ:

Statik gerekçeler ile yıkım kararı alındığı bilgisi edinilmiştir.

- **SONUÇ/ ÖNERİ:** Yapının toz kontrolü, çevre duyarlı tahliye ve iş güvenliği tedbirlerini sağlayacak teknik belirlenerek en kısa sürede yıkımı yapılmalıdır.

DERBENT OTEL MEVKİ:

Mekanik tesislere yakınlığı, dağ yolundan kolay ulaşılabilirliği, Ilgaz Milli Park kayak pistine alternatif erişim sağlaması ile olumlu konumdadır, bölgeye çeşitlilik sağlamaktadır.

- **SONUÇ/ ÖNERİ:** Mekânların ölçekleri değiştirilmeden ve yayla/ dağ yapısı karakteristik özelliklerinin amaçlandığı içyapı malzemelerinin yenilenmesi.

YILDIZTEPE MEVKİ:

Kayak imkânı ile bölgeye oranla daha düşük rakımı ve düz platformları ile kolay ulaşılabilirlik, doğa ve kar deneyimi için daha ılıman koşullar, mesire yeri, doğal ortamda sosyalleşmek gibi farklı beklenti ve imkânlara olanak sağlamaktadır.

- **SONUÇ/ ÖNERİ:** Kayak Merkezi sosyal binası park alanı, yaklaşım, kayak donanım kiralama- hazırlanma, yeme içme dinlenme ihtiyaçları olarak olumludur. Dış mekân sosyalleşme imkânlarının artırılması.

14. HEDEF KİTLE VE PAZARLAMA STRATEJİSİ

Ilgaz Destinasyon Yönetim Örgütünün (DYÖ) Ilgaz destinasyonunun tanıtımı ve pazarlamasında atacağı ilk adımlardan biri markalaşma olmalıdır. Marka, bir ürün ya da hizmetin tüketicide bıraktığı etkidir. Pazarlama çalışmaları, satın alma kararını sağlayan tüm somut ve soyut öğeleri içerir. Marka aynı zamanda bir güvencedir. Bu güvencenin yaratılması için önce ürünün tekrar eder bir şekilde standartlaşması gerekir.

Turizmde destinasyonların markalaşması küresel piyasada sık görülen bir durumdur. Türkiye’de ise bu yaklaşım ulusal çapta veya birkaç destinasyonla sınırlıdır. Bazı bölgelerde çok markalaşma sorunu da gözlemlenmektedir.

Destinasyon markaları, bir şemsiye görevi görmelidir. Destinasyonu oluşturan tüm ürün ve hizmetleri yansıtmalıdır. “Ilgaz” markası da bu şekilde doğmalı; bölgenin doğası, tarihi ve kültürel kimliği, turistik çekiciliği, mevsimsel çeşitliliği ve hedef kitlelerini yansıtmalıdır. Yakın zamanda oluşturulan “Ilgaz” markası oluşturulurken çapraz referans sağlayabilecek, aynı ismi kullanan farklı sektör markaları ile yapılacak iş birliklerinin potansiyel faydaları da dikkate alınmalıdır.

Ilgaz markası altında pazarlama faaliyetleri yürütürken mevcut ve potansiyel pazar dilimleri coğrafi, demografik, psikografik ve teknografik açılardan tekrar ele alınmalı, belirlenen hedef kitlelere göre tanıtım ve satış stratejileri geliştirilmelidir. Ziyaretçilerin kış ve yaz profilleri iyi belirlenmeli, mevcut kış kitlesine diğer aylardaki olanaklara yönelik tanıtım yapılmalıdır. Ayrıca Kış sporları turizminde ulusal arenaya çıkmadan önce dağın gerek yurtiçi gerekse yurtdışında artan rekabete karşı özellikle Kastamonu, Çankırı, Ankara ve İstanbul’daki kitlesiyle daha sıkı bağlar kurması gereklidir. Bu bağlamda Millî Eğitim Bakanlığı’nın sömestr tatillerini dilimlendirmesi için lobi faaliyetleri gerçekleştirilmelidir. Zira sömestr tatilinin tüm kış mevsimine yayılması hem taşıma kapasitesinin zorlanması hem de yüksek fiyatların oluşması karşısında önemli bir adım olacaktır. Diğer mevsimler için ise, yine öncelik iç pazara olmak üzere, gastronomi, kültür, doğa ve spor öğelerini ön plana çıkaran tanıtım ve pazarlama faaliyetleri izlemek gerekecektir.

15. DAĞ YÖNETİM MODELİ

Turizm endüstrisi, geliştirilmesi ve *yönetilmesi* gereken oteller, yeme-içme hizmetleri, hediyelik ürünler, çekicilikler, turlar gibi çeşitli ürünler ve tedarikçiler, yerel halk gibi paydaşlardan oluşmaktadır. Her ne kadar endüstrinin tüm bu bileşenlerine yönelik profesyonel bir yönetim birikimi gelişmiş olsa da tüm bu ürünlerin bir alaşımı olan *destinasyonların* yönetilmesi konusu nispeten yeni bir öğretiler. Destinasyon yönetimi, yeni olduğu kadar makro bir vizyon ve sinerjik yaklaşımla çeşitli turistik bileşenlerin toptan değerini maksimum seviyeye çıkarabildiği için önemli de bir konudur.

Dünya Turizm Örgütü’ne göre (UNWTO, 2007, s.1); destinasyon “*turistlerin en az bir gece kaldığı fiziksel bir alandır*” ve “*en az bir günlük bir seyahat süresi dâhilinde turistik çekicilikler ve hizmetleri sunar*”. Günümüzde, zamansal ve mekânsal açıdan kısıtlı bu klasik destinasyon tanımının sınırları kırılmış ve daha geniş bir anlayışla “St. Gallen Mutabakatı” benimsenmiştir (Reinhold , Laesser, & Beritelli, 2015);

Bir turizm destinasyonu, piyasaya dönük üretkenlikte bir sistemdir. Turistler, zaman ve mekândaki davranışları ve alım güçleri dâhilinde akışlar oluşturarak bu sistemi etkinleştirirler. Arz tarafı ise pazarlanabilir birincil (örneğin; doğa ve kültür) ve ikincil (örneğin; altyapı ve hizmetler) kaynakları sağlayarak turistlerin tatil deneyimlerini üretmelerini destekler. Turistler ve tedarikçiler hep birlikte pazardan destinasyona ve geriye süregelen bir deneyimin eş-üretimini sağlarlar.

Destinasyon yönetimi, “*bir destinasyonu oluşturan tüm unsurların eşgüdümlü yönetimi*” olarak tanımlanmaktadır (UNWTO, 2007, s.4). Destinasyon yönetiminde eşgüdüm ve etkili liderlik iki anahtar kelimedir (Pechlaner, Kozak, & Volgger 2014). İyi yönetilen destinasyonlar sadece rekabetçi ve markalaşmış bir turizm değer zincirinin değil, aynı zamanda yerel ve bölgesel açıdan çevresel ve sosyoekonomik bir sürdürülebilirliğin de garantisidir (UNWTO, 2007, s.9).

Dinamik sistemler olan destinasyonların yönetilebilmesi için gelişmiş yapılar gerekmektedir. Bu tür yapılar bazen karşımıza örtülü “meta-yönetim” uygulamaları halinde çıkar, ancak çağdaş turizmin gerekleri artık “Destinasyon Turizm Örgütleri”nin kurulmasını esas kılmaktadır. Bu tür örgütler önde gelen turizm ülkelerinde sıkça gözlemlenmektedir (Pechlaner, Beritelli, & Volgger, 2015) Destinasyon Yönetim Örgütleri, ilk ortaya çıktıkları zamanlarda pazarlama üzerine yoğunlaşmış ancak günümüzde pazarlama yanında tüm yönetim faaliyetleri görev alanına girmiştir. Bu faaliyetler kaynak yönetimi, ürün geliştirme, iç ve dış iletişim, eğitim ve araştırma gibi farklı idari seviyelerdeki birincil (operasyona yönelik) ve ikincil (destek amaçlı) süreçleri kapsamaktadır (Tablo 16).

Tablo 16. Farklı İdari Seviyelerde Destinasyon Turizm Örgütü Faaliyetleri

Süreç	Faaliyet	Ulusal	Vilayet/ Bölge	Yerel
Birincil (Operasyona yönelik)	Destinasyon tanıtımı (marka ve imaj dâhil)	•	•	
	Rezervasyon (platform oluşturma ya da aracılık)			•
	Destinasyon iş birliği	*		•
	Ziyaretçi bilgilendirme			•
	Etkinlik geliştirme ve yönetme			•
	Çekicilik geliştirme ve yönetme			•
İkincil (Destek amaçlı)	Eğitim		•	•
	İş geliştirme danışmanlığı		•	•
	Strateji, Ar-Ge	•	•	•
	KOBİ'lere yönelik kampanyalar	•	•	•
	Tarafsız bilgilendirme hizmeti	•	•	•

Kaynak: (UNWTO, 2007, s.135) ve (Sainaghi, 2006)'dan uyarlanmıştır.

Destinasyon yönetimi, etkili bir liderliğin yanında verimli ve kapsayıcı süreç ve yapılara ihtiyaç duyar. Destinasyon yönetimi “ne” sorusunu, destinasyon liderliği ise “kim” sorusunu yanıtlarken, destinasyon yönetimi ise örgütsel arası ilişkiler ve örgütsel sınırlar boyunca süregelen ilişkilerin “nasıl” idare edileceği ile ilgili olarak süreç ve yapılara odaklanır (Pechlaner, Kozak, & Volgger, 2014).

Geleneksel olarak, ilk destinasyon turizm örgütleri kamu kuruluşlarından oluşmuş, bu oluşumu pazarlama sinerjisi ve maliyet paylaşımı ile ölçek ekonomisinden ve çeşitli dışsallıkların

içselleştirilmesinden yarar sağlamak isteyen pazar odaklı örgütler de izlemiştir. Kamu ve özel sektörün kendilerine has avantaj ve dezavantajlarının olduğu gerçeği (Tablo 17), destinasyon yönetim örgütlerinin yönetim yapılarının oluşumunda kamu-özel sektör ortaklıklarına (Tablo 18) daha fazla yer verilmesine neden olmuştur.

Destinasyon yönetim örgütlerinin öncü örneklerinin yaşandığı İsviçre’de uzun süren deneme-yanılma süreçleri sonucunda ve 1990’larda aşağıdan-yukarıya, 2000’lerde ise yukarıdan-aşağıya gelişen yapısal reformlar ışığında; destinasyonların “dinamik bir ağ sistemi” olma özelliği temel alınarak destinasyon yönetim örgütlerinin yeniden yapılandırılması gündeme gelmiştir (Tablo 19).

Tablo 17. Kamusal ve Özel Destinasyon Turizm Örgütlerinin Güçlü ve Zayıf Yanları

	Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
Kamu Sektörü	<ul style="list-style-type: none"> • Uzun vadeli, stratejik yaklaşım • Destinasyon farkındalığı yaratma • Kamusal alan yönetimi • KOBİ desteği • Kalite güvencesi 	<ul style="list-style-type: none"> • İş geliştirmede kesin bir odak bulunmaması • Ticari gelirler yaratmada zayıflık • Riskten kaçınma • Zayıf performanslara yönelik tolerans • Yavaş karar alma • Özel sektör ve kâr amacına yönelik güvensizlik
Özel Sektör	<ul style="list-style-type: none"> • Kısa vadeli, taktiksel yaklaşım • Satış odaklı • Müşteri ilişkileri yönetimi • Pazardaki fırsatlara odaklanma • Hızlı karar alma • Girişimci karakterli 	<ul style="list-style-type: none"> • Kamu yararına yönelik kesin bir ilgi olmaması • Uzun vadeli planlamaya yönelik sınırlı ilgi • Kaynak yetersizliği • Kamu karşısında isteksizlik geliştirme

Kaynak: (UNWTO, 2007, s.137.)

Tablo 18. Yönetişim Türüne Göre Kamu-Özel Sektör Birliktelikleri

Yönetişim Türü	Destinasyon Yönetimi için Özel Sektör ile Birleşme Yolu							
	Danışma Kurulu	Yönetim Kurulu	İrtibat Grubu	Özel Birlik	Üyelik	Kayıt	Taşeron	Müşteri
Kamu makamı	•		•	•		•		•
Ortaklarından hizmet alan kamu ortaklığı	•		•	•		•		•
Bir ortak yönetim biriminden hizmet alan kamu ortaklığı	•	•	•	•		•		•
Faaliyetlerini özel sektöre devreden kamu makamları					•		•	•
Kâr amacı gütmeyen kamu-özel sektör şirketi		•	•	•	•			•
Özel sektör tarafından kurulan birlik/şirket		•			•			•

Kaynak: (UNWTO, 2007, s. 137).

Tablo 19. Destinasyonlar ve Destinasyon Yönetim Örgütlerinde Paradigma Değişimi

	Klasik Görüş	Yeni Paradigma
Destinasyonlar		
Temel oluşum	Örgütsel bakış açısı değişikçe değişime uğrayan, sınırları bulanık bir alan	Çoklu, farklı, kesişen mekânlardan ve dinamik akışlardan oluşan bir alan
Pazar	Genellikle kümelenmiş, dilimlendirmeye dayalı farklı pazarlar	Amaç, faaliyet ve akışları homojen, belli bir Stratejik İş Alanına (SİA) yönelmiş pazarlar
İmaj ve marka	Birçok ürün markasının üzerinde tek bir destinasyon imajı ve markası	Çoklu imaj, çoklu SİA markaları, ancak tek bir destinasyon markası
Planlama ve araştırma	Rekabetçilik, sürdürülebilirlik ve yaşam eğrisi aşamasına göre araştırma ve planlama	Her SİA'nın kendi rekabetçi konumu ve yaşam eğrişi aşamasına göre araştırma ve planlama
Paydaş katılımı	Tümüyle kapsayışı – herkes her şeyle ilgili	İdari sınırlar içerisinde seçilmiş projelerle kamu ilgili, SİA'lara dair projelerle özel sektör ve kamu-özel sektör ortaklıkları ilgili
Destinasyon Yönetim Örgütleri		
Temel kapsam	Tüm ziyaretçi ve yerel tedarikçilere hizmet	Belli başlı hizmetlere ihtiyaç duyan ziyaretçi ve tedarikçilere katma değer yaratmak
Faaliyetler, görevler	Özellikle ortak finans kaynakları (örneğin; kamu, geceleme vergileri) dolayısıyla genel bir	Genel ve özel görevlerin tek bir örgüt veya bir örgütler grubunun özel yetkisi ve finansmanına bırakılması

	Klasik Görüş	Yeni Paradigma
Destinasyonlar	yaklaşım	
Yetkinlikler	Halkla ilişkiler, tanıtım, İBT ve sosyal medya gibi işlevler çevresinde oluşturulmuş istikrar – İşlevler ne kadar artarsa, örgütün etki gücü de o kadar artar.	SİA'ların ihtiyaçlarına göre oluşmuş, dinamik ve süreç destekleyici bir yapı
Örgütsel ve finansal unsurlar	Büyük bir ortak para havuzu	Farklı görevleri finanse eden sinerjik bir toplam, faaliyete göre maliyetlendirme
Uyumluluk	Düşük ve marjinal – eylem baskısı ve/veya yeni (kamu) finansmanına göre hareket	Yüksek – biten veya başlayan görevlere göre değişir
Performans ölçümü	Ziyaret ve satış istatistikleri gibi tanıtıma girdi sağlayacak kriterler	Proje temelli kazanımlar; ortak kurumlarla ilişkilerin orta ve uzun vadeli niteliği

Kaynak: (Beritelli, Bieger, & Laesser, 2014, s. 415).

Saha çalışmaları (Bornhorst, Brent Ritchie, & Sheehan, 2010), destinasyon başarısının ürün ve hizmet çekiciliği, nitelikli ziyaretçi deneyimi, toplumsal destek, erişilebilirlik ve konum gibi etkenlere bağlı olduğunu göstermektedir. Konum haricindeki dört etken de bir destinasyon turizm örgütü tarafından şekillendirilebilir. Dolayısıyla başarılı bir destinasyon turizm örgütü ile destinasyon başarısının garanti edilebileceği öne sürülebilir. Bu durumda, destinasyon turizm örgütünün başarısını etkileyen değişkenler iyi anlaşılmalıdır. Bunlar; tedarikçi ilişkileri, etkili yönetim, stratejik planlama, örgütsel odak ve yön, finansman ve nitelikli personeldir (Bornhorst, Brent Ritchie, & Sheehan, 2010). Yeni araştırmalar (Volgger & Pechlaner, 2014), kış turizminin kalbindeki başlıca destinasyonlardan Avusturya, İsviçre ve Güney Tirol'deki (İtalya) 80 destinasyon yönetim örgütünden veriler toplayarak bu başarı değişkenlerini mercek altına almıştır. Analiz sonuçları sırasıyla; stratejik ve fiili yönetimde profesyonellik, kaynak yaratma ve performansa dair şeffaflık değişkenlerinin örgüt ve dolayısıyla destinasyon başarısına en güçlü etkiyi yaptığını ortaya koymuştur. Ayrıca, ağ oluşturma yeteneğinin de destinasyon yönetim örgütünün bölgesindeki kabulü ve etki gücünü ve toptan başarıyı arttırdığı görülmüştür. Bir diğer deyişle, destinasyonları birer fiziksel mekânın ötesinde bir "sistem" ve "ağ" olarak algılayan bir anlayışa göre; destinasyon yönetim örgütlerinin yönetişimi, gücünü ağ oluşturma yeteneğinden alan bir otorite ile profesyonellik, şeffaflık ve kaynak yaratma yetenekleri üzerine inşa edilmelidir. Buradaki otorite güçlü bir "genel müdür"den ziyade bir orkestra şefi gibi sistemi teşvik eden ve harekete geçiren bir kişi olarak düşünülmelidir. Bu türden etkili bir liderlik için, otoritenin resmi hiyerarşiden ziyade paydaş kabulü ve entelektüel birikim ve/veya güç gereklidir (Reinhold , Laesser, & Beritelli, 2015).

Destinasyon yönetim örgütlerinin iyi yönetişimi Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) ve Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAI) gibi kurumlar tarafından bir standarda bağlanabilir. DMAI, üyelerine pazarlamada mükemmeliyeti esas alan Destinasyon Pazarlama Akreditasyon Programı'nı (DMAP) sunar. WTTC ise, Yarının Turizmi Ödüllerinin Destinasyon kategorisinde sürdürülebilirliğin çevresel, ekonomik ve toplumsal boyutlarına odaklanmaktadır. UNWTO, bu iki örneğe nazaran çok daha kapsamlı bir destinasyon yönetim sertifikası geliştirmiştir. Eski adıyla "UNWO Sbest/Ulysses Ödülü", yeni adıyla "Kamu Politikası ve Yönetişimde Yenilikçilik Ödülü" olan bu sertifika, sivil toplum ve paydaşlarla ilişkiler, stratejik ve kurumsal yönetim, program geliştirme ve uygulama, insan kaynakları yönetimi ve finansal ve altyapısal kaynakları dikkate almaktadır. Bu ödüle layık görülmüş başlıca destinasyonlar arasında Blackstone River Valley (ABD),

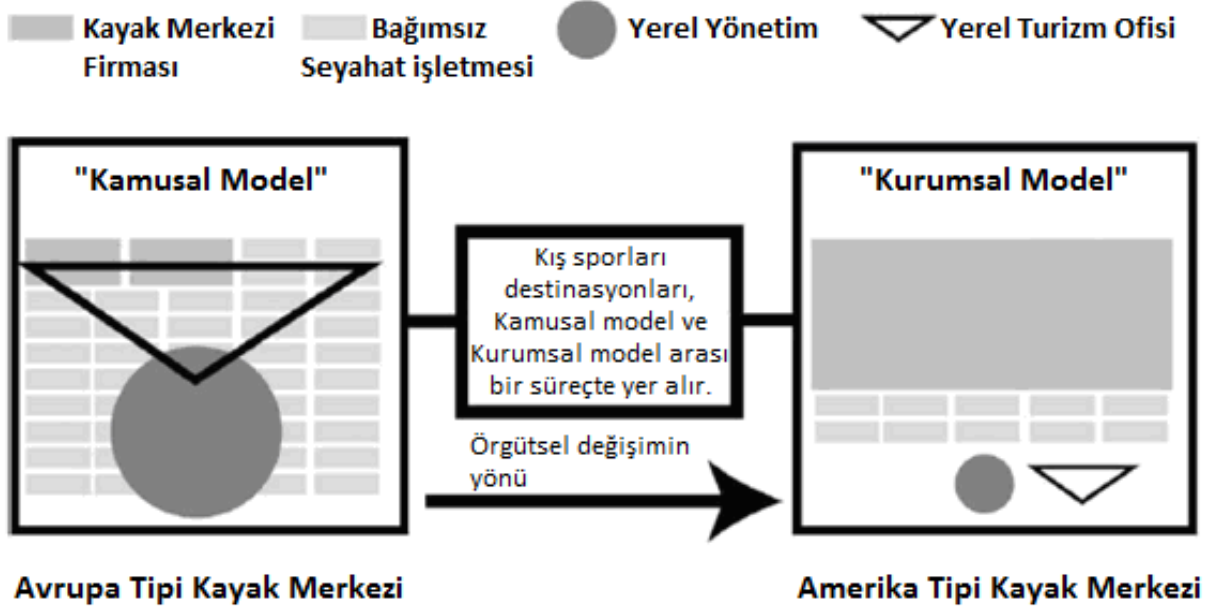
Tabasco Eyaleti (Meksika), San Martin de los Andes (Arjantin), KwaZulu-Natal (Güney Afrika), Valencia (İspanya), ve Cancun (Meksika) bulunmaktadır.

Yukarıda adı geçen destinasyonlar, eyalet, bölge, şehir, sahil kasabası ve "turizm/kültür merkezi/koridoru" gibi farklı idari düzey ve mekânsal ölçekleri temsil etmektedir. Bunlardan Blackstone River Valley'nin "Turizm Konseyi" iyi bir örnektir. Konsey, 1985 yılında yasa ile kurulmuştur. Konseyin bir bölgesel temsilciler kurulu tarafından idare edilen ve konaklama vergisi, kamu ve özel sektör desteği, bağışlar, ödenekler ve kendi gelir üreten faaliyetlerinden finansman sağlayan, vergiden muaf bir kurum olarak hareket etmesi öngörülmüştür. Konseyin kurulduğu günden bu yana yerel ve merkezi yönetimler, sivil toplum ve işletmeler arasında yürüttüğü iş birliği ve liderlik çabaları sonucunda sürdürülebilir bir vizyonla ziyaretçi sayısı artmış; bu başarı refah sahibi bir toplum, temiz bir çevre ve güçlü bir ekonomiye yansımıştır. Bu bağlamda takip edilen başlıca görevler; toplumsal adalet ve kalkınma, eğitim, kentsel planlama ve tasarım, afetlere dayanıklılık, etkinlik programlama, yerel girişimcileri destekleme, sanat ve yaratıcılığı destekleme ve tanıtım desteği olmuştur. Bölge içi ortaklıklar yanında, konsey amaçlarına ulaşma adına komşu eyaleti Massachusetts'teki Blackstone Heritage Corridor, Inc. ile de işbirliği yapılmıştır (Blackstone Valley Tourism Council, 2016).

Kış sporları turizminde destinasyon yönetimi ve yönetişimi de son zamanlarda sıkça araştırılan bir konu olmaktadır. Bir kayak merkezi, ya da daha geniş bir ifadeyle; bir kış sporları destinasyonu, "*kış sporları turistlerinin özel ihtiyaçlarına hizmet etme amaçlı tüm şirket, örgüt, faaliyet, alan ve tesisleri kapsayan coğrafi, ekonomik ve sosyal bir birim*" olarak tanımlanmaktadır (Flagestad & Hope, 2001, s.449).

Flagestad ve Hope'a (2001) göre; stratejik iş alanları olarak değerlendirilmesi gereken kış sporları destinasyonlarının sürdürülebilir kalkınma ile ziyaretçiler için maksimum bir sürdürülebilir değer yaratma başarısına ulaşabilmeleri için doğru örgütsel tasarım ve yapıya sahip olmaları gerekir. Bu bağlamda, destinasyonların örgütsel yapıları, kamusal (Avrupa tipi) modelden kurumsal (Amerikan tipi) modele süregelen bir doğru üzerinde yer almaktadır (Şekil 18). Kamusal uçta; yerel yönetimler ve/veya turizm müdürlükleri tarafından idare edilen, az sayıda kayak işletmesi ve birçok (turizmle doğrudan veya dolaylı ilgili) işletmecinin dağınık ve bağımsız bir şekilde hareket ettiği nispeten siyasi bir yönetim söz konusudur. Tam bir kurumsal model ise, tamamen şirketleşmiş bir destinasyona işaret eder. Bu oluşum, özellikle kış sporları destinasyonları açısından, oldukça teoriktir. Bununla birlikte müşteri ve süreç odaklı günümüz destinasyon yönetim örgütlerinden bazılarının kurumsal modele önemli birer örnek teşkil ettiği söylenebilir. Ancak stratejik başarı için bu yapısal süreç içerisinde en doğru yaklaşım, iki modelin de iyi yanlarına sahip, iki veya daha fazla kayak şirketini rekabet ederek standartları yükselttiği kurumsal veya şemsiye bir kamusal modeldir.

Kış sporları destinasyonlarında hangi modelin iyi bir yönetim çerçevesi yaratacağı halen tartışma konusudur. Flagestad ve Hope'un (2001) konuya ilişkin son yorumları; kurumsal modelin müşteri memnuniyeti ve ekonomik performans açısından, kamusal modelin ise bir nebze de olsa sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik açısından daha üstün olduğu yönündedir (Demiroğlu, 2015). Kurumsal model, özellikle Kuzey Amerika'da, olumsuz görülen çevresel ve sosyokültürel etkileri nedeniyle kimi kesimlerce (Clifford, 2002) şiddetle eleştirilmektedir.



Şekil 25. Kış Sporları Destinasyonlarının Örgütsel Yapıları

Kurumsal model, 1980'li yıllarda Kuzey Amerika kış sporları turizmi pazarında yaşanan durgunluğu takiben ortaya çıkan konsolidasyon eğilimleri esnasında evrilmiştir. Günümüzde, Vail ve Intrawest gibi halka açık dev şirketler ABD ve Kanada'da pazar payının büyük bir kısmını kontrol etmektedir. Güçlendirilmiş kurumsal model, Compagnie des Alpes'in (Fransa) "superstation"ları ve geleneksel olarak kamunun güçlü olduğu İskandinavya'da bile kendini göstermiştir (Flagestad & Hope, 2001; Demiroğlu, 2015).

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere; teori ve pratikte çeşitli destinasyon yönetim çerçeveleri çizmek mümkündür. Destinasyon yönetim örgütünün yapısının belirlenmesinde tüm paydaşlar yer almalıdır. Zira model seçimi, ağ etkinliğini de etkileyecektir. Paydaşlar da, kendi örgütsel yapıları, ilişkileri, finansal kaynakları ve kamusal dereceleri açılarından incelenmelidir. Kamu ve özel sektörün dâhil olma dereceleri genellikle destinasyon yönetim örgütünün yapısını belirleyecektir. Dâhil olma derecesi, örgüte verilecek/devredilecek yetki alanını, bir diğer deyişle; destinasyon yönetmede gösterebileceği liderlik gücünü de netleştirecektir. Ilgaz'da gerek özel sektör gerekse kamudan paydaş ve yöneticisi çok sayıdadır. Bu paydaş ve oyuncuların destinasyon yönetimine yönelik kaynak ve bilgi seviyeleri önemli farklılıklar göstermektedir. Başlangıç olarak, kaynak açısından daha güçlü olan kamunun liderliğinde ancak özel sektörün profesyonelliğinde, bu iki ucu dengeleyebilecek bir lider (grup) önderliğinde bir yapı denenebilir. Kamunun otorite gücünü arkasına alarak özel sektöre daha geniş bir iş birliğinde icraat alanı bırakmak başarıyı beraberinde getirebilecektir. Ancak böyle bir model içerisinde de faaliyetler yakından denetlenmeli, kısa vadeli ticari hedeflerin uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflerin önüne geçmesine izin verilmemelidir. Bu husus, destinasyonun tüm paydaşlarının örgütsel yapıya dâhil edilmesinin önemini bir kez daha yinelemektedir. Öte yandan, yapı içerisinde denetimden sorumlu olacak kamu yetkililerinin siyasi seçimlerle değişken olması, yapının işlevselliğini bozacaktır. Dolayısıyla ilgili kamu yetkililerinin istikrarlı pozisyonlardan seçilmesi önemlidir.

Destinasyon yönetiminin sağlanması için örgütlenme ilk adımdır. Türkiye, önemli bir turizm ülkesi olmasına rağmen, profesyonel destinasyon yönetimine dair çok nadir örneklerle sahiptir. Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'na 2006 yılında eklenen madde ile "*Kültür ve turizmi koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde, alanın bütüncül bir anlayışla korunması, geliştirilmesi, tanıtımı, kültür ve turizme ilişkin sosyal ve teknik altyapının gerçekleştirilmesi ve işletilmesini sağlamak amacıyla*" (Resmi Gazete, 2006b), "Turizm Altyapı ve Hizmet Birlikleri"nin kurulması gerektiği ifade edilmiştir.

Söz konusu birliğe turizm belgeli konaklama tesislerinin temsilcileri ile ilgili kamu kurumlarının katılım sağlayacağı ifade edilmektedir. Aslında söz konusu yapı destinasyon yönetim örgütü (DYÖ) oluşumu olarak öngörölmüş yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak önerilen yapıların çok işlevsel olmadığı ve aslında kamu sektörüne dayandığı ve sektörün ve destinasyonların asıl sahipleri olan özel sektör ve yerel halkın içerilmediği görölmektedir.

Paralel şekilde, TTS'de söz konusu altyapı birliklerinin kurulması ve kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının turizm faaliyetlerinin planlanması ve yürütölmesi için iş birliği yapmalarının, ayrıca yerel halkın sürece etkin şekilde katılımının sağlanması gerektiği ifade edilmiştir. Bu çerçevede Ilgaz Dağının bir bütün olarak yönetilmesi potansiyelin daha etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacaktır. Söz konusu bütüncül yaklaşım "sadece kış turizmi ile değil alternatif turizm türlerinin de her bir tesisinin kendi başına ve toplu halde yaratacağı değerden çok daha fazlasını yaratarak sürdürülebilir kalkınmaya da katkı sunacaktır" (KUZKA).

Ayrıca, KUZKA Kurumsal Stratejisi'nde "*Kalkınmaya Öncülük Eden Yapılarda Kurumsal Dönüşümü Sağlamak*" ana hedefler arasında yer almakta olup paydaşların kurumsal kapasitelerinin ve bilgi ve farkındalığının artırılması hedeflenmektedir. Dolayısıyla, Ilgaz Dağı'nın iki ilin iş birliği ve ortaklığı ile bütüncül şekilde yönetilmesinin KUZKA'nın da temel amaçları arasında yer aldığı ifade edilebilir.

Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın hem Kastamonu hem de Çankırı illerinin sınırlarında olması her iki il için turizm potansiyeli yaratmasına rağmen, Milli Parkın ve Ilgaz Dağı'nın yönetiminin daha çetrefilli olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla kamu kurumlarının çalışmaları ve politikaları/uygulamaları arasında iş birliğini oluşturmalıdır. Ayrıca, kamu sektörünün yanı sıra özel sektörün, sivil toplum kuruluşlarının ve yerel toplumun da söz konusu örgütlenme içinde yer alması sürdürülebilir bir turizm gelişimi için elzemdir.

Destinasyonlar, fiziksel alanlar olmanın çok ötesinde sistemler ve ağlardan oluşmaktadırlar. Dolayısıyla paydaşların katılımı ve iyi tasarlanmış kapsamlı stratejiler olmadan, münferit faaliyetler ve eylemler birbiriyle çelişebilir ve kaynak ve çabaların israfına neden olabilir. Bu nedenle, bir destinasyonla ilgili tüm işlerin, hedeflenen destinasyondaki tüm paydaşları kapsamlı bir şekilde temsil eden tek bir organ aracılığıyla yönetilmesi esastır. Dolayısıyla, koordinasyon, bağımlılık ve sürdürülebilirlikle ilgili zorluklar, bireysel paydaşların gücünü birleştiren DMO aracılığıyla daha rahat aşılabilir.

DMO'ların (DYÖ) önemi ve etkinliği geniş ölçüde kabul görmektedir, ancak yapılarına ilişkin farklı yaklaşımlar vardır. İlk kurulan DMO'lar kamu idareleri tarafından kurulmuş, yönetilmiş ve finanse edilmiş ancak sonrasında bazı destinasyonlarda özel sektör öncülüğünde DMO'lar kurulmuştur. Her iki modelin de bazı kısıtlamaları vardı. Kamu kaynaklı DMO'lar piyasa koşullarını dikkate almazken, özel sektöre dayanan DMO'lar ise mali eksikliklerin yanı sıra toplumsal yarardan ziyade "kar maksimizasyonu" perspektifine odaklanmışlardır. Dolayısıyla günümüzde ilk iki yaklaşımın bileşimi olarak kamu-özel sektör iş birliği ön plana çıkmakta ve sivil toplumun da bu iş birliğine katılımı gerektiği kabul edilmektedir (Presenza, 2005).

16. DYÖ ÇALIŞMA ALANLARI ve FAALİYETLERİ

DYÖ'nün dışsal- pazar eksenli- ve içsel faaliyet alanları vardır. Bunlar bütünüyle geliştirilebilir veya daha yüksek bölgesel/ulusal bir DYÖ gerekli operasyonu üstlenirse sınırlandırılabilir. DYÖ'nün çalışma alanlarının geliştirilmesi ihtiyaçlar ve hedefler, İK veya mali kaynaklar vb. düşünölerek çeşitli aşamalara bölünebilir.

Tam anlamıyla bir DYÖ aşağıdaki çalışma alanlarını kapsar:

- **Kalkınma planlama ve stratejik projeler**
 - Turizm vizyonu ve strateji hazırlama
 - Faaliyet planlama
 - Çekirdek turizm yatırım projelerinin tanımlanması
- **Turizm kaynak envanteri, değerlendirme ve turizm ürün geliştirme**
 - Turist kaynakları ve cazibe noktalarının tanımlanması
 - Turizm cazibe noktalarının veri tabanı
 - Destinasyon ve destinasyonlar arası turizm ürünleri geliştirme
 - Etkinlik organizasyonu ve yönetim
 - Girişimciliğin ve turizmle alakalı KOBİ'lerin teşviki
- **Toplantılar, Özendiriciler, Kongreler ve Etkinlikler**
 - Profesyonel toplantılar, çalıştaylar, tartışma masalarının organizasyonu
 - Tur operatörleri, seyahat acenteleri, basın vb. için özendirici seyahatlerin organize edilmesi
 - Kongreler, fuarlar vb. organize edilmesi
 - Etkinliklerin organize edilmesi ve yönetilmesi
- **Pazar araştırması ve istatistikler**
 - Temel turizm istatistikleri
 - Turizm Uydu Hesabı (Tourism Satellite Account) ve turizm ekonomik önem ölçümleri
 - Konuk anketleri
 - Çevrimiçi anketler
 - Benchmarking (Kıyaslama)
- **Turist bilgi toplama, yönetimi ve dağıtım**
 - Turist imkânları, kapasiteleri, hizmetleri, etkinliklerinin veri tabanının güncelleme ve organizasyonu
 - Hedef pazarlar ve müşterilere göre turist bilgisinin yönetimi
 - Lobcilik, pazarlama, halkla ilişkiler, dağıtım kanalları, lokasyonlar, diller için turist bilgisinin dağıtım ve kullanımı
- **Turist tanıtımı ve pazarlama**
 - Pazarlama stratejileri ve eylem planları
 - İmaj ve Marka geliştirme
 - Pazar iletişimi (fuarlar, çalıştaylar, reklamlar, halkla ilişkiler)
 - Tanıtım materyallerinin üretilmesi (broşürler, posterler, kitapçıklar, haritalar, cd'ler...)
 - E-turizm işi (internet portalı, çevrimiçi pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi, merkezi rezervasyon sistemi, biletleme...)
- **Turizm kalite yönetimi ve müşteri ilişkileri yönetimi**
 - Turizm tesisleri ve hizmetler için kalite standartları (konaklama sınıflandırması, mekanik tesisler, spa merkezleri, kongre sınıflandırmaları, turist rotaları)
 - Turizm kalite ödülleri ve sertifikaları geliştirme
 - Turistlerin memnuniyet ölçümleri (turistlerin şikâyetlerinin yönetimi, gizli konuk analizleri vb.)
- **Turizm bilgi yönetimi**
 - Turizm eğitim programlarının uygulaması
 - En iyi uygulamaların aktarımı
 - Eğitim ziyaretleri
- **Lobicilik, savunuculuk ve iletişim (halkla ilişkiler)**
 - Turizmin sürdürülebilir kalkınma, doğal ve kültürel kaynak ve cazibe noktalarının değerlendirilmesi ve korunması, bölgesel kalkınma, istihdam ve gelir, bölge ve ülke

imajının yükseltilmesi için önemli bir rol oynadığına dair savunuculuk.

- Turizm ve onun öneminin siyasi ve iş çevrelerinde, kurumlarda ve STK'larda temsil edilmesi
- Turizm bilinç artırma planları, faaliyetleri ve kampanyaları
- **Turizm kalite ve standartlarının izlenmesi/kontrolü**
 - Tedarikçilerin ve turistlerin turizm destinasyonundaki "davranış" kurallarını (turist faaliyetlerinin bölgenin, açılış-kapanış saatleri, pistlerdeki kayakçılar için kurallar) ; altyapı hizmetlerinin operasyon kurallarını (atık toplama...) belirlemek
 - Sınıflandırma ve diğer kalite standartlarının, turist gelişleri/geceleme kayıtları, destinasyonun davranış kurallarının izleme faaliyetlerinin uygulaması

DYÖ'nün iç saha faaliyetleri

- DYÖ organlarının ve organizasyon yapısının işlerliği
- Üyelik yönetimi
- Finanse etme ve fon yaratma
- Çapraz-pazarlama planlama ve yönetimi
- Ağ oluşturma
- Muhasebe
- İK yönetimi
- Yasal mevzuat
- Pazarlama faaliyetlerinin verimliliğinin izlenmesi

Kayak merkezleri açısından ise doğal olarak kış sporlarına yönelik teknik altyapısı ile kayak dışı faaliyetler ile yaz aktivitelerinin ortak yönetimi de genellikle DYÖ'nün görev ve sorumlulukları arasında yer almaktadır. Aşağıdaki şekilde klasik yönetim örgütlerinin temel görev alanları gösterilmektedir.



Şekil 26. Dağ yönetim örgütünün temel sorumluluk alanları

16.1. DYÖ'nün Finansmanı

DYÖ işleyişinin mali kaynakları ideal olarak yasal bir zeminde kamu kaynaklarıyla garanti altına alınmış olmalıdır. Finansman sabit olmalıdır. Kamu mali kaynakları yanında özel sektör de DYÖ bütçesine gelirleri oranında belirli yıllık taban oranı ile ya da turizm tedarikçisinin büyüklüğü ve doğrudan/dolaylı turizm talebiyle ilgi düzeyine göre sabit yıllık bir ücret ile katkıda bulunmalıdır.

Bir DYÖ genelde aşağıdaki ana mali kaynaklara sahiptir:

- o Kamu kaynakları (bakanlık, ulusal turizm organizasyonları, belediye/belediyeler, uluslararası kamu program kaynakları)
- o Genellikle gecelemelelere dayalı turizm vergisi (ya da bedeli)
- o Bazı turizmle ilgili iş faaliyetlerine uygulanan imtiyaz bedelinin bir kısmı (gazinolar, termal ve mineral suların çıkarılması, benzersiz doğal cazibe noktaları)
- o Turizm sektörüyle ortak finansman (üyelik ücretleri)
- o Oda ve ev kira hizmeti sunanlar (üyelik ücreti)
- o Pazarda satılan ürünlerden elde edilen karlar (ürün ve hediyelik eşya satışı, turizm markalı ürünlerin franchise ticareti, etkinlik organizasyonları, provizyon ve rezervasyon hizmetleri, rehberlik, kiralama hatta ziyaretçi merkezlerindeki gıda ürünleri satışı)
- o Proje fonları (yerel/ulusal ve/veya uluslararası)
- o Yerel/ulusal ve uluslararası kaynaklardan bağışlar

DYÖ'nün bütçesinin mali gücü ve kaynaklarına göre 6 aylık veya yıllık operasyonel program aşağıdaki şekilde bölümlenebilir:

- TEMEL- Kamu kaynaklarıyla finanse edilen temel-sabit faaliyetler (tanıtım ve pazarlama, turist bilgi merkezi operasyonları vb.)
- İŞ-EĞER özel sektör DYÖ'nün bütçesine katkıda bulunursa iş-pazar yoğun faaliyetler (turizm ürünleri geliştirme, çevrimiçi rezervasyon, ek pazarlama faaliyetleri, turizm temsilciliği ve lobicilik, turizm kalite geliştirme, eğitimler vb.)
- PROJE- ekstra proje kaynakları kamu veya özel sektörden elde edilebilirse ekstra faaliyetler (turizm vizyon ve stratejisinin hazırlanması, turizm ürün geliştirme, ürün zinciri ve marka geliştirme, eğitim projeleri vb.)

17. ÖNERİLER

17.1. Ilgaz Dağı Milli Parkı Ve Bölge Turizmde Ürün Çeşitliliğinin Oluşturulmasına Yönelik Öneriler

UDGP ile Mutlak Koruma Bölgesi olarak belirlenen Kozançal Tepe ve çevresi, *Genista vuralii*, *Verbascum abieticum* gibi bölgesel endemikleri barındırması dolayısıyla flora açısından önemli alanlardır. Dolayısıyla alan, ideal bir manzara seyir ve fotoğraf çekimi alanı oluşturmaktadır. Bölge aynı zamanda kuş gözlemi açısından da uygundur. Söz konusu bölgeye kesinlikle inşaat yapılmaması önerilmekte olup yetkili kurumlar tarafından ziyaretçilerin girmemesinin gerekli görüldüğü alanların uzaktan izlenebilmesine/incelenebilmesine yönelik düzenekler (dümbün vs.) hazırlanarak ziyaretçilerin doğal yaşama zarar vermeden alanı incelemesi/gözlemesi imkânı tanınmalıdır. Arpasekisi Yaylası, Baldıran Mevkii ve Baldıran Tepe Çevresi ise barındırdığı bitki türlerini çeşitliliğinin yanı sıra yaban hayatı için üreme, beslenme ve yaşam alanı olması açısından önemlidir. Doğal güzellik açısından ön plana çıkan ve Ilgaz Dağı'ndan ismini alan *Dactylorhiza Ilgazica* türünü (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (d)) barındıran Kızılyalak Deresi civarındadır. Dere boyunca fotoğrafçılar için ilgi çekici alanlar bulunmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d.

(d)). Benzer şekilde, 100 metre derinliğe 200 metre uzunluğa olan Karanlık dere ve çevresinde macera rotaları, etkinlikleri düzenlenebilir. Söz konusu alanlarda özellikle gençlere ve çocuklara yönelik aktivite alanları düzenlenebilir. Bu çerçevede, Milli Park doğaseverler için çeşitli alternatifler sunmaktadır.

Her ne kadar, Ilgaz Dağı UDGP Plan Hükümlerinde, söz konusu planda belirtilen

- Bostan Köyü – Ilgaz kamp Alanı;
- Derbent – Haydarın mevkii – Arapsekisi; Derbent oteli – Arapsekisi;
- Ilgaz Dağı Kayak Merkezi- Arapsekisi Yaylası- Kozançal Tepe- Karakeçilik Tepe- Ilgaz Dağı Kayak Merkezi;
- Ilgaz Kamp alanı – Mülayim yaylası;
- Karakeçilik Tepe- Samanpazarı Pınarı- Milli Park Güney Sınırı- Haydarın Sırtı- Tanıtım Merkezi;
- Milli Park – Kırkpınar Yaylası;
- Oteller bölgesi (bisiklet ve yürüyüş rotaları)
- Tüfekçiler – Milli Park;
- Zirve – Karanlık Dere Vadisi – Arapsekisi (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (a))

rotaları haricinde rota oluşturulmaması gerektiği ifade edilmiş olmakla birlikte, çeşitlilik yaratmak ve belli güzergâhlarda yoğunluk oluşmasını önlemek adına yürüyüş, foto safari, kuş/kelebek gözlem/inceleme rotalarının oluşturulması yararlı olacaktır. Dolayısıyla, Milli park içerisinde farklı zorluk dereceleri olan ve uluslararası sisteme uygun şekilde işaretlenmiş yürüyüş rotalarının belirlenmesi ve söz konusu rotaların GPS koordinatlarının ilgililerinin hizmetine sunulması gereklidir. Yine, UDGP ile de öngörüldüğü üzere, güzergâhlar üzerinde doğaya uyumlu ve doğal malzemelerle yapılacak şekilde bilgilendirme ve tanıtım ile uyarı levhaları düzenlenmelidir. Yine söz konusu rotalar üzerinde uygun alanlarda tuvalet, çeşme, dinlenme/mola/seyir alanları gibi altyapı (yine doğal malzeme kullanılarak) sağlanmalıdır. UDGP ile Arapsekisi Yaylası, Kozançal Tepe ve Karakeçilik Tepe’de mola ve seyir noktaları önerilmekte olup yeni belirlenecek rotalar sonrasında belirlenecek diğer uygun ve gerekli alanlara da yapılması önerilmektedir.

Örneğin Çatak Kanyonu (Azdavay/Kastamonu) Varla (Valla) Kanyonu (Pınarbaşı/Kastamonu); Horma Kanyonu (Pınarbaşı/Kastamonu); Aydos Kanyonu (Cide/Kastamonu); Ersizler Dere Kanyonu (Küre/Kastamonu), Küçük Cehennem Kanyonu (Küre/Kastamonu) gibi kanyonlar bütüncül bir kanyon rotası/yürüyüş, trekking, rafting, kanoculuk vs. içerikli olarak düzenlenmelidir. Benzer şekilde bölgenin sahip olduğu mağaralar (Ilgarini Mağarası, Tuz Mağarası vs.), şelaleler (Ilca Şelalesi) ve tabiat anıtları gibi değerleri de söz konusu rota mantığı çerçevesinde değerlendirilmelidir. Belirlenen bu rotalar uluslararası işaretleme sistemi çerçevesinde işaretlenerek koordinatları da belirlenerek meraklılarının hizmetine sunulmalıdır.

Söz konusu rotalar bölge insanı ve tarihi ile iletişimi ve etkileşimi arttıracak şekilde düzenlenebilir. Örneğin Küre Dağı’nın endüstriyel geçmişini ve söz konusu geçmişin kültürel yansımalarını misafirlere aktaracak bir Müze oluşturulabilir. Söz konusu müze sadece yetişkinlere yönelik değil, uluslararası örneklerde olduğu gibi, çocuklara yönelik öğretici oyun alanlarını ve/ya da gençlere yönelik eğlence (tarihi tüneller, bakır çıkarımları, korku tünelleri vs.) faaliyetleri de içerecek şekilde düzenlenmelidir (KUZKA, 2016c).

Bunun ötesinde, özellikle Kastamonu ilinde deniz sahilinde müsait alanlar söz konusu rotalar için bir başlangıç/bitiş veya mola noktası şeklinde de değerlendirilmelidir. Ayrıca bu noktalarda rüzgâr sörfü/yamaç paraşütü gibi ürün çeşitliliği de hem rotaların hem de rota dışında deniz kullanımı amaçlı misafirlerin ilgisini arttırabilir (KUZKA, 2016b).

"Sarıkamış Şehitlerini Anma Bisiklet Turu" Kastamonu Güzergâhı (Abana, İnebolu) KUZKA tarafından hazırlanan *TR82 Yatırım Ortamı Değerlendirme Raporu'nda* (KUZKA, 2016b) belirtilen Kırkpınar Yaylası, Yıldıztepe Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi, Yenice- Mülayim Yaylası rotasının yanı sıra farklı zorluk derecelerinde bisiklet rotalarının belirlenmesi gereklidir.

Günümüzün en önemli turistik çekicilikleri arasında yer alan gastronomik zenginlikler açısından özellikle Kastamonu ili potansiyele sahiptir. Bu çerçevede, yerel bilgiyi ve beceriyi kullanabilmek adına yerel katılımlı yemek yarışma/etkinliklerin düzenlenmesinin yanı sıra, ulusal ve uluslararası aşçılar/ustaların katılımıyla yenilikçi sunum ve pişirme tekniklerinin geliştirilebilmesi amacıyla yarışmalar gerçekleştirilebilir.

TR82 illeri dışarıya yoğun göç vermiş olmakla beraber, göç edenlerin bölge ile bağlantılarını devam ettirme eğiliminde olduğu ve özellikle yaz aylarında hem yurtiçinden hem de yurtdışından bölge kökenli insanların tatil amaçlı bölgeyi ziyaret ettikleri belirtilebilir (KUZKA, 2016a). Bu kapsamda, yerel halkın sosyalleşebileceği ve bölge dışında yaşayan/büyüyen yeni nesillere yerel kültürü tanıtabilecek/hatırlatacak etkinliklerin düzenlenmesi bölgeye ekonomik ve sosyal bir canlılık katacaktır. Kastamonu Daday At Yarışları Sportif Faaliyetleri, Çankırı Bayramören, Çerkeş ve Kurşunlu ilçelerinde yapılan paraşüt turnuvaları gibi etkinlikler söz konusu etkinlikler için örnek olarak belirtilebilir (KUZKA, 2016a). Benzer şekilde Kastamonu ve Çankırı illerinde İstiklal Yolu üzerinde farklı zamanlarda gerçekleştirilen "Atatürk ve İstiklal Yolu Yürüyüşleri"nin birlikte düzenlenmesi; hem parkurun genişletilerek aktivitenin süresinin uzatılması hem de her iki ilin birlikte iş yapma kültürünün geliştirilebilmesi için önemli bir adım olacaktır. Bunun ötesinde İnebolu – Kastamonu arasındaki 95 km'lik bölümde (KUZKA, 2016c) olduğu gibi rotanın bütününe uluslararası standartlara uygun şekilde işaretlenmesi, koordinatlarının haritalanması ve Kurtuluş Savaşı dönemini ve kahramanlarını simgeleyecek anıtların yapılması, rota üzerinde yer alan değerlerin 3 boyutlu tanıtılması, rota üzerinde mola/dinlenme ile seyir noktalarının belirlenmesi ve gerekli altyapıların doğal malzeme ve çevreye uygun şekilde düzenlenmesi yararlı olacaktır.

Yapılacak planlama ve çalışmalarla şehir dışından (özellikle Ankara'dan) daha çok sayıda misafirin gelmesi stratejisinin yanında yerel insanların da bölgeyi daha çok ziyaret etmelerini sağlamak ön planda tutulmalıdır. Bir turizm merkezinin sürdürülebilir gelişimi için öncelikle bölge insanının sahiplenmesi gerektiği unutulmamalıdır.

Köylüler köy gençlerinin Milli Park'taki tesislerde istihdam edilmesi, yöresel ürünlerinin satılabilmesi, turistlerin köylerinde konaklamasına yönelik çalışmalar sonucunda onlara da gelir imkânı oluşturulması gibi beklentilere sahiptir. Bu çerçevede, Çevre ve Orman Bakanlığı, Alan Kılavuzlarının Seçimi, Eğitimi, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik çerçevesinde, özellikle çevre köylülerden oluşacak şekilde alan kılavuzları sayısı ve niteliğinin artırılmasının da gerekli ve yararlı olacağı mütalaa edilmektedir. Bu kapsamda, yerel insanların eğitilerek misafirlere profesyonel hizmet sunmalarına yönelik yerel rehberlik sistemi oluşturulabilir ve bu kapsamda eğitimler verilebilir.

UDGP'de (AKS Planlama, n.d. (a)) Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü'nün onayına bağlı olarak Milli Park içerisinde kampçılık faaliyetinin düzenlenebileceği ifade edilmektedir. Bu çerçevede, kamp alanlarının Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik (Resmi Gazete, 2019) hükümleri çerçevesinde güvenliklerinin sağlanması, sınırlarının çit, duvar, yeşillik gibi düzenlemeler ile belirlenmesi ve aydınlatılması gerekmektedir. Bunun ötesinde, yine kamp alanlarının haritalandırılması ve rotalarla (sadece Milli Park sınırları içindekilerle değil, bölgesel düzeyde düzenlenecek rotalarla da) ilişkilendirilmesi gerekmektedir.

Aynı şekilde hem rakım olarak hem de doğal ve iklimsel koşullar açısından sporcu kampları için uygun imkânlar oluşturmaktadır. Bu kapsamda bireysel ve/veya takım sporları için özellikle mukavemet/performans çalışmaları için olanakların araştırılması ve altyapıların oluşturulması özellikle yaz dönemi ve kış sezonu sonrası için alanın kullanımı açısından olumlu yansımaları olacaktır.

UDGP ile Milli Park içerisinde, Kastamonu ve Çankırı İl Çevre ve Orman Müdürlüklerinden gerekli izin alınması ve doğal yapıda hiçbir değişiklik yapmayan ve inşaat gerektirmeyen açık alan faaliyetlerinin yapılabileceği belirtilmektedir (AKS Planlama, n.d. (a)). Bu kapsamda, kayak alanlarına yakın alanlarda çocukların ve ailelerin birlikte ve ayrı ayrı vakit geçirebilecekleri mekânlar oluşturulmalıdır. Aynı şekilde yaz dönemleri için hem gençlerin hem ailelerin ve çocukların birlikte vakit geçirecekleri macera parkı, doğal yaşam alanı gibi aktiviteler önerilmektedir. Söz konusu yaz aktiviteleri arasında paintball, at binmek, bisiklet sürme, maket yapmak, uçurtma uçurmak gibi aktiviteler örnek olarak belirtilebilir.

Milli Park yerel halkın kültürüne de uygun olarak (ve yerelin alanı sahiplenmesini arttırmak için) Baldıran Alabalık tesisleri ve Karayolları Bakımevi çevresinde piknik alanları, piknik masaları, çöp toplama alanları, çeşme, modüler tuvaleti içerecek şekilde düzenlenmelidir. Ancak, piknikçilerin çevreye duyarlı davranmalarını ve çevreyi kirletmemelerini temin edecek uygulamalar ve alanda kontrollerin yapılması gereklidir.

Ilgaz Dağı Büyük ve Küçük Hacet tepeleri dağcılar için önemli zirveler olarak göze çarpmaktadır. Her yıl geleneksel olarak tırmanışlar gerçekleştirilmektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, n.d. (d)). Bu kapsamda ilgili ve yetkili kurum ve kuruluşlarla koordineli çalışarak alternatif güzergâhlar belirlenmesi dağcılık açısından Bölgenin cazibesini arttıracaktır. Pınarbaşı- Murat Baş Köyü ve Valla Kanyonu Tepesi, Küre- İpsine Tepesi ve Ersizler Dere Tepesi gibi alanlarda olduğu gibi Ilgaz Dağı'nda kaya tırmanışına yönelik çalışmaları yapılması da ürün çeşitliliği için olumlu olacaktır.

Kastamonu Üniversitesi (kuruluş 2006), Çankırı Karatekin Üniversitesi (kuruluş 2007) görece olarak genç üniversiteler olsalar da büyümektedirler. Ayrıca, pek çok devlet ve vakıf üniversitesinin bulunduğu ve üniversite şehri olarak tanımlanabilecek Ankara gibi bir şehre yakın olması nedeniyle Ilgaz Milli Parkının gençlik turizmi açısından önemli potansiyeli bulunmaktadır. Bu açıdan münferit veya gruplar (kulüpler/topluluklar) halinde öğrencilerin Milli Parkı ziyaret etmelerini temin edecek aktiviteler düzenlenmelidir. Örnek olarak üniversitelerin bahar şenlikleri (ortaklaşa veya ayrı ayrı) Milli Parkta yapılacak faaliyetleri (eğlenceler, konserler, oryantiring turnuvası, kamp faaliyetleri vs.) içerecek şekilde düzenlenebilir. Onun ötesinde, 2008 yılında TÜBİTAK destekli olarak yaz aylarında gerçekleştirilen "Ekoloji Temelli Doğal Eğitimi" eğitimi (AKS Planlama, n.d. (b)) gibi insan- doğa ilişkisinin çeşitli boyutlarının ele alındığı (ekonomi, kültür, doğal yaşam, eko sistemler, kirlilik, iklim değişikliği vs.), eğitimler, yaz kampları düzenlenebilir. Bu konuda Kastamonu ve Çankırı Karatekin üniversiteleri ile diğer üniversiteler ve kurumlar iş birliği yapabilirler. Aynı şekilde Kastamonu Milli Eğitim Müdürlüklerine bağlı okullarda ve üniversitelerin ilgili bölüm veya derslerinde veya rekreatif amaçlı gezilerle bölgeye yönelik ilgi, bilgi, farkındalık ve sahipliliklerini arttıracak geziler etkinlikler düzenlenmelidir.

Benzer şekilde, Kastamonu Merkez, Çankırı Ilgaz ve çevre ilçelerde düzenlenen etkinliklerin takvimi ve broşürleri hazırlanmalı ve hatta Türk Dünyası Günleri, Ilgaz Dağı Kültür ve Turizm Şenliği/Festivali gibi etkinlikler yoluyla yaz ayları için alternatifler üretilmelidir.

Hâlihazırdaki otel kapasiteleri ve UDG'P'de yeni otel yatırımlarına izin verilmediği göz önüne alınırsa, butik kongreler ya da kent merkezlerinde düzenlenebilecek kongreler kapsamında gerçekleştirilecek sosyal etkinliklere ev sahipliği gerçekleştirilebilir. Milli park alanı dışında yapılacak daha yüksek kapasiteli konaklama tesisleri sayesinde ise uzun vadede kongre turizmi de sunulan hizmet çeşitliliğine eklenebilir.

Milli parkın çevresindeki köylerde yerli halk ile çalışılarak gönüllü olan ailelerin evlerini veya evlerinin bir ve birkaç odasını misafirlere ayırmaları yoluyla köylerde yaşayan insanlara alternatif gelir kaynağı oluşturulmasının yanı sıra Ilgaz Dağ Milli Parkı'ndaki turizm gelişimine destek sağlamaları ve sahiplenmeleri sağlanabilir. Bu çerçevede, yerel halkın temel turizm ve hizmet konularında eğitilmesi ve misafirlere sunulan misafirlere geleneksel yöntemlerle ve bölge kaynaklarından/ürünlerinden yararlanılarak üretilen yiyecek ve içeceklerin sunulması başat unsurlardır. Ayrıca, konukların yerel kültürü daha derin deneyimlemesi amacıyla tarımsal faaliyetlere katılımlarının sağlanması, ilgilerine göre yöresel ürünlerin üretiminin gerçekleştirildiği atölyelerin hazırlanması ve geleneksel ürünlerin üretilmesi konusunda yerel halkın (özellikle kadınların) desteklenmesi gereklidir. Bu kapsamda, yürüyüş ve bisiklet rotaları köylere ve Kırkpınar, Bozan ve Mülayim Yaylaları gibi yaylalara uzatılmalı, böylelikle köyler ile Milli Park arasında bağlantılar kurulmalıdır.

Bunun ötesinde misafirlerin yerel halkın tarımsal faaliyetlerine katılmaları veya atıl durumda bulunan tarım arazilerinin herhangi bir yapılaşmaya izin verilmeden hobi bahçeleri ya da misafirlerin hobi tarımı yapabilecekleri alanlar şeklinde düzenlenmesi hem arazilerin kullanılmasını hem de yerel halka alternatif gelir sağlanmasını temin edebilir. Böylesi kullanımlar, ayrıca kentli insanların Milli park ve çevresi ile bağının da kuvvetlenmesine destek olabilecektir. Ancak söz konusu tarımsal üretimin organik/doğal olmasına ve kimyasal bileşenler kullanılmamasına önem verilmesi ve kontrol edilmesi gerekmektedir.

18. ILGAZ DAĞI'NIN ORTAK YÖNETİMİ

Ilgaz'da turizmin ekonomik, doğal ve toplumsal sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde geliştirilebilmesi için ana ürün olan kış sporları turizminin iyileştirilmesi yanında mevsimselliği kırarak yeni ve geliştirilebilir ürünlerle çeşitlendirilmeye gidilmesi gereklidir. Ancak en öncelikle tüm bu gereklerin yerine getirilebilmesi için ürün geliştirme, tanıtma ve pazarlamayı üstlenecek, dağ ve etki alanında yer alan işletme ve paydaşları temsil edecek çağdaş bir "Destinasyon Yönetim Örgütü"nü oluşturulması elzemdir.

Ilgaz bir yandan çekici doğası beğenilen bir kayak merkezi oluşu, Milli Park statüsü, Ankara, Kastamonu ve Çankırı gibi şehirlere yakınlığı ile rekabet şansını korurken, diğer yandan da iklim değişikliği ile risk altına giren doğal kayak sezonu, yeni tüketici eğilimleri, koruma-kullanma çelişkileri ve tam manada destinasyon odaklı bir pazarlama anlayışının olmamasından dolayı zorluklar da yaşamaktadır.

Başarılı bir destinasyon gelişimi için ürün geliştirme, iyileştirme, çeşitlendirme ve pazarlamada hedef odaklı ve örgütlü bir anlayış gerekir. Bütüncül bir turizm ürünü olan destinasyon; doğasından otele, kültüründen esnafına tüm kaynak ve paydaşların ortak bir değer zinciri paydasında buluşmasıyla oluşmaktadır. Destinasyonu oluşturan kaynakları koruyarak kullanmak ve gelir ve istihdam yaratarak bölgesel rekabette öne çıkmak için **profesyonel bir yönetimin varlığı** önemlidir.

Ayrıca, söz konusu örgüt turizm sektörü ile turizm eğitimi veren kurum ve kuruluşlar (üniversiteler ve liseler) arasındaki iş birliği ve eşgüdümü de sağlamakla sorumlu ve görevli olmalıdır.

TR82 Bölgesi'nin orman zenginliğinin sandalye, masa, kaşık gibi ahşap ürünler olarak da kendini göstermektedir. Aynı şekilde, yöresel çocuk oyuncaklarının (bebeklerin, arabaların vs.) ahşaptan yapılması, üst dekorasyon ve/veya dolgularının da yöresel kültürü yansıtacak şekilde yapılması özellikle kırsal alandaki kadınlar için önemli bir gelir kaynağı oluşturabilir. Küre'deki bakır madeni ve işçiliği geçmişinden yararlanılarak bakır ürünleri de hediyelik ürünler skalasının genişletilmesi için yararlanılabilir. Diğer taraftan, Çankırı için de özellikle tuz ürünlerinin (yaratıcı ve yenilikçi tasarımlarla) hazırlanması, lamba, sabun (KUZKA, 2016a), dekoratif ürünlerin hazırlanması (ve bu amaçla fikir/ürün yarışmalarının düzenlenmesi) bölgeye has ürün ve hediyelik kalite ve çeşitliliğinin artırılması için önemlidir. Bu kapsamda, Tosya Bıçkısı ve Kıstısı, Kastamonu Taş Baskı Dokuması gibi ürünlerin yanı sıra Kastamonu Siyez Bulguru ve Unu, Kestane Balı, Çekme Helvası gibi lezzetler hem misafirlere sunulabilecek hem de hediyelik olarak satın alabilecekleri ürünler arasında yer almaktadır. Bunun ötesinde bölgede üretilen ürünlerden yapılan (organik/doğal/yöresel) reçeller, pestiller, sucuk ve pastırmalarda bu kapsamda değerlendirilebilir. Ancak TR82 Bölge Planında (KUZKA, 2016a) belirtildiği üzere söz konusu ürünlerin yenilikçi ve orijinal şekilde tasarlanması, üretilmesi ile tanıtım ve pazarlanması için finansal ve teknik destek sağlanmalıdır.

Yöreye özgü ürünler söz konusu DMO logosu altında üretilmesi ve pazarlanması hem paydaşların bütüncül hareket etmesini, hem de elde edilecek gelirlerin tabana daha adil dağılmasını sağlamasının ötesinde bölge ürünlerine olan güveni de arttırmak gibi dolaylı etkiler oluşturacaktır. Milli Park sınırlarında ve TR82 Bölgesinin belirli alanlarında yöresel ürün ve hediyeliklerin satışının gerçekleştirileceği Satış ve Teşhir alanları oluşturulmalıdır.

Ilgaz Dağı Milli Parkı ve Kış Sporları DMO örgütü, ulusal ve uluslararası bağlamda kardeş şehir/Kardeş DMO bağlantıları oluşturarak, kardeşlerini tecrübelerinden yararlanabilir. Dolayısıyla, yapılacak yatırımların daha tutarlı ve verimli olması adına Kardeş şehir ve/veya DMO'ların geçmiş tecrübeleri yol gösterici olabilir.

ILGAZ DYÖ'nün kurulması için 2 adım önerilmektedir:

1. Adım: Kurumsal bir yapının kurulması
2. Adım: Değerlendirmeden sonra (en geç 3 yıl içerisinde) kazanılan tecrübelerin ışığında organizasyonun bütününe hayata geçirilmesi

ILGAZ DYÖ'nün kurumsal yapısı:

Ortaklar (Üyeler):

- Valilikler
- Belediyeler
- Tarım ve Orman Bakanlığı
- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Ticaret ve Sanayi Odaları
- Kaymakamlık
- Otelciler/Konaklama Tesisleri
- Mekanik tesislerin sahipleri/işletmecileri
- Kayak Öğretmenleri/Eğitmenleri/Antrenörleri Derneği
- Çevre köylerin Muhtarlıkları
- Dağ ve kış turizmiyle ilgili etkin Sivil Toplum Kuruluşları

Üst Kurul:

- En fazla 5 üyeden oluşmalıdır (ortak üyeler arasından)
 - Temel görevleri:

- ✓ Ilgaz DYÖ'nün ekonomik faaliyetlerinin, operatif aktivitelerinin ve koruma-kullanım dengesinin kontrolü
- ✓ Ilgaz DYÖ'nün genel müdürünün atanması

İcra Kurulu:

- En fazla 5 üyeden oluşmalıdır (Üst kurul üyelerinden ve dışarıdan bir uzman olmamalı, Üst kurul üyeleri tarafından seçilmelidir).
 - Temel görevleri:
 - ✓ Ilgaz geliştirme konseptlerinin ve stratejilerinin geliştirilmesi
 - ✓ Ilgaz DYÖ'nün dışarıya karşı aktif bir şekilde temsil edilmesi

Profesyonel DYÖ Yönetimi:

Genel Müdür:

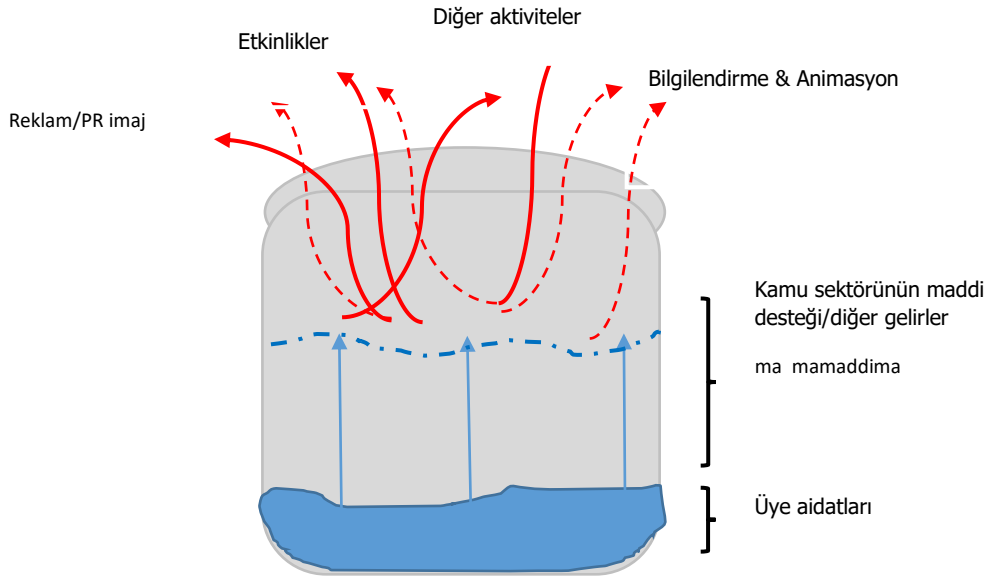
- En az 3 yıllığına göreve getirilmelidir
- Sahip olması gerekli olan vasıflar:
 - İşletme, Turizm İşletmeciliği ve benzeri bölümlerde üniversite eğitimi almış olmak (master yapmış olması tercih sebebi olabilir)
 - Bu göreve yakın alanlarda çalışma tecrübesi
 - İleri derecede en az bir yabancı dil bilmek (İngilizce)
 - Yöneticilik vasıfları
 - İletişim ve pazarlık yapma yeteneği

Çalışanlar:

- İlk etapta 3 çalışan – daha sonra gelişmeye bağlı olarak bu rakam arttırılabilir
- DYÖ'nün genel müdürü tarafından belirlenmelidirler
 - Sahip olmaları gereken vasıflar.
 - ✓ Pazarlama ve/veya turizm alanında tecrübeli olmak
 - ✓ İleri seviyede en az bir yabancı dil bilmek (tercihen İngilizce)
 - ✓ İleri seviyede bilgisayar kullanmak
 - ✓ Esneklik
 - ✓ İletişim ve pazarlama yeteneği

Finansman:

Kurulması önerilen DYÖ'nün finansmanının hem kamu sektörünün yapacağı maddi destek ile hem de organizasyonun üyesi işletmecilerin yapacağı üyelik aidatları ile elde edilmesi hedeflenmelidir. Uluslararası iyi örnekler bakıldığında, kamu sektörünün yapacağı turizme yardım kaynaklı alınan vergiler (Avusturya'da geceleme başına misafirlerden ekstra bir ücret alınır ve böylece toplanan para bölgenin turizm aktiviteleri için kullanılacak olan bütçeye aktarılır) toplanılabilir. İşletmecilerden; ciro üzerinden belirli bir yüzde alınabilir. Ama bu tür fikirlerin hayata geçirilmesi uzun bir süre alabileceğinden, orta vadeli olarak finansmanın öncelikle kamu sektörü tarafından karşılanması uygun olarak mütalaa edilmektedir. Özel teşebbüslerin katkısı ise sınıflandırılarak sabit miktarlar olarak belirlenebilir.



Şekil 27. DYÖ'nün finansmanı

Bu çerçevede önerilen DYÖ yapısı aşağıda gösterilmektedir



Şekil 28. Öneri Ilgaz Dağı Destinasyon Yönetim Yapısı

19. ILGAZ GELİŞİM KONSEPTİ

19.1. Ilgaz Kış Sporları Merkezi için Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi Geliştirilmesi

Sürdürülebilir ve ekonomik açıdan başarılı bir gelişimin stratejik olarak planlanması, hazırlanması ve hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bölge 4 mevsim turizm destinasyonu olabilme potansiyeline

sahip olup, bu yönde çalışılmalıdır. Gelişmenin 4 stratejik alanda ele alınması ve söz konusu stratejik gelişmelerin eşzamanlı olarak başlatılmaları ve aynı değeri taşımaları gerekmektedir. Söz konusu stratejik alanlar aşağıda belirtilmektedir;

- Kış sezonunun iyileştirilmesi ve yoğunlaştırılması
- Yan sezonların geliştirilmesi
- Yaz sezonuna ağırlık verilmesi
- Tanıtım ve pazarlama alanında "hücuma" geçilmesi.

19.2. Kış Sezonunun Geliştirilmesi

Proje ekibi tarafından gerçekleştirilen analizler çerçevesinde 2021 – 2040 yılları arasında kayak sezonunun alt seviyelerde çok kısa olacağı ve başlangıcının şubat ayını bulabileceği, 1700'lü ve üzeri rakımlarda ise Yıldıztepe kayak Merkezi'nde Ocağın ilk haftasını, Ilgaz ve Yurduntepe Kayak Merkezlerinde ise ocak ayının ikinci haftası gibi kayak yapılabilecek düzeyde kar olabileceği ve sezonun şubat ayının son haftasında biteceği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla kayak sezonunun giderek kılalacağı ve en çok sekiz hafta gibi süreçte yapılabileceği söylenebilir.

Ayrıca, doğal kar yağışı ile Yıldıztepe Kayak Merkezi'nde 1500 metre rakımında sadece 10 gün, 1900 metre rakımında ise 71 gün, Kastamonu ili sınırlarında ise (Ilgaz ve Yurduntepe kayak Merkezleri) 1700 metre rakımda 49, 1900 metre rakımda 77 gün boyunca 30 cm kar kalınlığına ulaşılacağı ortaya çıkmaktadır.

Bölgede, sezon başlamadan önce (dolayısıyla sezonu daha erken başlatabilmek ve kayak sezonunun uzatabilmek amacıyla) gerçekleştirilebilecek olan suni (teknik) kar yapımı sayesinde ise -2 °C ve -5 °C sıcaklıklarda kayak yapılabilecek toplam süreye ilişkin analiz sonuçları ise aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 20. Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda sezon öncesi suni/teknik karlama yapılabilecek toplam süre

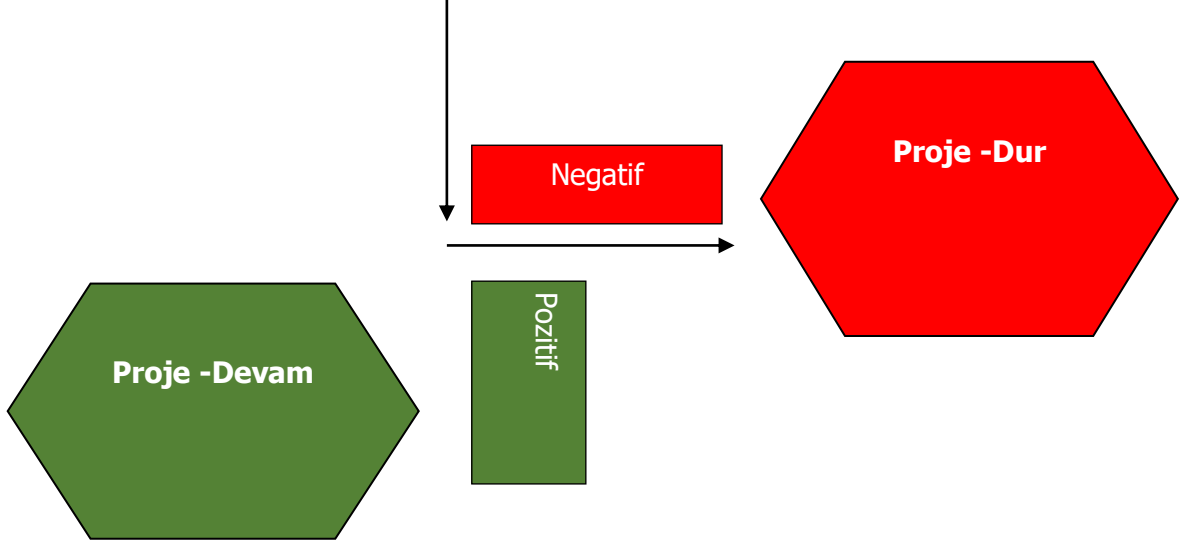
Sıcaklık	Rakım	Çankırı	Kastamonu
-2 °C	1.500 m	494 saat	477 saat
	1.800 m	646 saat	651 saat
-5°C	1.500 m	228 saat	209 saat
	1.800 m	329 saat	338 saat

Dolayısıyla yapılan analizlerin sonuçları kış turizmine devam edilmesi için tesislerin / pistlerin özellikle Yıldıztepe Kayak Merkezi için daha üst rakımlara yapılması ya da tüm kayak merkezlerine hitap edecek şekilde suni (teknik) kar yapımına ilişkin yatırımların dikkate alınması gerektiğinin altını çizmektedir. Küresel ısınmanın kış turizmine etkileriyle mücadele hedefli teknik kar/suni kar sistemine yönelik bir fizibilite çalışmasının önemli olduğu görülmektedir. Bu kapsamda 'Stop or Go' modeli önerilmektedir:

KIŞ TURİZMİ

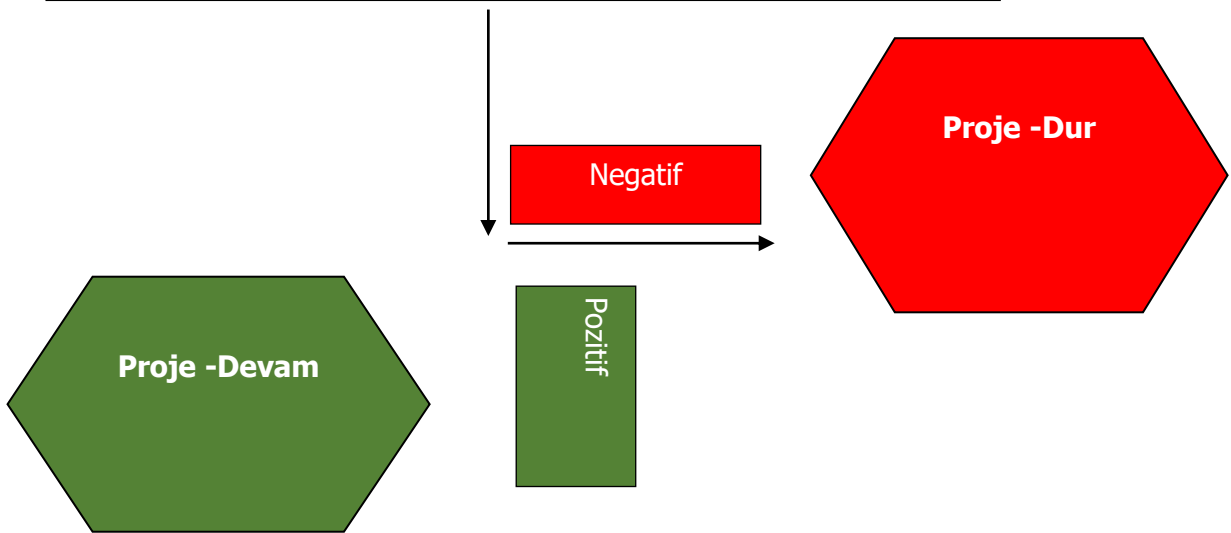
BİRİNCİ ADIM/TEKNİK KAR

Teknik kar (suni kar) yapımına yönelik teknik fizibilite çalışması yapılması



İKİNCİ ADIM

Teknik kar (suni kar) yapımına yönelik ekonomik fizibilite çalışması yapılması



Raporların ilgili kuruma iletilmesi

İlk etapta (öncelikli) yapılması tavsiye edilenler (A Paketi):

Ilgaz DYÖ'nün kuruluşunu takiben ilk gündeme alması gereken konulardan biri ana ürünü olan kış sporları turizmüne yönelik iyileştirme faaliyetlerine başlaması olacaktır. Bu kapsamda Kastamonulu, Çankırılı ve çevre köylerde yaşayan insanların ve özellikle geleceğin misafirleri olacak çocukların kayak sporuna kazandırılması için eylem paketi hazırlanması hedeflenmelidir. Kış sporları ürününün iyileştirilmesi için öncelikli olarak kayak pistleri ve mekanik tesisler arası uyumlu bir taşıma kapasitesi, yapay karlama, otopark ve kış sporları dışı deneyim alanları için mekânsal düzenlemeler gereklidir. Kayak ve snowboard harici geliştirilebilir kar sporları/deneyimleri ise hedikle yürüyüş rotaları, dağ/tur kayağı, "Çocuk Dünyası", güvenlik tedbiri arttırılmış kızak alanları, kar kaydıracağı, atlı kızak gezileri ve buz patenidir.

Ilgaz'a gelen ziyaretçiler arasında kış sporları faaliyetlerine katılmayan önemli bir kitle de bulunmaktadır. Dolayısıyla kış mevsiminde gerek bu kitleye gerekse kayak sonrası ("après-ski") faaliyette bulunmak isteyen sporcu turistlere hitap edebilmek önemlidir. Aşağıda Ilgaz'ın ürün paketini zenginleştirecek öneriler de getirilmiştir:

➤ Dağ Tipi Eğlence Treni ("Alpine Coaster")

- Gölet (Teknik karlama sisteminin hayata geçirilmesine karar verilmesi durumunda ve kış aylarında da teknik karlama için kullanabilecek şekilde)
- Kar eğlencesinin genişletilmesi
- Hedikle Yürüyüş

**Şekil 29. Hedik**

Karlı ortamlarda açılmış patika veya yollarda kış yürüyüşü yapılabileceği gibi, "hedik" denilen kar paletleri ile de el değmemiş kar örtüsü üzerinde gezilebilir. Hedikli yürüyüşü birçok kuşaktan insan bir arada yapabilir. Ayrıca yarışlar da düzenlenebilir.

Bu sporun tekniği için herhangi bir tecrübeye veya büyük bir yeteneğe gerek yoktur. Normal yürüyebilen bir kişi, hedikle de kolayca yürüyebilir. Hedikle yürüyüş yapabilmek için pistlere veya

parkurlara da gerek yoktur, kondisyonlarını geliştirmek isteyenler bol karda dağa doğru yürüeyebilirler. 15 cm kalınlığındaki kar bu sporu yapmak için yeterlidir.

Birçok kar türünde (yumuşak, toz, ıslak) hedikle yürüyüş yapılabilir. Hem düz hem de eğimli pistler kişinin kondisyonuna göre mümkündür. Hedikle yürüyüş gün geçtikçe popülerleşmektedir.

Bu spor için gerekli olan donanım ve hizmetler aşağıdaki gibidir:

- Rehberler
- Gerekli ekipmanın kiralanabilmesi
- Kar ve Doğa



şekil 30. Hedikli Yürüyüş

✓ Tur kayağı

Tur kayağında Alp Disiplini ya da Serbest Biniş tarzı kayış yapılmaktadır, ancak yukarı çıkışlarda mekanik tesis kullanımı yerine kilitlenip serbest bırakılabilen topuk mekanizmasıyla ya da kar paletleri yardımıyla tırmanma tercih edilmektedir. Bu yönüyle Telemark disiplinini de andırır. Dolayısıyla kiş sporları merkezlerine ekonomik açıdan katkıları düşüktür, hatta pistleri meşgul ederek diğer müşterilerin memnuniyetini de bozabilirler.

Tur kayakçıları amaçlarına göre üçe ayrılabilir:

- Kondisyonunu geliştirmek isteyip normal ezilmiş pistten dağa çıkmak isteyenler
- Ezilmemiş pistlerde dağa çıkanlar
- Tur kayağı yarışlarında dağa en hızlı şekilde çıkmak isteyenler



şekil 31. Tur Kayakçıları

✓ Kayaklı Koşu

Kayakla atlama ile Kuzey Disiplini'nin iki ana kolundan biri olan kayaklı koşu, en sağlıklı spor dallarından biri olarak tanımlanmaktadır. Kayaklı koşu yaparken vücudun birçok kasının çalışması gerekmektedir. Bundan dolayı kayaklı koşu dünya çapında kiş sporlarının mümkün olduğu ülkelerde

yaygındır. Bu hedef kitlesi her yaş grubunu, sportif bir seviyede koşanları ve doğanın tadını çıkarmak isteyen "keyif koşucularını" da içermektedir.

Kayaklı koşuda 2 teknik kullanılmaktadır: Klasik ve Serbest. Klasik teknik, çaprazlama teknikleri, çift baton teknikleri, kaydırma fazı olmadan balıksırtı teknikleri, iniş teknikleri ve dönüş tekniklerini kapsar. Serbest teknik ise, tüm kayaklı koşu kayış tekniklerini kapsar. Aşağıda görüldüğü gibi buna paten atma da dâhildir.



Şekil 32. Klasik ve Serbest Kayaklı Koşu Teknikleri

✓ Kar Kızağı

Kar kızağı bir kayak merkezi için ekstra bir hizmettir. Bu imkândan hem kayak yapanlar hem de kayak yapmayanlar yararlanabilmektedir. Kayakçılar için ayrıca bir eğlence kaynağı teşkil ederken, kayak yapmayanlar için karın, güneşin tadı doğada çıkarılmasına imkân tanıyan bir faaliyet olmaktadır.

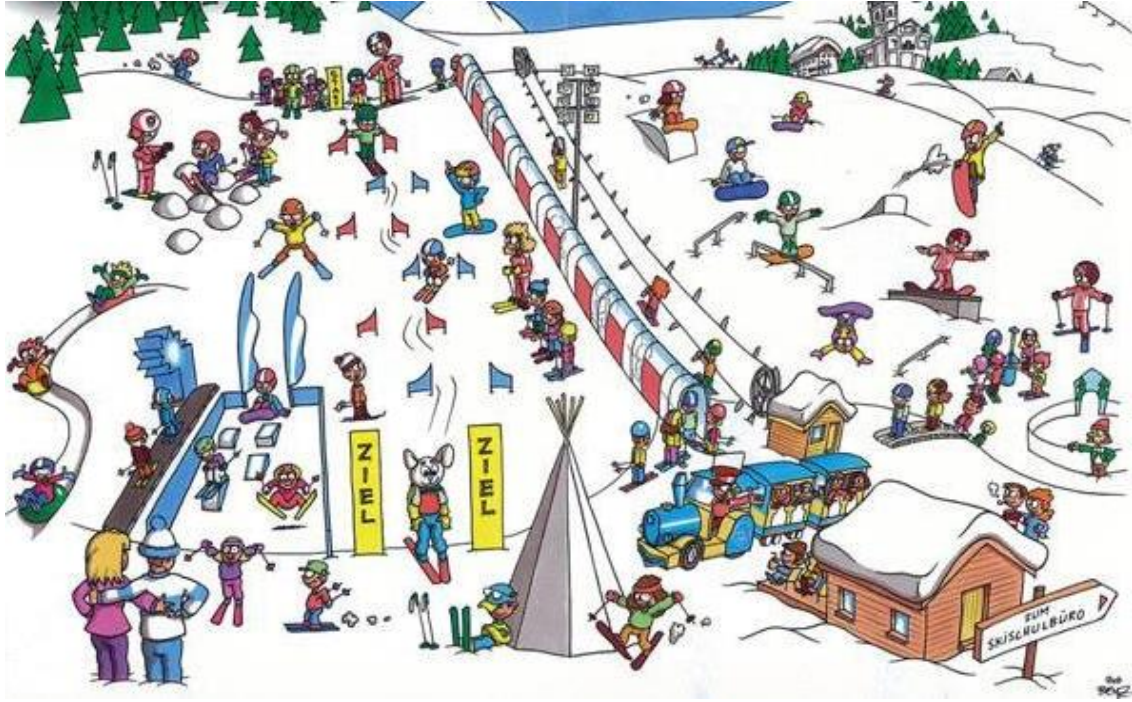
Mekanik tesisleri işleten şirket için bu ayrıca bir gelir kaynağı demektir. Dağa teleferikle çıkanlar bilet alırlar ve kızakla kaydktan sonra ısınmak veya bir şeyler içmek için girilen dağ restoranları da satış yapmış olurlar.

Bu spor için gerekli olan donanım ve hizmetler aşağıdaki gibidir:

- Ezilmiş ve mümkünse aydınlatılmış kızak pisti
- Kızak kiralama imkânı
- Dağ restoranları
- Kızak yapılacak noktalara kolay ulaşım imkânı



Şekil 33. Kar Kızağı

✓ Çocuklara yönelik eğlencelerin/aktivitelerin düzenlenmesi

Şekil 34. Çocuk Dünyası

Gerekli olan donanım /altyapı:

- Alıştırma liftleri
- Halı taşıma bandı
- Çocuklar için hafif arazi oyunları
- Kayak okulu
- Kayak- kiralama ve servisi
- Isınabilecek restoranlar, kafeler
- Çocuklara yönelik animasyon
- Tuvaletler
- İlk yardım servis birimi
- Geniş, düz ve iyi ezilmiş, buzlanmamış pistler
- Kullanılan liftlere uygun fiyat modeli

✓ Atlı kızak turlarının düzenlenmesi

19.3. Bölge Halkının, Bilhassa Çocukların Kayak Sporuna Kazandırılması İçin Eylem Planı

Farklı yaşlarda kayak sporuna başlayan insanların yaşam boyu değerleri (YBD) göz önünde bulundurulduğunda çocukları 10 yaşın altında kayak sporuna başlatmanın özellikle önemli olduğu görülmektedir. Bir yandan çocuk yaşlarda psikolojik olarak kayak sporuna başlama engelini aşmak daha kolay olup, diğer yandan ise yapılan analizlere göre bu kişiler daha uzun süre kayak sporuna bağlı kalmaktadırlar. 10 yaşının altında kayak sporuna başlayan kişilerin ortalama kayak yapma süresi 41 yıl olarak analiz edilmiştir. Bu süreç içerisindeki yaşam boyu değeri 7.817 Euro⁸ olarak hesaplanmıştır. Bu rakam sadece skipass için ödenen miktardır. Kayakçının konaklama, yiyecek

⁸ Avusturya Teleferik İşletmecileri Birliği'nin üyeleri için yaptırdığı çalışmaların sonuçları

içecek, kayak merkezine ulaşım gibi masrafları bu rakama dâhil değildir. Avusturya Teleferikçiler Birliği'nin yaptığı bir çalışmaya göre kış sporları merkezlerinde kayakçıların harcadığı paranın katma değeri bu rakamın 6 katına tekabül etmektedir.

Ebeveynler çocukların kayak sporuna başlamasında en önemli motivasyon faktörü olmaya devam etmektedir. Ebeveynlerin yanı sıra aile bireylerinin (akrabalar, kardeşler vb.) de kayak sporuna başlamada önemli bir faktör olduğu analiz edilmiştir. Çocukları kayak sporuna başlamalarını kimin/nelerin motive ettiği sorusunun cevabı aşağıdaki grafikte belirtilmiştir:



Şekil 35. Kayak Sporuna Başlamayı Motive Eden Faktörler

Kaynak: (Avusturya Ekonomi Bakanlığı, 2014)

Bu grafikten de görüleceği üzere kayak sporuna çocukları 10 yaş altında başlatabilmek için ailelere yönelik kış sporlarına kazandırma programları, paketleri hazırlanmalı ve İlkokullarda aktiviteler düzenlenmelidir. Ekonomik ve uzun vadeli perspektiften bakıldığında ailelerin 'sadık müşteriler' olması göz önünde bulundurulduğunda, ailelere yönelik programlar Ilgaz'ın uzun vadeli gelişmesine büyük bir katkıda bulunacaktır.

Ayrıca yapılan analizler sonucunda 'Kış sporları haftası' kapsamında kayak sporuna başlayan kişilerin yetişkin olarak öğrenenlere göre ilerleyen yaşlarında kayak yapmayı bırakma olasılıklarının daha düşük olduğu, bir süre için ara verseler bile yeniden başlama olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Yani İlkokul/ortaokul dönemlerinde kayak sporuna başlayan kayak severler daha uzun bir süre kayak yapıp, kış turizmine katkıları daha fazla olmaktadır. Ayrıca bu grubun çocuklarını, torunlarını, yeğenlerini vb. kayak sporuna teşvik ettikleri de unutulmamalıdır. Örnek olarak Avusturya'da kayak yapanların %78'i en az bir defa 'Kış sporları haftası' kapsamında kayak kursuna katılmıştır (Avusturya Ekonomi Bakanlığı, 2014).

Yapılması tavsiye edilen eylem paketi:

1) Aileler için:

- a. Mekanik tesisleri işleten şirketlerin/kurumların, Kayak Federasyonu'nun, Kayak Öğretmenleri/Eğitmenleri Derneklerinin, otel sahiplerinin/işletmecilerinin, kayak odaları işletmecilerinin, dağ restoranları işletmecilerinin birlikte bir çalışma yaparak '**Kastamonulu ve Çankırlı aileler Ilgaz'a**' programı hazırlayarak, ailelere yönelik, günübürlük ve konaklamalı cazip, uygun fiyatlı paketler hazırlaması. Bu programlara başta Kastamonu ve Çankırı Belediyeleri ve diğer belediyeler dâhil edilip, bu programın maddi ve sosyal olarak desteklenmesi hedeflenmelidir.
- b. Kastamonulu ve Çankırlı aileler için uygun fiyatlı bütün kış sezonuna yönelik 'sezon ski pass' uygulamasının hayata geçirilmesi düşünülmelidir.
- c. Küçük çocuklara yönelik güvenli, profesyonel olarak hazırlanmış kayak alanları oluşturulmalı ve bu alanların Kayak Öğretmenleri/Eğitmenleri Dernekleri tarafından profesyonel olarak işletilmesi hedeflenmelidir.

2) İlkokullar için:

- a. Millî Eğitim Bakanlığı'nın yıllık ders planına 1 hafta (5 okul günü) 'Kış sporları haftası' dâhil etmesi hedeflenmelidir. Böylece Kastamonu ve Çankırı illerinde bulunan İlkokul öğrencilerinin 10 yaş altında kayak sporuna başlaması sağlanabilir. Bu kapsamda aileler için engel olabilecek olan haftanın maliyeti ise Millî Eğitim Bakanlığı'nın, Ilgaz'ın aktörlerinin, Valiliklerin ve Belediyelerin ortak çalışmasıyla aşılması hedeflenmelidir.
- b. Ilgaz çevresinde bulunan dağ köylerindeki ilkokul öğrencileri için ayrıca kış sezonunda Beden Eğitimi derslerinin blok halinde yapılıp, kayak yaptırılması hedeflenmelidir.

19.4. Pazarlama Aktiviteleri

Öncelikle Ilgaz için keskin bir profil hazırlanmalıdır, örneğin:

"Ilgaz ailenin tümü için kış eğlencesi sunuyor"

Ilgaz böylece pazarda kendisini pozisyonlandırarak hedef kitle olarak çocuklu aileleri seçmiş olup, hedef kitleye uygun olarak kış sporları merkezini de hazırlamalıdır, örneğin:

- *Çocuklara yönelik kayak temel eğitim merkezleri*
- *Çocuklara yönelik kar eğlence merkezleri*
- *Ailelere yönelik oteller*
- *Çocuk kayak eğitimine odaklı kayak okulları*
- *Çocuklara yönelik kayak sonrası faaliyetler, örneğin çocuk tiyatroları vb.*
- *Restoranlarda çocuklara yönelik menüler*

Hedef kitleye ve pazara ulaşabilmek için **mevcut olan bütçeye** göre pazarlama aktiviteleri belirlenmelidir. Ilgaz için belirlenen hedef pazarlarda – Türkiye (yakın pazar olarak Kastamonu, Çankırı, Ankara, İstanbul), Arap ülkeleri- yapılabilecek aktiviteler:

- Büyük şehirlerde reklam ve PR aktiviteleri (medya temsilcilerinin Ilgaz'a davet edilmesi, etkinliklerin gazete, radyo ve televizyonlarda tanıtımı vb.)
- Televizyon ve radyo kanalları üzerinden reklamlar verilmesi (Örneğin bir aileye 1 haftalık Ilgaz tatili için haftalık oyunlar düzenlenmesi vb. (Ekim ayından itibaren bu oyunlara başlanabilir)).
- Yazılı medya, özellikle hedef kitlenin okuduğu dergiler ve gazetelere reklamlar verilebilir, yazarlarına tanıtım turları düzenlenmesi,
- Akaryakıt şirketleri, büyük spor mağazaları, büyük mobilya mağazaları, spor dernekleri, özel okullar, üniversiteler vb. şirketlerle veya organizasyonlarla stratejik ortaklıklar kurulması,
- Büyük şirketleri MICE turizmi için kazanabilmek hedefli bu şirketlerin ziyaret edilmesi,
- Facebook, Youtube ve diğer sosyal medya kanallarının aktif olarak kullanılması,

- Turizm fuarlarına katılım sağlanması.

19.5. Etkinlikler Stratejisi

Bu kapsamda 2 farklı strateji uygulanması tavsiye edilir. Bunlardan birincisi ulusal aktivitelerdir diğeri ise bölgesel aktivitelerdir. Bölgesel aktivitelerin hedefinin çıktılarını Ilgaz'da doluluğu artırmak ve yerel medyada varlığını duyurmaktır.

1. Ara Sezonlar⁹ (Yan sezonlar)

- Yapay karlama ile sezonun uzatılması
- "Kar Yönetimi" sisteminin hayata geçirilmesi, bu kapsamda karın daha uzun süre pistlerde kalmasının sağlanması
- Wellness ürününün geliştirilmesi
- MICE ürününün kongre merkezi yapılarak geliştirilmesi
 - ✓ Toplantılar (Meeting)
 - ✓ Teşvik/ödül kampanyaları (Incentive)
 - ✓ Kongre
 - ✓ Seminer

düzenlenmesi hedeflenmeli ve ayrıca pazarlama aktiviteleri ile:

- ✓ Yiyecek-içecek sektöründe yöreye özgü ürünlerin kullanılması
- ✓ Çocuklar, gençler ve dernekler için spor günleri organize edilmesi

desteklenmelidir.

Bahar ve Yaz Mevsimleri için Ürün Geliştirme

Ilgaz'ı kış sezonunun dışında da çekici yapabilmek için farklı hedef kitlelere yönelik faaliyetler belirlenmelidir. Bu öneriler, Ilgaz'ın sürdürülebilir turizm yaklaşımı ile hem sene boyunca yaşamasını sağlayacak hem de son senelerde şiddeti artan ve daha da artması öngörülen iklim değişikliğine uyum için gerekli yapay karlama seçeneğine tamamlayıcı ve alternatif olacaktır. Bu bağlamda, aşağıdaki faaliyetler öne çıkmaktadır:

- "Wellness" ve spa (kış sezonunda da ürün olarak sunulabilir)
- Toplantı, teşvik turları, kongre ve etkinliklere ev sahipliği (tur operatörlerinin, seyahat acentelerinin ve organizatörlerin kongreleri, toplantıları ve seminerleri bu dönemde yapmaları için teşvik paketleri geliştirilmelidir).
- Yoga, resim, müzik, fotoğrafçılık gibi özel ilgi gruplarına yönelik faaliyetler

Yaz turizmini geliştirebilmek için öncelikle kayak bölgesinin kontrol edilip gözden geçirilmesi ve düzenleme, güzelleştirme ve temizlik gibi çalışmalar yapılmalıdır. Kayak bölgesinin şu andaki durumu yaz turizmini geliştirebilmek için uygun değildir.

Ürün geliştirme için başlangıç dönemindeki çalışmalar 3 başlık altında tavsiye edilmektedir:

1. **Konu: Doğa Eğlencesi ve Sağlık**

- ✓ Milli Park:
 - Konu eksenli eğlence rotaları, örneğin su, taş, ağaç, bitki örtüsü gibi
 - Çekici ve bilgilendirici ziyaretçi merkezleri
- ✓ Bölgenin bütünü
 - Tırmanma rotaları ve kültür yollarının yapılması
 - Kültürel ve tarihi değerlerin bakımı ve turistik amaçlı hazırlanması

⁹ Kış ve Yaz sezonları arasındaki dönem

- Seyir noktalarının belirlenmesi
- ✓ Sağlık
 - Ilgaz'ın temiz ve sağlıklı dağ havasının dinlendirici etkisi üzerine bilimsel çalışma hazırlanması
 - Büyük şirketlere yönelik çalışanları için sağlık programları hazırlanması

2. **Konu: Tırmanma**

- ✓ Salonda tırmanma (tırmanış salonu)
- ✓ Doğada tırmanma
- ✓ Macera Parkı

3. **Konu: Bisiklet**

- ✓ Elektrikli bisikletler
 - Kiralama istasyonları
 - Şarj istasyonları
- ✓ Dağ bisikleti
 - Kiralama istasyonları
 - Farklı zorluk derecesinde hazırlanan turlar
 - Çocuklara yönelik dağ bisikleti parkı

Diğer Aktiviteler:

- Binicilik
- Okçuluk

gibi aktivitelerin hayata geçirilmesi hedeflenmelidir.

Pazarlama:

Pazarlama için sırasıyla;

- ✓ Keskin ve açık bir profilin hazırlanması – Ilgaz ve çevre köyleri de dâhil edilerek Ilgaz'da aileler için ***korunan doğada*** eğlence aktiviteleri
- ✓ Kastamonu Çankırı, İstanbul ve Ankara'da hedef kitle odaklı reklam ve PR aktiviteleri – gazetelerde, TV'lerde vb.
- ✓ Facebook, Youtube ve sosyal medya kanallarının aktif kullanılması
- ✓ Organizasyonların düzenlenmesi
 - Yöresel organizasyonlara konsantre olunması
 - Spor
 - Tırmanma
 - Dağ bisikleti
 - Eğlence sporları
 - Kültür/Eğlence
 - Açık hava konserleri
 - Resim ve film yarışmaları
 - Geleneksel eğlenceler

Yoğun Pazarlama Aktiviteleri kapsamında

- ✓ 'ILGAZ Bölgesi' vizyonunun hazırlanması
- ✓ Kış ve yaz turizmi için bir profil modelinin hazırlanması
- ✓ Marka oluşturulması
- ✓ Hedef kitlelerin ve ağırlıklarının belirlenmesi
 - Bölgesel ve
 - Ulusal pazar
- ✓ Satış pazarlamasının hazırlanması
- ✓ Operatif pazarlama planının hazırlanması

✓ Yoğun ve proaktif satış eylem paketinin hazırlanması gibi konular hedeflenmelidir.

19.6. Hedef Kitle Seçimi İçin Öneriler:

Coğrafi Öneriler:

Öncelikle yakın pazarların (Kastamonu, Çankırı, Ankara ve İstanbul) hedeflenmesi önerilmektedir. Daha sonra bu pazarlara Arap ülkeleri de eklenebilir.

Demografik Öneriler:

Ağırlığın çocuklu ailelere verilmesi Ilgaz'ın ürün yapısına uygunluk göstermektedir.

Bu çerçevede, Ilgaz Dağı Milli Parkı için hedef kitleler şu şekilde ifade edilebilir



20. ILGAZ MARKA STRATEJİSİ

20.1. Vizyon

İlgaz ve çevresinde yapılan ve yapılacak olan turizm aktivitelerinin "İlgaz Bölgesi'ne" katkıları:

- Bölgeye ekonomik getirisi
- İş istihdamı
- Köylerden şehirlere göçün engellenmesi ve/veya geri dönüşün sağlanması – özellikle genç nüfusun.
- Bölgenin tarihi, kültürel ve doğal çekiciliğinin korunması ve/veya restore edilmesi

şeklinde sıralanabilir.

Değer zincirini oluşturan işletmelerin tümü bölgenin gelişmesine büyük bir katkıda bulunarak misafirlerine yüksek kalite sunup ve çalışanlarına 12 ay boyunca gelir garantisi verecekler ve gelişmeye yönelik strateji beraberinde turizmin bölgesel ekonomi içinde değerinin artmasını sağlayacaktır. Sonuç olarak, Kastamonu ve Çankırı'nın turizm ürünü genişleyecek ve her iki ilin de rekabet pozisyonunu daha da güçlendirecektir. Hâlihazırda, bölgeyi; benzersiz, kendisine özgü ve

çok sayıda çekici ürün sunan bir turizm destinasyonu olarak algılayan misafirlerin burayı çekici, başarılı ve ulusal alanda söz sahibi olan bir turizm destinasyonu olarak algılamaları sağlanacaktır.

Kurulması önerilen "İLGAZ Destinasyon Yönetim Organizasyonu'nun misyonu:

- İlgaz ve çevre köyleri ile Kastamonu ve Çankırı illerini bir bütün olarak görmelidir.
- Ana hedefi „İlgaz Bölgesinin “turistik gelişimini sağlayarak, desteklemek olmalıdır.

Organizasyonun yapması gereken en önemli aktiviteler:

- İlgaz bölgesini turistik destinasyon olarak ön plana çıkmasını sağlamak
- Bölgenin turistik açıdan çekiciliğini artırmak (hem geceleme yapan misafirler hem de günübirlik gelen misafirler için)
- Yoğun ve birliktelik ruhu ile hareket eden bir iletişim ağının kurulması ve bunun uzun vadeli aktif olarak kalması
- Turizme karşı pozitif bir bakış açısının sağlanması
- Rekabet gücü yüksek bir turistik alt yapı oluşturulmasının desteklenmesi
- Bölgenin rekabet gücünün uluslararası alanda rakiplerine göre artırılması
- Güçlü bir "İlgaz bölgesi" markası ve turistik ürünlerin oluşturulması, dışarıya ve içe doğru markanın iletişiminin sağlanıp, pazarlanması

Bölgenin vizyonunun ve Destinasyon Yönetim Organizasyonu'nun misyonunun yapıyı oluşturacak aktörler tarafından yoğun bir çalışmadan sonra belirlenmesi, bunun yazılı bir hale getirilerek hayata geçirilmeye başlanması tavsiye edilmektedir.

20.2. Çatı Markanın Önemi

Markalar genelde belli bir ürünü temsil ederler. Turizmde ise birçok ürün ve servis hizmetleri bir araya gelerek bir ürün oluşturmaktadırlar. (Otel, restoranlar, mekanik tesisler, kayak okulu, wellness vb.) ve misafirler de bunları bir bütün olarak algılamaktadır. Çatı markası bir şemsiye gibi olup, birçok ürünü altında barındırmaktadır. Marka, farklı ürünler arasında bağlantı sağlamaktadır. Değer zincirini oluşturan ürünler ve aktörler:

- Çatı markasının gücünden yararlanmaktadırlar
- Markayı kendi ürünlerini en iyi şekilde sunarak markayı güçlendirirler.

İlgaz'ın çatı marka olarak geliştirilmesi önerilir. Çatı markayı oluştururken dikkat edilmesi gereken hususlar:

- Doğal güzellikler
- Bölgenin kimliğinin, kültürel ve tarihsel değerlerinin korunması ve değerlendirilmesi
- Turistik ürünlerin çekiciliğinin olması
- 4 mevsim turizm karakterinin sağlanması
- Sürdürülebilirlik ilkesinin yaşanması ve aktivitelerin koruma-kullanma dengesinin korunarak yapılması.
- Ana hedef kitlelere ulaşılması

şeklinde sıralanabilir Aşağıda başarılı birkaç turistik destinasyon markası örnekleri gösterilmektedir:





Şekil 36. Uluslararası Kayak Merkezlerinden Örnek Logolar

21. PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Performans Göstergeleri, bir ilerlemeyi veya başarıyı ölçmek için kullanılan ölçülerdir. Herhangi bir faaliyetin (ürünler, programlar, projeler vs.) başarısını ölçmek ve kuruluşların/projelerin performansını izlemek için yararlı araçlardır. Parametreler ölçülebilir değilse ve kıyaslanabilecek herhangi bir değer yoksa parametre kontrol edilemez ve müdahalenin ne zaman gerekli olduğu belirlenemez. Bu bağlamda, DMO için müdahale alanlarını belirlemek, organize etmek ve başarısını ölçmek için aşağıdaki performans göstergelerinin kullanılması önerilmektedir. DMO'nun kuruluşundan sonra, tüm göstergeler için hedef değerleri belirlenmelidir. Bu hedefler periyodik olarak izlenmeli ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli aksiyonlar alınmalıdır.

- Yerli turist sayısında artış
- Uluslararası turist sayısında artış
- Otellerin doluluk oranlarında artış
- Ortalama kalış süresinde artış
- Turist başına ortalama harcama
- Gecelik turist başına günlük harcama
- Konaklama tesis sayısı
- Turizm işletme belgeli (yıldızlı) tesis sayısı
- 4 ve 5 yıldızlı otel sayısı
- Çevre köylerin sakinleri arasında pansiyonculuk yapanların sayısı
- Kamp alanlarının kapasitesi
- Otellerin (oda ve yatak) kapasitesi
- Yiyecek ve içecek tesislerinin sayısı
- Yiyecek ve içecek tesislerinin kapasitesi
- Turizm işletmelerinin uzun ömürlülüğü
- Bölgeye tur düzenleyen seyahat acente sayısı
- Sektörde çalışan sayısı
- Eğitimli çalışan sayısı
- Turizm sektöründe istihdam edilen erkek ve kadınların yüzdesi
- İllerin istihdamı içinde turizm sektörünün oranı (%)
- Düzenlenen eğitim kurslarının sayısı
- Lisanslı alan rehberinin sayısı
- Turizm sektöründe çalışan / istihdam edilen çevre köy sakinlerinin sayısı
- Kış sezonunda yapılan açık hava etkinliğinin sayısı
- Yaz sezonunda yapılan açık hava etkinliğinin sayısı
- Yürüyüş rotalarının uzunluğu
- Uluslararası standartlarda işaretlenmiş ve GPS koordinatları alınmış rotaların uzunluğu
- Geleneksel ürünler ve/veya el sanatları ürünleri satışının yapıldığı dükkânların sayısı
- Geleneksel ürünlerin satış miktarları
- Turizm tesisleri ve işletmelerine satılan yerel ürünlerin miktarı ve tüm satışlar içindeki yüzdesi
- Seyahat ve turizmin illerin GSYH'ye toplam katkısı (%)
- Konaklama için memnuniyet düzeyi,
- Yiyecek ve içecek tesisleri için memnuniyet düzeyi,
- Ulaşım için memnuniyet düzeyi,
- Turistlerin genel memnuniyet düzeyi,
- (5 yıl içinde) Tekrarlanan / geri dönen ziyaretçilerin yüzdesi
- Yerel halkın turizm gelişiminden memnuniyet düzeyi

22. ÖZET

2020 yılında COVID-19 salgını nedeniyle yaşanan kriz hariç tutulduğunda turizm genel olarak süreklilik gösteren bir büyüme eğilimi içindedir. Dünya turizm pazarında, talebin deniz-kum-güneş üçlüsünden sıyrıldığı, doğa ve kültürel turizm pazarının büyüdüğü dikkati çekmektedir. Hem turizm talebindeki değişimler hem de özellikle COVID-19 salgını ile birlikte değişen turistik beklenti ve istekler açısından TR82 bölgesi ön plana çıkabilecek potansiyeli barındırmaktadır. Batı Karadeniz Bölgesi geneli ve özellikle TR82 Bölgesi; sahip olduğu değerler açısından kış, doğa, kültür, eko-turizm faaliyetlerini olanaklı kılmaktadır. Bu çalışma ile ekonomik gelişimin yanı sıra çevresel ve toplumsal – kültürel değerlerin korunmasını önemseyen bir bakış açısıyla, genelde TR82 Bölgesinin özelde ise Ilgaz Dağı Milli Parkında (MP), sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanmasına yönelik için yapılması gerekenlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında

- ✓ Mevcut durumun ve güncel verilerin analizi
- ✓ Saha çalışmaları
- ✓ Kurum ve kuruluşların yetkilileri ile yapılan birebir görüşmeler ve grup toplantılarında dile getirilen hususların analizi
- ✓ Turistlerin görüşlerinin analizi
- ✓ Mekânsal analizler
- ✓ Ulusla ve uluslararası rakiplere göre Ilgaz Milli Parkı'nın göre avantaj ve dezavantajlarının analizi
- ✓ İç ve dış faktörlerin analizi (SWOT ve PEST analizleri)

gerçekleştirilmiştir.

Çalışma ile Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın **TEMEL HEDEF PAZARININ** "Küçük Çocuklu Aileler", "Doğada Huzur Arayanlar/Dinlenmek isteyenler", "Sağlığına önem verenler/Hafif sportif aktiviteler yapmak isteyenler" ile "MICE Turizmi (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)/Kongre Turizmi" olduğu ve Ilgaz Dağı Milli Parkında kış ve yaz turizminin geliştirilebilmesi için ürün geliştirme, tanıtma ve pazarlamayı üstlenecek, dağ ve etki alanında yer alan işletme ve paydaşları temsil edecek ve profesyonel yönetime sahip olacak çağdaş bir "Destinasyon Yönetim Örgütü" nün oluşturulmasının **EN TEMEL GEREKSİNİM** olduğu belirlenmiştir.

Bu çerçevede, Milli Parkın kış ve yaz potansiyellerinden daha verimli ve uzun vadeli yararlanılabilmesi amacıyla belirlenen ve detayları rapor içinde belirtilen öneriler aşağıda belirtilmektedir.

KIŞ SPORLARI TURİZMİ KAPSAMINDA

- Kış turizmne devam edilmesi için tesisler/pistler özellikle Yıldıztepe Kayak Merkezi için daha üst rakımlara yapılmalıdır.
- Tüm kayak merkezlerine hitap edecek şekilde suni (teknik) kar yapımına ilişkin yatırımlar dikkate alınmalıdır.
- Kastamonu, Çankırı ve çevre köylerde yaşayan insanların ve özellikle geleceğin misafirleri olacak çocukların kayak sporuna kazandırılması için eylem paketi hazırlanmalıdır.
 - o Ailelere yönelik, günübirlik ve konaklamalı cazip, uygun fiyatlı paketler hazırlanmalıdır.
 - o Millî Eğitim Bakanlığının yıllık ders planına 1 hafta (5 okul günü) 'Kış sporları haftası' dâhil etmesi hedeflenmelidir.
 - o İlğaz çevresinde bulunan dağ köylerindeki ilkokul öğrencileri için ayrıca kış sezonunda Beden Eğitimi derslerinin blok halinde yapılarak, kayak yaptırılması hedeflenmelidir.
 - o Kastamonulu ve Çankırılı aileler için uygun fiyatlı bütün kış sezonuna yönelik 'sezon ski pass' uygulamasının hayata geçirilmesi düşünülmelidir.
 - o Küçük çocuklara yönelik güvenli, profesyonel olarak hazırlanmış kayak alanları oluşturulmalı ve bu alanların Kayak Öğretmenleri/Eğitmenleri Dernekleri tarafından profesyonel olarak işletilmesi hedeflenmelidir.
- Kayak alanlarına yakın alanlarda çocukların ve ailelerin birlikte ve ayrı ayrı vakit geçirebilecekleri mekânlar oluşturulmalıdır.
 - o Çocuklara yönelik kayak temel eğitim merkezleri oluşturulmalıdır.
 - o Çocuklara yönelik kar eğlence merkezleri oluşturulmalıdır.
 - o Ailelere yönelik oteller yapılmalı ya da hâlihazırdaki işletmeler aile konseptine uygun düzenlenmelidir.
 - o Çocuk kayak eğitimine odaklı kayak okulları/eğitmenleri oluşturulmalıdır.
 - o Çocuklara yönelik kayak sonrası faaliyetler, örneğin çocuk tiyatroları vb. düzenlenmelidir.
 - o Restoranlarda çocuklara yönelik menüler hazırlanmalıdır.
 - o Çocuklar, gençler ve dernekler için spor günleri organize edilmelidir.
- Kayak ve snowboard haricinde hedikle yürüyüş rotaları, dağ/tur kayağı, "Çocuk Dünyası", güvenlik tedbirleri artırılmış kızak alanları, kar kaydıracağı, atlı kızak gezileri,

YAZ TURİZMİ KAPSAMINDA

- Hâlihazırda Doğa Koruma ve Millî Park Genel Müdürlüğü tarafından oluşturulmuş doğa turizmne yönelik rotalar çeşitlendirilmeli ve GPS koordinatları turistlerin ulaşabileceği ortamlarda (internet) sunulmalıdır
- Söz konusu rotaların altyapı eksiklikleri tamamlanmalı ve güzergâhlar boyunca uluslararası sisteme uygun şekilde işaret sistemi oluşturulmalıdır.
 - o Foto safari ve kuş/kelebek gözlem/inceleme rotaları çeşitlendirilmelidir.
 - o Rotalar boyunca manzara seyir ve fotoğraf çekimi alanları oluşturulmalıdır.
 - o Güzergâhlar üzerinde doğaya uyumlu ve doğal malzemelerle yapılacak şekilde bilgilendirme ve tanıtım ile uyari levhaları düzenlenmelidir
 - o Ziyaretçilerin girmemesinin gerekli görüldüğü alanların uzaktan izlenebilmesine/incelemebilmesine yönelik düzenekler (dürbün vs.) hazırlanmalıdır
 - o Rotalar üzerinde uygun alanlarda tuvalet, çeşme, dinlenme/mola/seyir alanları gibi altyapı (doğal malzeme kullanılarak) sağlanmalıdır.
- Açık havada veya kapalı mekânlarda tırmanma olanakları oluşturulmalıdır
- Binicilik (Bölgenin diğer bölgelerinde yapılmaya başlanması bölge için avantaj oluşturmaktadır), okçuluk gibi alternatifler düşünülmelidir.
- İlğaz Dağı Millî Parkı sınırlarındaki söz konusu güzergâhlar bölge bütünündeki diğer rotalarla (örneğin, Kastamonu ve Çankırı illerinde İstiklal Yolu üzerinde farklı zamanlarda gerçekleştirilen "Atatürk ve İstiklal Yolu Yürüyüşleri"nin birlikte düzenlenmesi) bütünleştirilmelidir
- Millî Park genelinde uygun alanlarda kamp alanlarının altyapısı iyileştirilmelidir.
- Bölgenin sporcu kamplarına yönelik potansiyeli incelenmelidir.
- Hem gençlerin hem ailelerin ve çocukların birlikte vakit geçirecekleri macera parkı ve paintball, at binmek, bisiklet sürme, maket yapmak, uçurtma uçurmak gibi açık hava aktiviteler geliştirilmelidir.
- İlgili kurumlarla iş birliği içinde alternatif dağ tırmanış güzergâhları belirlenmelidir.
- Baldıran Alabalık tesisleri ve Karayolları Bakımevi çevresi vb. uygun alanlarda piknik alanları düzenlenmeli ve alanlar piknik masaları, çöp toplama alanları, çeşme, modüler tuvaletler içerecek şekilde düzenlenmelidir.
- Münferit veya gruplar (kültürler/topluluklar) halinde öğrencilerin Millî Parkı ziyaret etmelerinin temin edecek aktiviteler düzenlenmelidir. Örnek olarak üniversitelerin bahar şenlikleri (ortaklaşa veya ayrı ayrı) Millî Parkta yapılacak faaliyetleri

KIŞ SPORLARI TURİZMİ KAPSAMINDA**YAZ TURİZMİ KAPSAMINDA**

buz pateni gibi alternatif ürünler sunulmalıdır.

- Ilgaz'a gelen ancak kiş sporları faaliyetlerine katılmayan misafirler ile kayak sonrası aktivite arayan kayakçılara yönelik

- o Dağ Tipli Eğlence Treni

- o Hedikle Yürüyüş

- o Tur kayağı

- o Kayaklı Koşu

- o Kar Kızağı

- o Atlı kızak turları

gibi aktiviteler sunulmalıdır

- Yiyecek-içecek işletmelerinde yöreye özgü ürünler kullanılmalı ve sunulmalıdır.

(eğlenceler, konserler, oryantiring turnuvası, kamp faaliyetleri vs.) içerecek şekilde düzenlenebilir.

- Kastamonu Merkez, Çankırı Ilgaz ve çevre ilçelerde düzenlenen etkinliklerin takvimi ve broşürleri hazırlanmalı ve hatta Türk Dünyası Günleri, Ilgaz Dağı Kültür ve Turizm Şenliği/Festivali gibi etkinlikler yoluyla yaz ayları için alternatifler üretilmelidir.

- Milli park içinde butik kongreler düzenlenmelidir. Ayrıca, kent merkezlerinde düzenlenebilecek kongreler kapsamında gerçekleştirilecek sosyal etkinliklere Ilgaz Dağı Milli Parkı dâhil edilmelidir.

- Milli Parkın çevresindeki köylerdeki insanların misafirlerini evlerinde ağırlamalarını sağlayacak düzenlemeler, eğitimler verilmelidir. Bu kapsamda, yürüyüş ve bisiklet rotaları köylere ve yaylalara uzatılmalı, böylelikle köyler ile Milli Park arasında bağlantılar kurulmalıdır.

- Yoga, resim, müzik, fotoğrafçılık gibi özel ilgi gruplarına yönelik faaliyetler/organizasyonlar düzenlenmelidir.

- Yoğun tanıtım atağı gerçekleştirilmelidir.

- o Büyük şehirlerde reklam ve PR aktiviteleri düzenlenmelidir (medya temsilcilerinin Ilgaz'a davet edilmesi, etkinliklerin gazete, radyo ve televizyonlarda tanıtımı vb.)
- o Televizyon ve radyo kanalları üzerinden reklamlar verilmelidir. (Örneğin bir aileye 1 haftalık Ilgaz tatili için haftalık oyunlar düzenlenebilir (Ekim ayından itibaren bu oyunlara başlanabilir)).

- o Yazılı medya, özellikle hedef kitlenin okuduğu dergiler ve gazetelere reklamlar verilebilir, yazarlarına tanıtım turları düzenlenmelidir.

- o Akaryakıt şirketleri, büyük spor mağazaları, büyük mobilya mağazaları, spor dernekleri, özel okullar, üniversiteler vb. şirketlerle veya organizasyonlarla stratejik ortaklıklar kurulmalıdır.

- o Büyük şirketleri MICE turizmi için kazanabilmek hedefli bu şirketler ziyaret edilmelidir.

- o Facebook, Youtube ve diğer sosyal medya kanalları aktif olarak kullanılmalıdır

- o Turizm fuarlarına katılım sağlanmalıdır.

23. KAYNAKÇA

- AKS Planlama. (n.d. (a)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı UDGP Planlama Raporu* .
- AKS Planlama. (n.d. (b)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı UDGP Sentez Raporu* .
- Avusturya Ekonomi Bakanlığı. (2014). *Wirtschaftskammer Österreich – Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (Hrsg.): Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen – Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten – 50*. Ocak 18, 2021 tarihinde https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Tourismus_in_Zahlen_2014.pdf adresinden alındı
- Ayaz, N., & Apak, Ö. C. (2017). Kış Turizmine Katılan Yerli Ziyaretçilerin Seyahat Davranışları: Erciyes Kayak Merkezi Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(49), 27-43.
- Ayaz, N., & Sorgun, T. (2020). Turist Tipolojisi ve Seyahat Memnuniyeti İlişkisi: Ilgaz Kayak Merkezi Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 328-341. doi:10.24010/soid.700376.
- Beritelli, P., Bieger, T., & Laesser, C. (2014). The New Frontiers of Destination Management: Applying Variable Geometry as a Function-Based Approach. *Journal of Travel Research*, 53(4), 403-417.
- Best Ski Resort. (2014). *Mountain Quality Check Report*. Ocak 26, 2021 tarihinde <https://best-skiresorts.com/> adresinden alındı
- Blackstone Valley Tourism Council. (2016). *31st Annual Celebration 2016*. Ocak 20, 2021 tarihinde <https://www.blackstonevalleytourismcouncil.org/annual2016.pdf> adresinden alındı
- Borkmann, V., Klein, S., Lambertus, J., & Rief, S. (2016). *Future Hotel Building 2052*. Fraunhofer Institut für Arbeits-wirtschaft und Organisation.
- Bornhorst, T., Brent Ritchie, J., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572-589.
- Clifford, H. (2002). *Downhill Slide: Why the corporate ski industry is bad for skiing, ski towns and the environment*. San Francisco: Sierra Club Books.
- Çalışkan, U. (2015). Sarıkamış Müşteri Memnuniyeti Araştırması ve Kırsal Alana Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 103-112.
- Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021a). *Milli Parklar ve Korunan Alanlar*. Şubat 02, 2021 tarihinde <https://cankiri.ktb.gov.tr/TR-70618/milli-parklar-ve-korunan-alanlar.html> adresinden alındı
- Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021b). *Yıldıztepe Turizm Merkezi*. Aralık 29, 2020 tarihinde <https://cankiri.ktb.gov.tr/TR-70695/yildiztepe-turizm-merkezi.html> adresinden alındı
- Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Müze Müdürlüğü. 2014. *Çankırı Kültür Envanteri*. Ankara.
- Çankırı Valiliği. (n.d. (a)). *Tarih*. Aralık 28, 2020 tarihinde <http://www.cankiri.gov.tr/tarih> adresinden alındı
- Çankırı Valiliği. (n.d. (b)). *Coğrafi Yapı*. Aralık 28, 2020 tarihinde <http://cankiri.gov.tr/cografi-yapi> adresinden alındı
- Demiroğlu, O. C. (2015, Eylül). *Kayak Turizmi Forumu'ndan Kayak Turizmi Politikasına Notlar*. Ocak 25, 2021 tarihinde İstanbul Politikalar Merkezi: <https://ipc.sabanciuniv.edu/Content/Images/CKeditorImages/20200323-14030013.pdf> adresinden alındı
- Durlu Özkaya, F., & Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türk Tarım*, 206, 28-33.
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Aralık 22, 2020 tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> adresinden alındı
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2020). *Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism, A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery*. Aralık 22, 2020 tarihinde <https://www.unwto.org/recommendations-for-recovery-covid-19> adresinden alındı

- Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC). (2020). *Economic Impact Report*. Ocak 13, 2021 tarihinde <https://wtccweb.on.uat.co/Research/Economic-Impact> adresinden alındı
- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD). (2020). *Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)*. Ocak 03, 2021 tarihinde <https://www.oecd.org/coronavirus/en/> adresinden alındı
- Flagestad, A., & Hope, C. A. (2001). Strategic Success in Winter Sports Destinations: A Sustainable Value Creation Perspective. *Tourism Management*, 22(5), 445-461.
- Genger, T., Demir, C., & Aycan, A. (2008). Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 437-450.
- Harita Genel Müdürlüğü. (2020). *Türkiye Mülki İdare Bölümleri Haritası*. Aralık 20, 2020 tarihinde <https://www.harita.gov.tr/urun-216-turkiye-mulki-idare-bolumleri-haritasi.html> adresinden alındı
- Kastamonu Valiliği. (n.d (b)). *Coğrafi Yapısı*. 12 28, 2020 tarihinde <http://www.kastamonu.gov.tr/cografi-yapisi> adresinden alındı
- Kastamonu Valiliği. (n.d. (a)). *Geçmişten Günümüze Kastamonu*. Aralık 28, 2020 tarihinde <http://www.kastamonu.gov.tr/tarihi> adresinden alındı
- Koşan, A. (2013). Kış Sporları Turizmi – Kayak Turistlerinin Kış Turizm Merkezlerini Algı ve Değerlendirmelerine Ait Bir Araştırma (Palandöken’de Bir Uygulama). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 293-324.
- KUZKA. (2011). *Turizm Eylem Planı, Kuzey Anadolu Turizm’de Geleceğini Arıyor*. Aralık 2021, 18 tarihinde www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (2013). *TR82 Bölgesi Sosyoekonomik Gelişmişlik Endeksi*. Aralık 2020, 12 tarihinde www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (2015). *Kastamonu / Küre, Ersizdere Köy Tasarım Rehberi*. Aralık 13, 2020 tarihinde Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı: www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (2016a). *TR82 2014 - 2023 Bölge Planı*. Aralık 13, 2020 tarihinde www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (2016b). *TR82 Yatırım Ortamı Değerlendirme Raporu*. Aralık 13, 2020 tarihinde Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı: www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (2016c). *Geleceğe Küresel Bakış, Kırsal Kalkınmada Yerel Stratejiler Kitabı -2*. Aralık 18, 2020 tarihinde www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (2019). *KUZKA 2019 - 2023 Kurumsal Stratejik Plan*. Aralık 13, 2020 tarihinde Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı: www.kuzka.gov.tr adresinden alındı
- KUZKA. (tarih yok). *Ilgaz Dağı Kış Turizm Unsurları Memnuniyet Araştırması Raporu*.
- Meteoroloji Genel Müdürlüğü. (2021). *Meteorolojide Kullanılan Alet ve Cihazlar*. Ocak 16, 2021 tarihinde <https://www.mgm.gov.tr/genel/meteorolojikaletler.aspx?s=9> adresinden alındı
- Pechlaner, H., Beritelli, P., & Volgger, M. (2015). Introduction, Contemporary Destination Governance: A Case Study Approach. *Bridging Tourism Theory and Practice* (s. vii-xvi). içinde Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Pechlaner, H., Kozak, M., & Volgger, M. (2014). Destination leadership: a new paradigm for tourist destinations? *Tourism Review*, 1-9.
- Prezenta, A. (2005). *The Performance of a Tourism Destination. Who Manages the Destination? Who Plays The Audit Role?* Ocak 02, 2021 tarihinde <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.115.1245&rep=rep1&type=pdf> adresinden alındı
- Reinhold, S., Laesser, C., & Beritelli, P. (2015). 2014 St. Gallen Consensus on destination management. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 137-142.

- Resmi Gazete. (2006a). *Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun*. Aralık 29, 2020 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/02/20060208-1.htm> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (2006b). *Mahalli İdare Birlikleri Kanunu*. Ocak 11, 2021 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5355.pdf> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (2019). *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*. Ocak 08, 2021 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/11/20191127-6.htm> adresinden alındı
- Sağlık, E., & Kocaman, G. (2014). Kayak Merkezlerinde Turistlerin Hizmet Kalite Algısının Belirlenmesi: Palandöken Kayak Merkezinde Bir Uygulama. *Atatürk İletişim Dergisi*(6), 67 – 87.
- Sainaghi, R. (2006). From contents to process: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism Management*(27), 1053-1063.
- Silik, C., & Ünlüöner, K. (2018). Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişki: Kayak Merkezlerine Yönelik Bir İnceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 333-357.
- Skiresort Service International GmbH. (2020). *Ski resorts*. Aralık 28, 2020 tarihinde <https://www.skiresort.info/> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020a). *KTKGB ve Turizm Merkezleri*. Aralık 27, 2020 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9669/ktkgb-ve-turizm-merkezleri.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020b). *Turizm İstatistikleri*. Aralık 21, 2020 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021a). *Kış Sporları Turizmi Temalı KTKGB'ler*. Ocak 11, 2021 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10176/kis-sporlari-turizmi-temali-ktkgb39ler.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021b). *Kış Sporları Turizm Merkezlerine İlişkin Genel Bilgiler*. Ocak 11, 2021 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2021). *İllere Göre Korunması Gerekliliği Taşınmaz Kültür Varlığı İstatistiği*. Ocak 04, 2021 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44799/illere-gore-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varligi-i-.html> adresinden alındı
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2019). *İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması SEGE-2017*. Ankara.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, D. K. (2021). *İstiklal Yolu Tarihi Milli Parkı 44. Milli Park Oldu...* Ocak 02, 2021 tarihinde www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Haber/45/Istiklal-Yolu-Tarihi-Milli-Parki-44-Milli-Park-Oldu adresinden alındı
- Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü . (n.d. (e)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı Kuşlar Broşürü*.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (n.d. (a)). *Ilgaz Mountain National Park, Visitor's Guide*.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (n.d. (b)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı Broşürü*.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (n.d. (c)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı Yaban Hayatı Broşürü*.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (n.d. (d)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı Turizm Değerleri Broşürü*.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (n.d. (f)). *Ilgaz Dağı Milli Parkı Kelebekler Broşürü*.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018). *Veri Tabanı*. Ocak 04, 2021 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/veri-tabani> adresinden alındı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2020). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*. Aralık 22, 2020 tarihinde www.tuik.gov.tr adresinden alındı

UDGP Analitik Etüt Raporu. (tarih yok).

UNWTO. (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid: UNWTO.

Volgger, M., & Pechlaner, H. (2014). Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success. *Tourism Management*(41), 64–75.

24. EKLER

24.1. EK- 1 Turizm İşletme ve Belediye Belgeli Tesislerde Yerli ve Yabancı Turist Sayıları, 2016 – 2019

	YABANCI				YERLİ				TOPLAM			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Türkiye	18.047.874	22.927.768	31.135.545	38.853.764	41.335.993	39.024.237	40.822.111	42.012.998	59.383.867	61.952.005	71.957.656	80.866.762
TR8	117.120	103.065	160.570	166.552	2.174.332	2.202.594	2.194.720	2.339.813	2.291.452	2.305.659	2.355.290	2.506.365
Çankırı İlgaz	135	284	121	936	6.822	21.100	11.394	18.267	6.957	21.384	11.515	19.203
Çankırı	1.306	1.409	1.381	2.869	64.888	84.619	72.990	76.467	66.194	86.028	74.371	79.336
Kastamonu Merkez	1.163	2.049	2.382	1.440	96.192	154.371	163.625	181.279	97.355	156.420	166.007	182.719
Kastamonu	1.909	2.539	3.177	1.949	201.842	194.204	211.617	228.437	203.751	196.743	214.794	230.386

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b

24.2. EK - 2 Ilgaz Dağı Milli Parkı ve çevresinde bulunan meteorolojik istasyonların ölçüm sonuçları

Parametre	İstasyon	Gözlem Süresi (Yıl)	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	YILLIK
Aylık Ortalama Sıcaklık (°C)	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	6	-4.3	-1.7	1.6	5.2	9.9	13.9	16.0	16.3	13.5	8.4	2.2	-2.2	6.6
	İlgaz Toprak	6	-4.7	-1.9	0.1	4.3	7.7	11.6	14.2	14.7	11.6	6.8	2.2	-2.4	5.4
Aylık Ortalama Nispi Nem (%)	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	6	92.4	89.6	80.6	69.6	77.1	77.2	68.5	66.2	66.5	77.8	80.5	91.3	78.1
	İlgaz Toprak	6	88.3	82.1	78.9	67.0	79.9	80.7	71.2	70.9	68.5	77.4	72.1	83.1	76.7
Aylık Toplam Yağış Ortalaması (mm/m ²)	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	6	59.98	60.70	59.15	41.47	74.28	48.40	22.15	36.42	20.13	34.93	35.88	34.97	528.47
	İlgaz Toprak	6	34.75	49.50	71.48	44.05	101.72	97.95	30.30	37.20	19.82	35.62	31.35	54.68	608.42
Aylık Yağışlı Gün Sayısı Ortalaması (mm/m ²)	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	6	10.00	10.00	10.83	11.67	16.50	14.67	8.17	9.83	9.00	10.33	6.83	9.33	127.16
	İlgaz Toprak	6	11.17	14.83	15.67	13.17	23.50	20.00	11.33	11.17	10.17	11.00	9.67	16.00	167.68
Aylık Ortalama Rüzgâr Hızı (m/sn)	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	6	0.9	1.1	1.1	1.2	1.1	1.1	1.3	1.2	1.1	0.9	0.8	0.8	1.1
	İlgaz Toprak	6	2.2	2.2	2.1	1.9	1.7	1.6	1.8	1.7	1.7	1.4	1.7	1.8	1.8
Aylık Kuvvetli Rüzgârlı Gün Sayısı Ortalaması	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	5	0.60	1.40	0.20	0.80	0.40	0.20	0.20	0.20	0.20	0.83	2.17	3.33	19.83
	İlgaz Toprak	6	3.67	2.33	2.50	1.00	1.33	0.50	0.50	0.50	0.83	1.67	2.17	3.33	19.83
Aylık Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	İlgaz / Yıldıztepe Kayak Merkezi	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	İlgaz Toprak	4	1.0	2.4	3.7	3.7	4.7	5.2	5.7	5.7	4.9	3.8	2.6	1.3	3.7

24.3. EK- 3 Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezleri ziyaretçi sayıları

	TURİST SAYISI			GECELEME SAYISI		
	YERLİ	YABANCI	TOPLAM	YERLİ	YABANCI	TOPLAM
FERKO Ilgaz Mountain Resort Hotel	4.847	6	4.853	21.675	29	21.704
Ankara Üniversitesi ÖRSEM Tesisleri	8.278		8.278	8.278		8.278
Ilgaz Jandarma Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	495		495	495		495
Toprak Gübre ve Su Kaynakları Merkez Araştırma Enstitüsü Müd. Misafirhanesi	4.096		4.096	4.115		4.115
2015						
Türk Silahlı Kuvvetleri Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	5.665		5.665	9.595		9.595
Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Tesisleri	2.859	27	2.886	6.001	79	6.080
ILGAZ KAYAK MERKEZİ	26.240	33	26.273	50.159	108	50.267
YILDIZTEPE KAYAK MERKEZİ			3.750			
TOPLAM			30.023	50.159	108	50.267
FERKO Ilgaz Mountain Resort Hotel	8.789	101	8.890	26.701	201	26.902
Ankara Üniversitesi ÖRSEM Tesisleri	10.530		10.530	13.450		13.450
Ilgaz Jandarma Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	422		422	422		422
Toprak Gübre ve Su Kaynakları Merkez Araştırma Enstitüsü Müd. Misafirhanesi	2.188		2.188	4.550		4.550
2016						
Türk Silahlı Kuvvetleri Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	4.836		4.836	7.713		7.713
Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Tesisleri	1.067	4	1.071	2.056	8	2.064
ILGAZ KAYAK MERKEZİ	27832	105	27.937	54.892	209	55.101
YILDIZTEPE KAYAK MERKEZİ			4.075			
TOPLAM			32.012	54.892	209	55.101
FERKO Ilgaz Mountain Resort Hotel	12.312	216	12.528	26.258	568	26.826
Ankara Üniversitesi Örssem Tesisleri	11.997		11.997	17.956		17.956
Ilgaz Jandarma Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	443		443	755		755
Toprak Gübre ve Su Kaynakları Merkez Araştırma Enstitüsü Müd. Misafirhanesi	5.278		5.278	6.841		6.841
2017						
Türk Silahlı Kuvvetleri Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	6.318		6.318	11.218		11.218
Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Tesisleri	3.456		3.456	5.149		5.149

	TURİST SAYISI			GECELEME SAYISI		
	YERLİ	YABANCI	TOPLAM	YERLİ	YABANCI	TOPLAM
ILGAZ KAYAK MERKEZİ	39.804	216	40.020	68.177	568	68.745
YILDIZTEPE KAYAK MERKEZİ			4.954			
TOPLAM			44.974	68.177	568	68.745
FERKO Ilgaz Mountain Resort Hotel	6441	218	6659	10841	975	11816
Ankara Üniversitesi Örsen Tesisleri	4241	135	4376	6219	189	6408
Ilgaz Jandarma Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	244		244	512		512
Toprak Gübre ve Su Kaynakları Merkez Araştırma Enstitüsü Müd. Misafirhanesi	251	19	270	483	85	568
Türk Silahlı Kuvvetleri Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	584		584	1072		1072
Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Tesisleri	641	73	714	1182	108	1290
ILGAZ KAYAK MERKEZİ	12.402	445	12.847	20.309	1.357	21.666
YILDIZTEPE KAYAK MERKEZİ			3801			
TOPLAM			16.648	20.309	1.357	21.666
FERKO Ilgaz Mountain Resort Hotel	8973	441	9414	12569	1108	13677
Ankara Üniversitesi Örsen Tesisleri	5377	193	5570	7249	284	7533
Ilgaz Jandarma Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	295		295	781		781
Toprak Gübre ve Su Kaynakları Merkez Araştırma Enstitüsü Müd. Misafirhanesi	297	34	331	349	107	556
Türk Silahlı Kuvvetleri Kış Eğitim Merkezi Komutanlığı	697		697	1241		1241
Türkiye Kayak Federasyonu Ilgaz Tesisleri	812	91	903	1479	161	1640
ILGAZ KAYAK MERKEZİ	16.451	759	17.210	23.668	1.660	25.428
YILDIZTEPE KAYAK MERKEZİ			3873			
TOPLAM			21.083	23.668	1.660	25.428

2018

2019

24.4. EK- 4 Ilgaz Dağı Milli Parkı kayak merkezleri ile yurtiçi ve yurtdışındaki bazı kayak merkezlerinin sundukları hizmetlerin karşılaştırılması

KONUMSAL ve YÖNETSEL UNSURLAR	14	15	15	15	15	15	15	25	27	17	15	26	22	21	19
	ILGAZ MP BÜTÜNÜ	ILGAZ (KASTAMONU)	YURDUNTEPE (KASTAMONU)	YILDIZTEPE (ÇANKIRI)	PALANDOKEN (ERZURUM)	ERGAN (ERZİNCAN)	SARIKAMIS (KARS)	ULUDAĞ (BURSA)	ERCİYES (KAYSERİ)	BANSKO (BULGARİSTAN)	MADESIMO (İTALYA)	SHAHDAĞ (ŞAHDAĞ)	(AZERBAJCAN)		
Rakım farkı	5	1	3	2	5	7	3	3	7	9	10	6			
Hava alanından uzaklık	5	5	4	5	9	10	3	2	7	1	1	1			
Yaz aktiviteleri – spor faaliyetleri	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1			
Ortalama Kayak sezonu süresi	3	8	8	8	10	8	10	8	10	10	8	10			
Resmi internet sitesi	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1			
KIŞ SPORU İMKÂNLARI	10	6	6	9	25	11	17	14	26	28	27	17			
Pistlerin toplam uzunluğu	3	1	1	1	8	2	4	5	10	9	7	3			
Mekanik tesis başına pist uzunluğu	4	3	4	7	4	8	10	2	8	6	6	3			
Mekanik tesislerin kapasitesi (kişi/saat)	3	2	1	1	9	1	2	6	7	9	10	8			
Kayak Okulunun Varlığı	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1			
İLAVE KIŞ SPORU OLANAKLARI	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	3	2			
Buz kayağı alanı	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1			

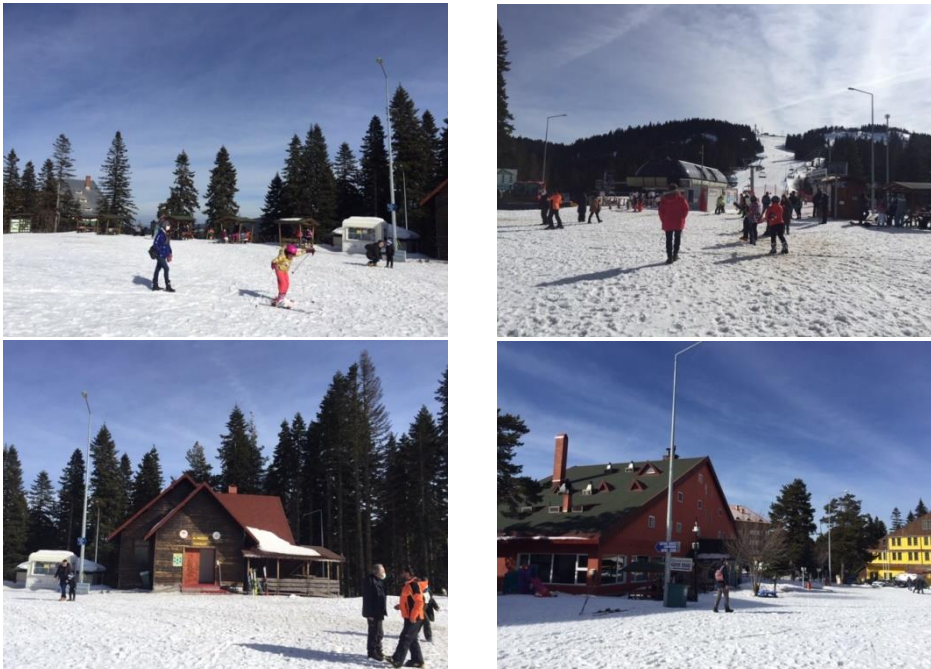
	ILGAZ MP BÜTÜNÜ	ILGAZ (KASTAMONU)	YURDUNTEPE (KASTAMONU)	YILDIZTEPE (ÇANKIRI)	PALANDOKEN (ERZURUM)	ERGAN (ERZİNCAN)	SARIKAMIS (KARS)	ULUDAĞ (BURSA)	ERCİYES (KAYSERİ)	BANSKO (BULGARİSTAN)	MADESIMO (İTALYA)	SHAHDAG (ŞAHDAĞ (AZERBAJCAN)
Half pipe snowboard imkânı	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Kar parkı – eğlence parkı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Cross country kayak imkânı	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0
KONAKLAMA ve GÜNÜBİRLİK HİZMETLER	7	2	2	2	11	0	4	19	12	8	5	7
KONAKLAMA TESİS KAPASİTESİ	3	2	0	0	5	0	2	10	3	3	0	2
KONAKLAMA TESİSLERİNDE SUNULAN HİZMETLER	0	0	0	0	4	0	0	4	2	5	4	4
Kapalı havuzlar	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
Hamam, Sauna, SPA	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
Disco/Bar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Çocuk oyun alanı	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1
Toplantı / kongre salonları	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
RESTORAN VE KAFELERİN VARLIĞI	4	0	2	2	2	0	2	5	7	0	1	1
TOPLAM PUAN	31	23	23	26	61	38	38	48	64	58	53	43
SKİRESORT.INFO SİTESİ GENEL PUANLAMA DÜZEYİ	7	7	7	7	8	--	8	8	9	10	8	8

24.5. EK- 5 Turizm tesislerinin mevcut binaları ile fiziksel alanların mimari değerlendirmesine ilişkin gorseller

ILGAZ MİLLİ PARK KAYAK MERKEZİNE GİRİŞ VE BOŐALTI LAN DAĐBAŐI OTEL:

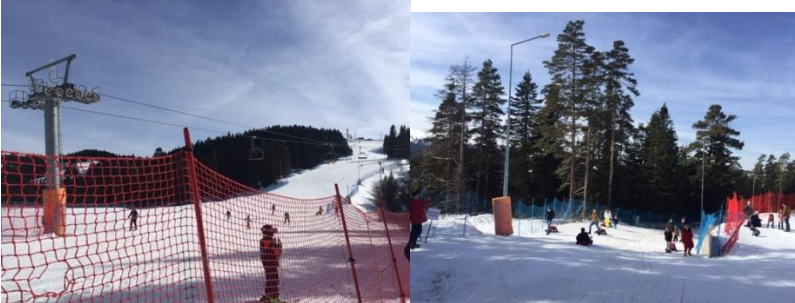


AÇIK ORTAK ALAN:





DOLAŞIM ŞEMASI VE REKREASYON ALANI:

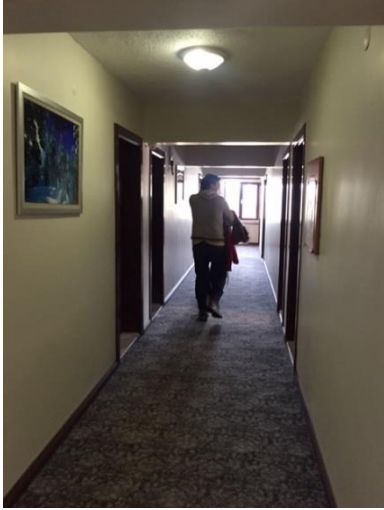
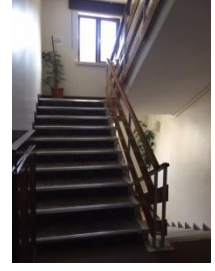


YÖNLENDİRME VE BİLGİ TABELALARI:



ILGAZ MİLLİ PARK KONAKLAMA TESİSLERİ:

ILGAZ KAYAK FEDERASYONLARI TESİSİ:





GÖRÜŞÜLEN YETKİLİ: Sn. Can Erdem

AKTARILAN BİLGİLER:

- Bina 25-30 yaşlarında, Milli Parklar Müdürlüğü mülkiyetinde,
- 27 oda, 86 yatak kapasitesi,
- Konaklama yapan ziyaretçilerin kayak yapma yüzdesi yaklaşık %70,
- Bina ısı yalıtımı yeterli,
- Ziyaretçilerce eksik bulunan fonksiyonlar: Giyinme soyunma odası, kiralık kabin.

TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI TESİSİ:





GÖRÜŞÜLEN YETKİLİ: Sn. Akın Işın

AKTARILAN BİLGİLER/ ÖNERİLER:

- 22 oda,
- Konaklama yapan ziyaretçilerin genel tercihi çevre gezisi, kayak yapma tercihinin daha üst kadro tarafından yapılması,
- Ziyaretçilerin kayak tesisinden şikâyetçi olarak ayrılması,
- Turizmdeki gelişmenin araştırma enstitüsünün çalışmalarını olumlu olarak destekleyeceği.

ANKARA ÜNİVERSİTESİ ILGAZ ÖRSEM TESİSİ:



Tesis kapalıdır.

GÖRÜŞÜLEN YETKİLİ: Sn. Bina Bekçisi

AKTARILAN BİLGİLER:

- 74 oda, 180 yatak.

ILGAZ TSK KIŞ EĞİTİM MERKEZİ:



Kayak Merkezinin en yeni binasıdır.

GÖRÜŞÜLEN YETKİLİ: Komutan Sn. Recai Öztürk

AKTARILAN BİLGİLER/ ÖNERİLER:

- 91 oda,
- Kayak için gelenlerin oranı %50, genel tercih kış tatili ve doğa gezisi,
- Kendisi tarafından gönüllüce organize edilen yürüyüş gezilerinin uzmanlarca yapılması,
- Tesislerde yapılan ödemelerin ortak havuzda toplanması.

ILGAZ 2- YURDUNTEPE KAYAK MERKEZİ:



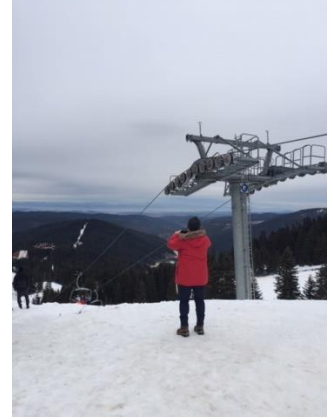
GÖRÜŞÜLEN YETKİLİ: Sn. Tuncay Sönmez ışık
AKTARILAN BİLGİLER/ ÖNERİLER:

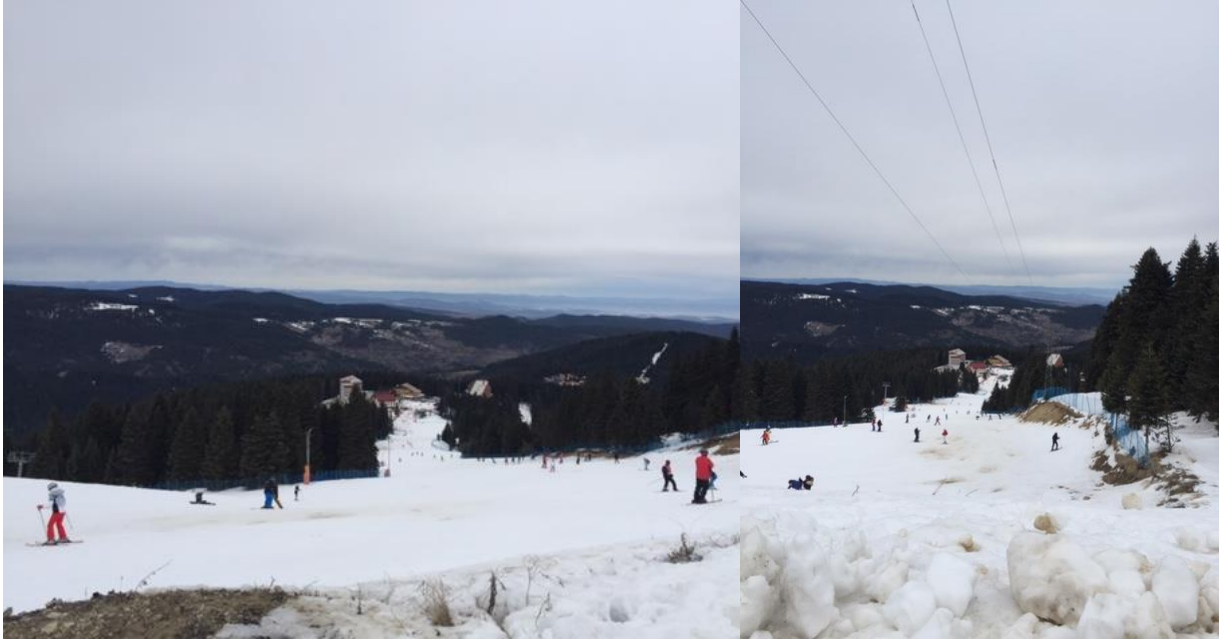
- Yeni oluşum bilgileri.

BOŞALTILAN DORUK OTEL:



ZİRVE KAFE MEVKİSİ:





DERBENT OTEL:



GÖRÜŞÜLEN YETKİLİ: Sn. Kemal Bey

AKTARILAN BİLGİLER/ ÖNERİLER:

- 14 oda, 40 kişi kapasite
- 23 yıldır işletmecisi
- Kayağa çıkanların oranı %80
- %90 doluluk oranı
- Özel işletmelerin arttırılmasını istiyor

YILDIZTEPE MEVKİ:





**T.C. KUZEY ANADOLU
KALKINMA AJANSI**
NORTH ANATOLIAN DEVELOPMENT AGENCY

Bölgenin Fikri Mülkiyeti, Çizim Hakları ile İlgili Her Hakları Saklıdır.

Kuzeykent Mahallesi Kayın Sokak No: 9 37150 Merkez/KASTAMONU

Tel: 0 (366) 212 58 52 – Faks: 0 (366) 212 58 55

E-posta: bilgi@kuzka.gov.tr | www.kuzka.gov.tr

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılmaz